

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

TATIANE ALVES FERREIRA

**À FLOR DA PELE: EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM UMA
FEIRA LIVRE DE VITÓRIA/ES**

VITÓRIA
2018

TATIANE ALVES FERREIRA

**À FLOR DA PELE: EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM UMA
FEIRA LIVRE DE VITORIA/ES**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para a obtenção do grau de mestra em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dra. Letícia Dias Fantinel

VITÓRIA
2018

TATIANE ALVES FERREIRA

**À FLOR DA PELE: EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM UMA FEIRA LIVRE
DE VITORIA/ES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 20 de abril de 2018.

COMISSÃO EXAMINADORA



Prof. Dr^a. Leticia Dias Fantinel
Universidade Federal do Espírito Santo
Orientadora



Prof. Dr. Rubens de Araújo Amaro
Universidade Federal do Espírito Santo



Prof. Dr^a. Ana Sílvia Rocha Ipiranga
Universidade Estadual do Ceará – membro
remoto

Dedico este trabalho ao Tiago Alves Ferreira, Ivani Alves Ferreira, Renata Amarante Colpo e Claudio Denicoli dos Santos, meus grandes incentivadores.

AGRADECIMENTOS

Este é um tempo de pausa para revisar minhas memórias e desenhar meu caminho até aqui. Assim, trago neste resgate meus sentimentos de gratidão:

A Deus pela minha paixão pela vida, fonte de energia e de toda minha inspiração para apreciar o belo e que me faz acordar todos os dias e responder “o que me motiva a levantar da cama?”. Adianto que esta dissertação está entre estas dádivas divinas que atuam como engrenagem para me erguer cotidianamente.

Ao meu irmão Tiago, que me incentivou a participar do processo seletivo do PPGADM/UFES, gratidão pelo apoio em todos os momentos.

Agradeço ao Claudio Denicoli que possibilitou este trabalho e por me inspirar a um novo olhar. Por me ensinar a sentir que organizações são compostas acima de tudo por pessoas que sentem e isto foi um grande divisor de águas em minha vida pessoal, profissional e acadêmica.

A minha orientadora Letícia Dias Fantinel, pela oportunidade de ser sua orientanda e de trabalhar com um tema tão gostoso como a estética em meio ao espetáculo que é a feira livre.

À minha mãe por sempre me incentivar com palavras, atitudes e o olhar.

Ao meu pai por me mostrar que sempre é tempo de viver e reviver na memória as boas colheitas.

Às feiras livres de uma forma geral, pois possuem o incrível encantamento de mudar meu estado de espírito. Neste espaço, junto com meus pais fiz fantásticas incursões desde minha infância.

A Renata pela presença, paciência e companheirismo, que foram essenciais nesta caminhada.

A Carolina, Gresiela, João Vitor e Rogério que sempre estiveram na torcida.

Aos tios João, Luiza, Marcilene e Ilma pelas orações e incentivo para sempre seguir em frente.

A Antônio Strati por me fazer apaixonar e mergulhar no universo da estética organizacional.

Aos feirantes de flores da feira livre de Jardim da Penha em Vitória por possibilitar viver a experiência estética e pelos ótimos momentos de convívio.

À Universidade Federal do Espírito Santo e ao Programa de Pós-Graduação em Administração pela oportunidade.

Aos professores Ana Silvia Rocha Ipiranga e Rubens de Araújo Amaro pelas ricas contribuições na banca de qualificação.

Aos colegas da turma de PPGADM 2016/01 pelo apoio e suporte durante este percurso.

Aos amigos que entenderam minhas ausências provocadas por esta dissertação e que por diversas vezes contribuíram com histórias sobre a feira.

Gratidão!

As flores me tocam a lembrança das mãos maternas,
do trato, da sensibilidade do manuseio.

Tocam-me o sagrado do altar das missas de
domingo.

Tocam-me o cheiro da flor da noite, que por algum
motivo me remete à morte. Tocam-me as coroas de
flores, que na infância eram de papel e feitas a várias
mãos e que hoje me despertam como o belo em meio
ao adeus a um amigo.

As flores me tocam para a noiva que carrega seu
buquê como um símbolo que mais parece um troféu.
Tocam-me na composição de um prato com sabor de
requinte. Tocam-me ao ouvir a voz alegre de quem
recebe.

As flores me tocam na memória, no olfato, paladar,
visão, audição, e por toda a pele.

(Elaborado pela autora)

RESUMO

A presente dissertação se vale da abordagem teórica da estética organizacional para compreender como se desvelam as experiências estéticas no comércio de flores em uma feira livre. Para tanto, imergi de corpo e alma em campo de julho a setembro de 2017, observando e participando das atividades cotidianas dos feirantes. Assim pude realizar a colheita do conhecimento sensível, cujas experiências foram descritas em oito densos diários de campo, analisados a partir dos pressupostos específicos da compreensão empática. Os resultados apontam para a experiência estética desvelada em um comércio de flores que é margeado por cores, sons, cheiros, sabores e texturas apreendidos por meus sentidos. Apreendi que o tempo da feira é dividido em tempos normativos, estabelecidos pelo poder público, e pelo tempo do sol, que castiga o belo das flores e orchestra o movimento das atividades. Apreendi que o conhecimento estético se manifesta de duas formas básicas: o saber fazer descrito pela expressão popular “mão boa” e o saber fazer adquirido em cursos. Tendo apreendido o conhecimento sensível procurei descrever e refletir a experiência estética, imbricada nas práticas corporais, multissensoriais e materialidade, organizadas a partir das categorias estéticas agógicas, belo, feio, cômico, sagrado e pitoresco.

Palavras-chave: estética organizacional; feira livre; flores; compreensão empática.

ABSTRACT

The present dissertation draws on the theoretical approach of the organizational aesthetics to understand how aesthetic experiences are revealed in the flower trade in a street market. For that, I immersed body and soul in the field from July to September 2017, observing and participating in the daily activities of the street market. Thus I was able to realize the collection of sensitive knowledge, whose experiences were described in eight dense field diaries, these were analyzed from the specific assumptions of empathic understanding. The results point to the aesthetic experience unveiled in a flower trade that is bordered by colors, sounds, smells, tastes and textures seized by my senses. I learned that the time of the street market is divided into normative times, established by the public power, and by the time of the sun, which punishes the beautiful flowers and orchestrates the movement of activities. I learned that aesthetic knowledge is manifested in two basic forms: the know-how described by the popular expression "Green finger" and the know-how acquired in courses. Having apprehended the sensitive knowledge, I tried to describe and reflect the aesthetic experience, imbricated in the bodily, multisensory and materialistic practices, organized from the aesthetic categories agogic, beautiful, ugly, comical, sacred and picturesque. The study has a glossary that organizes terms related to floriculture and street market in order to provide a better understanding of the specific terms used in this study.

Key - words: organizational aesthetics . Empathic understanding . street market . flowers.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Quatro abordagens para o estudo da estética	32
Figura 2 - Formação do conhecimento sensível.....	34
Figura 3 - Fluxo do conhecimento sensível	48
Figura 4 - Caminhos da observação participante e compreensão empática	50
Figura 5 - Mapa de localização da feira livre de Jardim da Penha, com destaque para as barracas de flores.....	52
Figura 6 - Perfil geral dos feirantes	53
Figura 7 - Componentes da compreensão empática nas organizações.....	56
Figura 8 - Síntese da organização dos dados em relação aos objetivos da dissertação	68
Figura 9 - Barracas de flores.....	70
Figura 10 - Posicionamento das barracas.....	71
Figura 11- Características das barracas de flores.....	73
Figura 12 - Barraca Astromélia.....	75
Figura 13 - Caminhão da barraca Astromélia.....	76
Figura 14 - Barraca Girassol	78
Figura 15 - Produtos arrumados na Kombi	79
Figura 16 - Kombi da barraca Girassol.....	80
Figura 17 - Frente da barraca Rosa	82
Figura 18 - Arranjo elaborado pela pesquisadora	83
Figura 19 - Produção de arranjo floral.....	83
Figura 20 - Barraca Antúrio	85
Figura 21 - Barraca Gérbera	87

Figura 22 - Barraca Ninféia	88
Figura 23 - Tabuleiro da barraca Mandacaru	90
Figura 24 - Barraca Mandacaru.....	91
Figura 25 - Ciclo de vida da flor.....	98
Figura 26 - Movimento das atividades do comércio de flores na feira livre	100
Figura 27 - Últimos movimentos na feira livre	103
Figura 28 - Descarte de flores das barracas	104
Figura 29 - Descarte de flores	105
Figura 30 - Arranjo de flores elaborado pela autora	105
Figura 31 - Síntese dos movimentos das atividades	106
Figura 32 - Flores pintadas.....	113
Figura 33 - Barracas de flores na feira livre de Jardim da Penha.....	118
Figura 34- Síntese das categorias estéticas e suas manifestações em campo	125

SUMÁRIO

PRÓLOGO	18
1 INTRODUÇÃO	21
2 ESTÉTICA ORGANIZACIONAL	27
2.1 PRÁTICAS CORPORAIS E MULTISSENSORIAIS	36
2.2 MATERIALIDADE.....	38
2.3 CATEGORIAS ESTÉTICAS	39
2.4 COMÉRCIO DE FLORES NA FEIRA LIVRE E ESTÉTICA ORGANIZACIONAL: UMA ARTICULAÇÃO.....	43
3 CAMINHOS METODOLÓGICOS	49
3.1 “VOCÊ NÃO QUER ESTUDAR FEIRA? ENTÃO, TEM QUE SENTIR O PESO”: A ABORDAGEM DA COMPREENSÃO EMPÁTICA	55
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	68
4.1 A ORGANIZAÇÃO DO COMÉRCIO DE FLORES À LUZ DA ESTÉTICA ORGANIZACIONAL	69
4.1.1 Imersão na Barraca Astromélia	73
4.1.2 Imersão na Barraca Girassol	77
4.1.3 Imersão na Barraca Rosa	81
4.1.4 Imersão na Barraca Antúrio	84
4.1.5 Imersão na Barraca Gérbera	86
4.1.6 Imersão na Barraca Ninfeia	87
4.1.7 Imersão na Barraca Mandacaru	89
4.2 MÃO BOA OU CURSO? O CONHECIMENTO ESTÉTICO NA FEIRA	92
4.3 A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NO COMÉRCIO DE FLORES	96
4.3.1 Categorias agógicas, os ritmos das flores e do sol	97

4.3.2	Categoria estética do belo	107
4.3.3	Categoria estética do feio	111
4.3.4	Categoria estética do cômico	114
4.3.5	Categoria estética do sagrado	116
4.3.6	Categoria estética do pitoresco.....	117
4.3.7	Categoria estética do gracioso.....	119
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
	REFERÊNCIAS.....	128
	GLOSSÁRIO.....	135

PRÓLOGO

Esta dissertação trata de estética organizacional tomando as barracas de flores na feira livre como lócus de pesquisa. Dito isto, situada no plano imaginário, peço licença para sair da impessoalidade, lugar de fala comum e iniciar uma roda de conversa¹ que é plural, composta por mim, a pesquisadora que vos escreve, por feirantes de flores, teóricos, minha orientadora Letícia Fantinel, que colocou lenha nesta fogueira, e você leitor, que convido a embarcar nesta viagem imaginária.

Antes de avançar a conversa sobre estética, preciso falar sobre como cheguei aqui e o farei nas próximas linhas, obedecendo a uma ordem de tempo que tem como finalidade principal que eu não me perca nessa linha narrativa. Utilizo as estações do ano como referência temporal, fenômeno cuja sequência é fundamental para o ciclo das flores, seja no outono, que é tempo de colheita, em que as folhas e frutos maduros começam a cair no chão; no inverno, tomado pelo frio; na primavera, estação mais florida do ano; ou ainda no verão, com suas altas temperaturas, em que as árvores estão verdes e cheias de frutos.

Verão de 2016, eu ainda estava crente que esta dissertação seria desenhada em um órgão público, destino este que foi dissolvido em uma tarde à beira do lago da UFES, em uma aula da disciplina de Espaço e Tempo nas Organizações. A partir dali, minha paixão pela feira livre foi acordada, gerou um artigo abordando as práticas na feira livre (FERREIRA; MÓDOLO, 2016) e me preparou a responder a pergunta que mais ouço: “Por que feira livre?”. A resposta: primeiramente, porque é uma questão de gosto (GHERARDI, 2012), de paixão (GHERARDI; STRATI, 2014), de sentimento. O espanto em estudar a feira muitas vezes se dá por conta de, comumente, as organizações serem tomadas enquanto entidades clássicas, com fronteiras definidas, um conceito ao qual compartilho algumas críticas existentes no campo dos Estudos Organizacionais (CAVALCANTI; ALCADIPANI, 2013; CHIA,

¹ Ovi esta expressão pela primeira vez na aula do professor Alfredo Leite da Silva, em 2016, “chamando os autores para a conversa” ao se referir a trazer para a discussão os autores que possuem pensamentos que se harmonizam.

1995; DUARTE; ALCADIPANI, 2016; TSOUKAS; CHIA, 2002): encontra-se aí minha segunda motivação em realizar este estudo utilizando a feira como locus de pesquisa. Desse modo, tomo a feira livre por conta de suas características evidenciarem muitos aspectos caros à abordagem da estética organizacional, de forma que a considero a mais adequada para compreender a feira nos aspectos aqui propostos, que serão aprofundados oportunamente nesta dissertação. Uma terceira resposta é dar voz aos atores que compõem esta organização milenar e que são partes desta nossa roda de conversa.

Primavera de 2016, “fincamos² raízes” na feira livre e florescemos a ideia de trabalhar com a estética organizacional, proposta por Antônio Strati como linha teórica principal e como pano de fundo as práticas ou maneiras de fazer de Michel de Certeau. A feira livre foi restringida a barracas de flores, que é um dos produtos mais sensíveis e delicados na feira, o que foi considerado ideal para se trabalhar a estética.

Outono de 2017 findando, levamos para a banca de qualificação a experiência estética e as maneiras de fazer o comércio de flores. No entanto, por conta da contribuição do professor Rubens, optamos por seguir apenas com a estética organizacional, com a finalidade de construir um recorte mais apropriado para a dissertação. A professora Ana Silvia sugeriu ainda colocar em relevo a lacuna de se estudar a feira livre. Na primeira reunião pós banca, eu e Letícia aprovamos estas e outras sugestões propostas pelos professores componentes.

Inverno 2017 estive em campo, mas falo mais sobre esta estada no capítulo de metodologia; aqui, gostaria de falar apenas o que antecedeu minha opção, que percorreu um longo caminho. Minhas escolhas iniciais foram por feiras que me eram convenientes por conta da proximidade de onde resido. A primeira escolha foi impossibilitada por motivos de força maior, que, por questões alheias à minha

² Quando falo na primeira pessoa do plural, trata-se de mim e minha orientadora Letícia Dias Fantinel.

vontade, não posso narrar aqui. A segunda escolha foi impossibilitada por uma situação em que experienciei o assédio³ praticado por um dos que viriam a ser estudado, o que me incomodou e, por conta desta pesquisa ser pautada em sentimento, optamos por procurar por um novo *lócus*. Volto para a minha peregrinação, e, sob indicação de amigos, visitei a feira livre de Itapuã, em Vila Velha, e a feira de Jardim da Penha em Vitória. Optei por esta última por conta da maior receptividade dos sujeitos à pesquisa e por ser em sua maioria formada por feirantes mulheres, além de ser mais acessível em termos geográficos.

A primavera de 2017 marca a florada desta dissertação com a colheita dos registros sobre o conhecimento sensível através da experiência estética vivida nas incursões a campo. Esta temporada de floradas é também marcada pela discussão e análise do que experienciei ao revisitar minhas memórias motivadas pelo material produzido em campo.

O Verão de 2017/2018 também produz algumas flores, não sendo característica exclusiva da primavera. Assim, nesta estação também afloraram as considerações finais e o refinamento do texto final, além do polimento do que foi produzido. É nesta estação que o produto final deste trabalho é apresentado à banca para defesa, para habilitar a polinização do conhecimento.

Fecho este prólogo que narrou fragmentos pessoais e acadêmicos do caminho que percorri durante a confecção desta dissertação para convidar a você leitor para o nosso próximo ponto desta roda de conversa, que é a Introdução.

³Faço aqui um convite a ampliarmos o debate sobre assédio na pesquisa acadêmica, mais precisamente em nossas experiências de campo.

1 INTRODUÇÃO

Estamos no inverno, é manhã de sábado e, na Rua Comissário Octávio Queiroz, no bairro Jardim da Penha, acontece à feira livre. Estou na barraca de flores aprendendo a fazer um arranjo com R2⁴ e, em meio às conversas com G1 e R1, os fregueses, convidados por nossas gargalhadas, também participam da conversa. Pronto, está ali formada uma boa roda de conversa. (Diário de campo, julho de 2017).

Participar desta conversa careceu de certa dose de conhecimento sensível, pois é o que constitui a estética na vida organizacional e este é o nosso assunto nesta dissertação, construída como uma roda de conversa multissensorial, em meio à organização cotidiana do comércio de flores na feira livre. Aqui, a feira livre não é tomada como organização rígida, homogênea e reificada, mas sim como uma forma organizativa dinâmica entremeada por organizações que acontecem (SCHATZKI, 2006) enquanto “produto de processos por meio dos quais é inventada, negociada e redefinida utilizando todo o complexo das faculdades de criação do conhecimento de atores organizacionais e de estudiosos da organização (STRATI, 2000a, p. 13 tradução minha). Neste contexto, a estética organizacional é aflorada pelo conhecimento sensível que é percebido, julgado, produzido e reproduzido por meio dos sentidos humanos, estando relacionado às ações e relações emocionais de cada indivíduo (STRATI, 2007a, 2007b), cuja peculiaridade é ilustrada a seguir:

O músico tem o direito de tocar, é seu trabalho. Mas as duas mulheres que trabalham no escritório das secretárias também têm o direito de não ser perturbadas. A música é suave, mas o prazer inicial que suscitou desapareceu e a agradável surpresa sentida pelas duas secretárias quando a escutaram pela primeira vez transformou-se em obsessão. Elas me confiam o desejo secreto de que a música pare e de que o músico desapareça junto com ela. Eis o que constitui a estética na vida organizacional: suavidade e obsessão, sentimentos de prazer e desejo de destruição, fonte de conflito, origem de problemas de difícil solução, mesmo numa realidade socialmente construída (STRATI, 2007a, p. 9).

O episódio entre o músico e as secretárias, ilustrado de forma magistral por Antônio Strati, reforça o posicionamento estético do autor e ressalta sua expertise em captar determinados aspectos do cotidiano organizacional. Tais aspectos junto ao conjunto

⁴ A identidade dos feirantes foi preservada.

de publicações e trabalhos realizados na área da estética organizacional, frutos de suas pesquisas, o coloca como um dos principais autores utilizados para o estudo da estética organizacional.

A maestria da estética na vida organizacional é composta de sentimentos, emoções, ouvir, falar, enxergar, sentir e o julgar e que incorporam as experiências estéticas e evocam o conhecimento sensível (STRATI, 2007a). Assim, Strati (2007a) considera que as ideias fundidas no plano racional são “desprovidas de erotismo, de sensações belas ou feias, de perfumes e odores desagradáveis, de atração ou repulsão [...] privando-as de suas características terrestres de materialidade e corporeidade” (STRATI, 2007a, p. 13). Portanto, a estética organizacional perpassa as diferenças individuais em razão das nossas percepções sensoriais e julgamentos estéticos (GHERARDI; STRATI, 2014); este, por sua vez, caminha entre estética e a compreensão da vida organizacional (STRATI, 2003; STRATI; MONToux, 2002).

O estudo da estética pode dar-se em várias manifestações da vida organizacional, como a gestão e participação, aspectos físicos e materiais, artefatos organizacionais, entre outros (STRATI, 2007a). A compreensão da estética organizacional é possibilitada mediante a abordagem empático-estética, adotada neste estudo (e que será abordada oportunamente nesta dissertação), segundo a qual o pesquisador deve imaginar-se no lugar do outro, ação que possibilitaria compreender seus propósitos, motivos e sentidos (STRATI, 2007a). Este feito dá voz à experiência estética pessoal ao (re)viver a história do outro, seja através da observação ou de um relato e a partir dos sentidos e julgamento estético (STRATI, 2015).

A estética organizacional se apresenta como uma perspectiva criativa e inovadora, permeada de sensibilidade e capaz de desvelar os enigmas da vida organizacional (BIEHL-MISSAL; FITZEK, 2014; WOOD JR; CSILLAG, 2001). De acordo com Strati (2003), o estudo da estética presta quatro contribuições: 1) insere a pessoa humana no processo de conhecimento organizacional; 2) trata da corporeidade no seio organizacional; 3) discute o conhecimento estético a partir da construção social na vida organizacional; e 4) aborda a relação entre pessoas e formas, que são interpretadas, inventadas e reinventadas pelos atores organizacionais. Neste mote,

o presente estudo se insere em meio ao contexto das feiras livres e das flores, unindo-se a outros estudos que abordam, sob diferentes óticas, tais formas organizativas (CARRIERI et al., 2012; DOMINGUES; GRIPP, 2015; SARAIVA; CARRIERI; SOARES, 2014; SATO, 2007; SILVA, 2007; VEDANA, 2013).

As feiras livres no Brasil perpassam a própria história do país, com raízes demarcadas pelas trocas de artigos entre povos indígenas e com o europeu e a oficialização das feiras por Dom João III ainda nas primeiras décadas do ano de 1500. Assim, com o avançar do Brasil Colônia, tem-se o comércio polarizado: de um lado, a oferta de produtos nobres e importados; de outro, ao ar livre, em uma única rua, o comércio de produtos da terra. Trazendo para a atualidade, as feiras livres guardam características desde sua concepção em terras brasileiras, com barracas de tamanhos organizadas lado a lado em logradouro público com dias e horários de funcionamento estabelecidos pelo poder executivo municipal. Em maior escala, são ofertados produtos da terra, mas não necessariamente os feirantes são os produtores, configurando-se muitas vezes como intermediários entre o campo e a cidade. Dentre tais ofertas, estão as flores, cujo comércio é tomado neste estudo.

Por fim, justifico a importância deste estudo, pelo uso da abordagem da estética organizacional enquanto elemento revelador do conhecimento sensível. Destaco sua relevância, assim, baseada em quatro pilares básicos: (1) por conta do uso das diversas categorias estéticas; (2) pela diversidade estética presente no universo de flores na feira livre; (3) pelo uso da compreensão empática, método específico para investigação da experiência estética; (4) por conta da mobilidade espacial característica da feira livre. Os parágrafos a seguir tratarão de explanar cada um dos pilares apresentados, que justificam o presente estudo.

Como característica distintiva do presente estudo, considere o emprego da **multicategorialidade** da estética, posto que a categoria do belo é a mais recorrente dentre os estudos sobre estética organizacional (STRATI, 1992, 2007a). Sendo assim, este estudo permeia diversas categorias no contexto do comércio de flores na feira livre, em um misto que não necessariamente faz com que as mesmas se sobreponham ou se destaquem uma das outras, mas sim que se complementem, tecendo uma trama de conhecimento organizacional (LOPES; SOUZA; IPIRANGA,

2014). As categorias estéticas são de extrema importância para a compreensão estética na vida organizacional, e é por meio delas que a linguagem habitual dos praticantes é desvelada.

A **diversidade** de aspectos estéticos presente no comércio de flores da feira livre permitiu entrecruzar prática e teoria, ativar as faculdades perceptivas sensoriais, experienciar o juízo estético, examinar as categorias estéticas, captar a materialidade dos artefatos organizacionais, vivenciar a experiência estética e apreender o conhecimento sensível e tácito do feirante. A fragilidade do manuseio da flor, por exemplo, fornece o tom da sensibilidade que a estética requer para desabrochar. Portanto, para afloramento da estética, o comércio de flores da feira é um solo fértil por ser permeada por sons, coloridos, cheiros, sabores, toque, conhecimento sensível e tácito e espaço de descontração. Assentindo, Strati (2015) coloca que a diversidade de sentimento estético peculiar a cada ator organizacional compõe a pluralidade da estética organizacional.

Compondo a singularidade do presente estudo, adotei a **compreensão empática** acompanhada de método próprio para seu estudo como estratégia para a investigação da experiência estética. A compreensão empática demanda ativar os sentidos e juízo estético para imersão no campo a ponto de se colocar no lugar do outro para assim ser capaz de coletar⁵ os dados. Esta imersão de corpo e alma para além da racionalidade é também emocional e estética (STRATI, 2015). Reforçando este pilar contributivo, insiro aqui o estudo de Lopes, Ipiranga e Silva Junior (2017) que apresentam possíveis contribuições para a abordagem da compreensão empática e apontam que poucos são os estudos que a abordam para a análise organizacional. Isto posto, este estudo contribui no aspecto metodológico para a abordagem da compreensão empática, uma vez que a coloca como estratégia para a investigação da experiência estética na feira livre.

⁵ A literatura aponta o termo coleta, no entanto, habilitada pelo uso do “texto aberto”(STRATI, 2007a), utilizei o termo “colheita” em uma ideia de algo que foi plantando, germinado, cuidado, cresceu e foi colhido.

A **dinâmica** do movimento das atividades organizacionais da feira livre no aspecto temporal permite viver a experiência estética a partir das interações no contexto em que a feira livre acontece. O ritmo dos movimentos das atividades organizacionais delineadas pelo tempo da feira e das flores, marcado pela efemeridade, é tratada na seção que aborda as categorias estéticas. Isto posto, adianto que é o ritmo do tempo da natureza que conduz o movimento das atividades organizacionais na feira livre, peculiaridade a qual destaco como contribuição desta pesquisa.

Ainda que a presente pesquisa se valha de caminhos metodológicos específicos para a compreensão da estética, Strati (STRATI, 1992) aponta que a fragilidade da investigação à luz da estética organizacional é a definição do objeto de análise, para além dos caminhos metodológicos traçados previamente. Assim, este estudo presta contribuições tomando o contexto das flores na feira livre para viver a experiência estética.

Definida a linha teórica que deu sustentação ao estudo, apresenta-se a seguinte questão: **como se desvelam as experiências estéticas no comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha em Vitória – Espírito Santo?**

Para responder ao questionamento proposto, o presente estudo tem como objetivo geral **compreender as experiências estéticas engendradas no comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha, em Vitória – Espírito Santo**. Isto posto, traçamos os seguintes objetivos específicos:

- a) Revelar a organização do comércio de flores nos contextos organizacionais estudados enquanto fenômeno mediado pela estética organizacional;
- b) Desvendar de que forma o conhecimento sensível marca as especificidades do comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha;
- c) Descrever e refletir a experiência estética a partir das práticas corporais e multissensoriais, materialidades e categorias estéticas vivenciadas pelos feirantes de flores na feira de Jardim da Penha.

O caminho metodológico utilizado para alcançar o objetivo proposto foi traçado pela abordagem qualitativa a partir do uso da observação participante para a produção de dados. Como estratégia para a apreensão da experiência estética, utilizei a

compreensão empática (STRATI, 2007a). A compreensão empática permite, conservando a dimensão estética, descrever os “fragmentos da vida organizacional”, muitas vezes desprezados por serem considerados irrelevantes, por ausência de conhecimento de como estudá-los para compreender a organização e devolver à comunidade científica e aos estudantes tal conhecimento (STRATI, 2007a). A investigação a partir da compreensão empática me exigiu, enquanto pesquisadora, aproximação e envolvimento com a feira, feirantes e tudo o que se relaciona com o universo das flores neste contexto. Exigiu-me intimidade, emoção, colocar-me no lugar do outro, ativar a imaginação e as faculdades perceptivas e sensoriais, além de certa dose de estranhamento e familiarização, exercício no qual precisei aprender a linguagem do feirante (GHERARDI, 2012) e exercitar a empatia.

De tal modo, após introduzi-lo nesta conversa – afinal, estamos⁶ juntos nessa – percorremos um caminho ao longo desta introdução, apresentando o cenário, conceitos utilizados, problema proposto, objetivos, justificativas e relevância do trabalho, que são os insumos para nosso ponto de partida. Em um segundo momento, tratado no capítulo 2, chamo para esta conversa, de forma mais aprofundada, Antônio Strati, por conta de o autor ser o precursor da estética organizacional, e convido, ainda, outros autores que dialogam com o tema para a construção de um quadro teórico de referência. Isto posto, no capítulo 3, traço os caminhos metodológicos que me nortearam em campo para viver a experiência estética em meio aos feirantes de flores. Assim, para esta conversa, proponho-me a dar voz aos feirantes e, no capítulo 4, trato das revelações desta polifonia. No capítulo 5, concluo, com as colheitas obtidas nesta longa conversa. Por fim, destaco que o estudo dispõe de um glossário que organiza os termos relacionados à floricultura e feira livre utilizados neste estudo, para melhor compreensão de termos específicos utilizados.

⁶ Eu, você, leitor, e minha orientadora Letícia Fantinel, que autoriza e chancela esta escolha.

2 ESTÉTICA ORGANIZACIONAL

A estética tem sua origem no campo filosófico da Grécia Antiga, em estudos de precursores como Aristóteles e Platão, cuja inquietude intelectual versava sobre a arte em sua forma apreender apenas o belo, para eles o bom, o belo e o verdadeiro era apenas uma unidade (HANCOCK, 2005; IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016; STRATI, 1992). Entre tantos pensadores que delinearam a estética ao longo do tempo, remontando sua origem filosófica, passa-se pelo campo das Artes, Sociologia, Psicologia, entre outros. Assim, a estética é enraizada no terreno da sociologia da organização, teoria organizacional e estudo de gestão (STRATI, 2008a; TAYLOR; HANSEN, 2005) e incorporada aos Estudos Organizacionais no final dos anos 1980, em estudos que se diziam dotados de “inspiração estética” (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016).

Entretanto, foi apenas em meados dos anos 1990, por meio dos estudos de Antônio Strati, com a semente da consciência estética para a compreensão da vida Organizacional e a proposta da “metáfora epistemológica” no lugar da análise lógico-racional, que os estudos se alavancaram (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016; STRATI, 1992). Tal metáfora caracteriza-se por considerar as culturas, símbolos organizacionais e estética no contexto do cotidiano organizacional e objetiva captar a experiência vivida pelos atores organizacionais quando agem (STRATI, 2007a). Tais experiências vividas no plano imaginário são validadas pelo critério de plausibilidade entre pesquisador e leitor de forma recíproca (GHERARDI; STRATI, 2014), “ao moldar a situação plausível que é crucial para a compreensão estética, sua confiança recíproca é mais incisiva do que a sua crença no conhecimento real” (STRATI, 1992, p.577). Assim, Strati (STRATI, 1992) explica seus anseios ao escrever sobre a estética organizacional:

Eu procurarei mostrar ao leitor a complexidade, a ambiguidade, a sutileza e a onipresença da estética na rotina organizacional e a riqueza e plausibilidade do conhecimento gerado pelo exame da experiência estética. Devo também salientar que o pesquisador tem acesso direto à estética na vida organizacional, às suas características e às suas diversidades, à sua abstração e à sua visibilidade. (STRATI, 1992)

As formas como organizações são vistas, sejam belas, feias, graciosas ou sagradas, entre uma infinidade de sentimentos agradáveis ou não, tem em seu cerne, adjetivos

categóricos estéticos que dizem muito sobre a organização (STRATI, 1996). Desse modo, a estética possibilita a produção de conhecimento sobre a organização pela via da sensibilidade.

A afirmativa de que a estética está relacionada ao conhecimento sensível é ratificada por Strati (1996), que se filia à ideia de estética proposta pelo filósofo Alexander Gottlieb Baumgarten, que considerava a estética como um dos dois componentes da teoria do conhecimento, sendo margeado pela lógica, que investiga o conhecimento intelectual e por estética que investiga o conhecimento sensível.

A estética da vida organizacional aflora o conhecimento sensível, que é percebido pelos sentidos da visão, audição, paladar, tato e olfato, que acontece em sincronia com o juízo estético do ator organizacional (GHERARDI; STRATI, 2014; STRATI, 2000b, 2005a, 2007a). O sentido, para Strati (2014), passa por diversos significados e níveis de experiência, sendo margeado pela percepção sensorial da ação social e por aquilo que o outro compreende e representa através da linguagem. Ampliando, Strati (2014) posiciona a linguagem como o lugar de vivência, transitório e de conexão com o mundo e com as pessoas. Isto posto, o ator organizacional emprega suas faculdades perceptivas e juízo estético para, através da linguagem, manifestar, por exemplo, se algo é belo ou feio, se é bom ou ruim e, ao se expressar, incorre em ser aceito ou não pelos outros atores organizacionais (STRATI, 2007a). Neste contexto, Strati (1996) ainda agrega o verbo grego *aisthanomai*, que trata da capacidade de perceber com os sentidos e sentir através das percepções do corpo. Assim, o conhecimento sensível é produzido e reproduzido através dos sentidos humanos, estando relacionado às ações e emoções dos atores organizacionais (STRATI, 2007a, 2007b).

O estudo da estética fertiliza o olhar do pesquisador para o afloramento de uma percepção detalhista de um fenômeno organizacional que é importante para a compreensão da estética. Isto posto, Strati (2007c) propõe a imersão do pesquisador nestes detalhes, se deixando ser absorvido para evocar e reviver, encontrando representações para tais fenômenos como sendo parte do estudo da estética na vida organizacional.

À luz da temática da estética organizacional, diversas são as possíveis abordagens para seu estudo. No entanto, Strati (STRATI, 1992) elenca três que classifica como

mais relevantes: (1) o ator organizacional que vive e descreve o fato organizacional para o pesquisador se valendo da experiência estética; (2) o pesquisador que ouve, imagina e descreve tal experiência a partir dos fatos narrados pelo ator organizacional e 3) o leitor que, através da descrição do pesquisador, imagina o fato, revive a experiência, retrabalhando a descrição inicial.

Assim, a estética nas organizações pode ser estudada e concebida de várias maneiras, e uma delas é a experiência estética ou experiência vivida, que é de grande importância para a compreensão da vida organizacional (STRATI, 2007a). Descortinando os conceitos, a experiência vivida é aquela em que o sujeito está inserido na situação organizacional; já as memórias vividas são aquelas que tal sujeito, a partir de uma descrição, imagina o cenário organizacional e o explora. A emersão destas lembranças é chamada por Strati (2007a, p. 120,121) de “características estéticas dominantes” ou apenas de “estética dominante”, dimensão “que não é vista, mas ativada e utilizada na gestão da vida organizacional”.

Em acordo, tem-se a ideia de “textura” (GHERARDI; STRATI, 1990) que, sob a perspectiva do que é impalpável nas ações dos atores organizacionais, toma o domínio imaginário imerso por sentimentos de coletividade, reciprocidade, equívoco e mudanças, que se conectam e se cruzam. Assim, a textura organizacional dialoga com a ideia de estética organizacional, por contar com o intangível e sentimentos ímpares.

Outro conceito importante do autor que viabiliza conhecer melhor a vida cotidiana de determinada organização é o de posição imaginária (STRATI, 2007a). Pode-se dizer que a posição imaginária é uma observação participante realizada no plano imaginário e que é construída através de indícios que descrevem o fenômeno (STRATI, 2007a). A imaginação do ator organizacional emprega os sentidos humanos e o juízo estético, concebendo assim o conhecimento sensível (STRATI, 2007a).

O julgamento ou juízo estético, palavra oriunda do latim *judicium*, está relacionado à capacidade do espírito, impossibilitando comprovação lógica (STRATI, 2007a). O juízo estético e os sentidos geram o conhecimento sensível ou conhecimento estético. Desse modo, o juízo estético é tido como um sexto sentido, o qual “permite avaliar se alguma coisa é agradável ou não, se corresponde ao nosso gosto ou não,

se nos ‘envolve’ ou nos deixa indiferentes, ou mesmo nos repugna” (STRATI, 2007a, p. 11).

O juízo estético pode ser compreendido principalmente no cotidiano organizacional, cuja representação para o sujeito não necessariamente reflete ao que ela realmente é (STRATI, 2007a). Trata-se do sujeito que julga e da organização que é julgada, e é nesse cenário que o pesquisador se coloca como espectador que converte as percepções no campo em categorias estéticas. A ação de o pesquisador se colocar no papel de espectador é a base para a compreensão empática, que consiste em o pesquisador se colocar no lugar do outro em um plano imaginário.

A compreensão empática é metodologicamente baseada nas ideias de Max Weber, que, apesar do enfoque à explicação causal da ação social, evidenciou as dimensões da análise empática, artística e emocional (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016; STRATI, 2007a). Desse modo, a compreensão empática consiste no pesquisador se imaginar no lugar do outro cuja ação deseja explicar. O distanciamento entre a compreensão intelectual e empática é apontado por Ipiranga, Lopes e Souza (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016), ao afirmarem que:

Aquilo que é racionalmente evidente é intelectualmente compreendido. Já aquilo que é empaticamente evidenciado é amplamente reexperimentado. Se por um lado somos capazes de entender teoremas e inferências a partir de dados empíricos, por outro lado só poderemos compreender eventuais erros caso já tenhamos passado por eles. Assim a compreensão de estados irracionais e emocionais só é possível caso nós mesmos já tenhamos passados por tais estados. (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016)

Assim, a partir da compreensão empática, o estudo da estética organizacional é possibilitado frente a quatro abordagens: arqueológica, empático-lógica, empático-estética e artística. As três primeiras possuem marco de desenvolvimento na década de 1980 e início de 1990, encontram-se arraigadas nos estudos de cultura e simbolismo organizacional; a última, desenvolvida no início dos anos 2000 em meio aos estudos sobre organização e arte. Para Strati (2010), as quatro abordagens diferem entre si quanto à atitude do pesquisador frente à pesquisa e às propriedades da dimensão estética, sendo explanadas nos parágrafos a seguir.

Na abordagem arqueológica, o pesquisador assume o papel metafórico de arqueólogo para investigar fragmentos da vida organizacional, a partir dos artefatos organizacionais, valores e símbolos que podem estar explícitos ou não (STRATI, 2007a, 2010; STRATI; MONToux, 2002). O pesquisador ativa os sentidos e o juízo

estético para analisar as formas e funções dos artefatos organizacionais predominantes ou marginais na dinâmica organizacional (STRATI, 2007a).

Na abordagem empático-lógica, o pesquisador se vale tanto do conhecimento empático como do lógico-analítico e considera materiais com aspectos palpáveis e impalpáveis na cultura organizacional (STRATI, 2007a). Nesta abordagem, o pesquisador caminha em três fases interativas, sendo a observação, interpretação e análise ou redação dos resultados (STRATI, 2007a, 2010). O momento de observação exige do pesquisador a compreensão empática e a reflexão sobre as sensações experimentadas a ponto de nomeá-las, antes que cause familiarização. Depois disso, a interpretação das observações se dá com base nos sentimentos, reflexões, no conhecimento empático e “resistindo à tentação de não interpretar os artefatos organizacionais” (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016; STRATI, 2007a). Por fim, na análise ou redação dos resultados, o pesquisador abandona o conhecimento empático e sua interpretação para dar lugar à análise analítica, seguindo o rigor dos métodos lógico-analítico (STRATI, 2007a).

Na abordagem empático-estética, o pesquisador seleciona um assunto no cenário organizacional de acordo com seu gosto e, a partir dos sentidos e juízo estético, mergulha empaticamente nas atividades dos atores organizacionais (STRATI, 2007a). Este mergulho ao encontro do outro no contexto organizacional permite que o pesquisador revisite suas experiências e as reviva ao descrever as observações coletadas, para que transforme dados de pesquisa em “texto aberto” (STRATI, 2007a, 2010; STRATI; MONTAUX, 2002).

A abordagem artística está relacionada à experiência artística para coleta de informações sobre gestão dos processos organizacionais, ainda que estejam distanciadas do domínio artístico. O foco lúdico e criativo da abordagem artística é utilizado para enfoque sobre liderança organizacional.

A figura 1, apresentado a seguir, sintetiza as abordagens apresentadas.

Figura 1- Quatro abordagens para o estudo da estética

ABORDAGEM	ESTILO DO PESQUISADOR	ÊNFASE	FORÇAS	LIMITAÇÕES
Arqueológica (Berg, 1987)	O pesquisador assume o disfarce de um arqueólogo ou um historiador de arte para investigar valores e símbolos que destacam aspectos-chave das culturas organizacionais.	O simbolismo da arte e da estética na vida organizacional	O lado estético das culturas organizacionais e da gestão simbólica das organizações	Estética é auxiliar ao simbolismo
Empático-lógica (Gagliardi, 1996)	O pesquisador se baseia na coleta de conhecimento da compreensão empática e lógico-analítica, considera material com aspectos impalpáveis de culturas organizacionais e move-se através da observação, interpretação e análise.	O <i>pathos</i> dos artefatos organizacionais	Conhecimento pré-cognitivo das organizações e o controle organizacional baseado no <i>pathos</i> dos artefatos	Estética é traduzida em descrições lógico-analíticas
Empático estética (Strati, 1992)	O pesquisador escolhe um assunto para investigar de acordo com seu gosto, ativa seus sentidos e juízo estético no cenário organizacional, a fim de fundir-se com ele e compartilhar empaticamente as atividades dos atores organizacionais.	A negociação coletiva Cotidiana da estética organizacional	Materialidade da vida organizacional cotidiana e também das interações do pesquisador tanto com os atores organizacionais quanto com os estudiosos de organizações	Estética está fundamentada na perícia
Artística (Monthoux, 2004)	A abordagem artística enfoca a experiência artística para reunir informações sobre a gestão dos processos organizacionais. O foco lúdico e criativo da abordagem artística é utilizado para enfoque sobre liderança organizacional.	A criatividade e o divertimento das interações organizacionais	A performance artística em gerenciar os processos organizacionais	Estética é "restrita à arte"

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Strati e Montoux (2002) e Strati (2007a, 2009, 2010, 2015b)

Para atender ao objetivo proposto nesta dissertação, optei por utilizar a abordagem empático-estética (STRATI, 2007a, 2010; STRATI; MONToux, 2002) por entendê-la como a mais adequada para analisar e compreender a experiência estética, uma vez que trabalha com os sentidos e juízo estético para se emaranhar ao meio em que se pretende estudar. Desse modo, optei por seguir a proposição sugerida por Strati (2007a): (1) o pesquisador deve estar disposto a se colocar no lugar do ator organizacional, praticando assim a empatia; (2) a compreensão empática requer um método específico para a coleta de dados; (3) as definições das situações empáticas; (4) a arquitetura e o estilo próprio para a descrição da empatia, com o uso de “texto aberto”; (5) o reconhecimento da característica dominante no processo do conhecimento. Estes cinco componentes da compreensão empática serão tratados de forma mais aprofundada no capítulo de metodologia desta dissertação.

Para compreender a organização, Strati (2007a) aponta o conhecimento sensível como via para o conhecimento organizacional. Para Strati (2007a), a estética é uma forma de conhecimento sensível, composta pelas faculdades perceptivas sensoriais e pelo juízo estético, e está relacionada à corporeidade que é moldada no espaço organizacional. O conhecimento sensível estaria, assim, relacionado à construção cultural, seja social, organizacional ou linguística (VERGARA, 2008). Ainda, é importante destacar que, para Keenan (2016), o conhecimento estético é alicerce para as cognições, ação prática, compreensão das formas organizacionais, compreensão da eficácia, além de auxiliar na tomada de decisão e fundamentar os juízos estéticos. O conhecimento sensível, para Strati (2007b), diz respeito a três aspectos da vida organizacional: práticas corporais e multissensoriais, materialidade da vida organizacional e categorias estéticas, que serão tratadas oportunamente nesta seção.

Para ilustração dos aspectos conceituais desenhados até aqui, optei pela representação metafórica da fotografia da flor sob a pele (figura 2⁷), na qual cada pétala representa um elemento unido ao conhecimento sensível, que estrutura os

⁷ A fotografia em questão foi feita especialmente para este trabalho, com autorização da modelo. A fotografia dialoga com o objeto deste estudo na medida em que a tatuagem evidencia-se na materialidade corporal da pele, fixando nela o desenho da flor, entrecruzando sentidos e sensibilidade.

aspectos estéticos. A linha delimitadora de cada pétala se entrecruza, pois é margeada por interação e construção social. Por fim, a flor encontra-se tatuada sob a pele e eternizada pela fotografia, tratando-se de um elemento a ser observado (de caráter didático e analítico), não refletindo a totalidade do fenômeno em sua complexidade, uma vez que, no cotidiano, as interações acontecem a todo momento de forma dinâmica.

Figura 2 - Formação do conhecimento sensível



Fonte: Fotografia de Fabio Machado (2018), modelo Isabela Bujato e intervenções da autora.

O gosto é construído através de nossas interações sociais e, apesar das funções sensoriais serem próprias do indivíduo, são também objeto de processos sociais que são constantemente refinados, distinguindo então as faculdades sensoriais do julgamento estético (GHERARDI, 2012; GHERARDI; STRATI, 2014). O estudo de Wasserman e Frenkel (2011) ilustra esse pensamento, ao analisar um edifício sob a ótica da estética organizacional, em que a fala de um pesquisado destaca a

definição de “bom”, que é feita por um julgamento sensível-estético, na ideia do que é útil, ao passo que poderia ter definido como “belo” em um julgamento perceptivo sensorial da visão, por exemplo:

M., também de um dos departamentos de diplomática, exprimiu-se da mesma forma: "é que um edifício diplomático parece que... parece bom, impressionante e representativas, e ajuda-me com o meu trabalho como diplomata". (WASSERMAN; FRENKEL, 2011, p. 511 tradução minha)

A estética organizacional propicia, portanto, uma infinidade de abordagens e estudos na área acadêmica, como, por exemplo, pesquisas em ambiente hospitalar (ARYA, 2016), abordagem da liderança estética (AZIMI; ALVEDARI; NIA, 2016; BATHURST; CAIN, 2013; BATHURST; KENNEDY, 2017; BATHURST; WILLIAMS, 2014; HANSEN; ROPO; SAUER, 2007), corporeidade e estética (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014), estética e teoria da Gestalt (BIEHL-MISSAL; FITZEK, 2014), a linguagem estética como expressão para o anticonsumismo (BIEHL-MISSAL, 2013), estética e escrita acadêmica (BIEHL-MISSAL, 2014), estética e empreendedorismo sustentável (POLDNER; SHRIVASTAVA; BRANZEI, 2017), estética e práticas (SOARES; BISPO, 2017). Em consulta a estudos publicados nos últimos cinco anos, que estão disponíveis nas bases de dados SAGE, EBSCO, EMERALD, JSTOR, SCIELO, ELSEVIER, SCOPUS e WEB OF SCIENCE, foram encontrados apenas nove estudos com a temática da experiência estética. Os estudos versavam sobre experiência estética nas práticas culinárias (IPIRANGA; LOPES; SOUZA, 2016; SOARES; BISPO, 2017), experiência estética através da aprendizagem de gestão organizacional (MACK, 2015), experiência estética através da estética das artes (LAPUM et al., 2012), aprendizagem experiencial e conhecimento estético (SUTHERLAND; JELINEK, 2015), experiência estética em um museu com o uso de rastreamento de movimento (TRÖNDLE et al., 2014), experiência estética de pequenas belezas (TAYLOR, 2013), experiência estéticas através da narrativa da estética visual (HENRIKSEN; TJØRNHØJ-THOMSEN; HANSEN, 2011), experiência estética e identidade (NARDUCCI, 2016). Isto posto, o presente estudo contribui ampliando os estudos na abordagem da estética organizacional no contexto da feira livre.

As seções seguintes adentrarão a composição do conhecimento sensível em três aspectos da estética na vida organizacional: práticas corporais e multissensoriais, materialidade da vida organizacional e categorias estéticas (STRATI, 2007b). Estes

aspectos foram ilustrados por Strati (2014) com diversas pesquisas empíricas a fim de esclarecer a noção de conhecimento sensível e sua importância para a análise organizacional. Tais exemplos objetivam demonstrar que o conhecimento sensível se relaciona a estes três aspectos da vida organizacional.

2.1 PRÁTICAS CORPORAIS E MULTISSENSORIAIS

As práticas do conhecimento e aprendizagem consideram os processos corporais e multissensoriais, para além dos racionais e analíticos (STRATI, 2007b). Na abordagem da estética organizacional, considera-se que o corpo perpassa o status de organismo vivo, pois é canal para a realização da experiência estética. Este corpo na organização ou ator organizacional “é uma entidade híbrida, composta de elementos não-humanos inseparáveis da pessoa humana e de sua corporeidade” (STRATI, 2007a, p. 172). Desse modo, tem-se a corporeidade revestida de conhecimento sensorial e de relações sociais (STRATI, 2010). A corporeidade permite compreender as sutilezas do ator organizacional, das paixões, dos desejos, dos desgostos, das habilidades manual, boa audição, bom olfato ou não entre tantas outras singularidades (STRATI, 2015). Esta consciência coloca em relevo a singularidade individual e coletiva, para além da padronização e massificação das pessoas (STRATI, 2015).

O caminho para a compreensão da estética da vida organizacional reside na corporeidade “refinada” dos atores organizacionais, que são providos das faculdades sensitivas e juízos estéticos (STRATI, 2007a). “A corporeidade, diversa apenas em gênero e formas, demonstra que a natureza corpórea é única e específica de cada ser e que, portanto, não constitui limite para a integração numa prática coletiva” (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014). Assim, a diversidade se dá pela via da materialidade e de sua construção social, por conta da particularidade das faculdades sensoriais.

A compreensão da organização passa, assim, pelas formas como ela se apresenta, podendo tais formas serem humanas e não humanas ou materiais e imateriais, de forma a serem captadas pelas faculdades sensoriais-perceptivas e sofrerem

juízo estético (STRATI, 2007a). Tais formas podem ainda se materializar em artefatos organizacionais (GAGLIARDI, 1990, 2016; STRATI, 2007a) e artefatos corporais (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014). Nesse sentido, ao transgredir a fronteira entre material e simbólico, concorda-se com a perspectiva de Bertolin, Cappelle e Brito (2014), para quem “a abordagem estética rompe com a tradicional dicotomia mente/corpo e põe em evidência o corpo como artífice do conhecimento.”

O corpo é o meio para a manifestação da estética organizacional, pois sente, julga e age; em suma, corpo e organização coexistem. Para Bazin (2013, p. 377), “não há profissões ou organizações que funcionam sem corpos e gestos”, compreendendo gestos como rotinas de movimentos corporais geridos nas dimensões técnica, estética e de personificação. No entendimento de Bazin (2013), o afloramento de um gesto pode ser sequencialmente a percepção da situação, sentir, julgar e executar o gesto apropriado, o que pode resultar em padronização e normatização da ação do ator organizacional.

Em um estudo teórico-empírico, Kachtan e Wasserman (2015, p. 411) investigaram como a estética dos corpos de soldados e paraquedistas israelenses se configura em controle e resistência. Os resultados da pesquisa apontam para uma “estética alternativa que é delinvente, percebida como selvagem, indomável e quebrando a lei da masculinidade”. O estudo encontrou, três práticas corporais: a) vestuário: enquanto os paraquedistas são obedientes, os soldados quebram as regras para exibir sua masculinidade, uma tática é arregaçar as mangas para expor os músculos; b) manutenção de corpo: fazer a barba, cortar o cabelo e manter a bota brilhando é regra comum, no entanto as duas brigadas se diferem por conta dos soldados terem a necessidade de fazer trabalho de campo e não encontrarem estrutura para manter tais regras; c) cor de pele: Está relacionado não somente a uma marca étnica, mas por estereótipo, no qual o paraquedista é disciplinado e obediente e, portanto, se comportaria como o que se entende como correspondente a uma pessoa branca e, do outro lado, estaria o soldado, que é problemático, resistente às normas, cujo comportamento estigmatizado costuma ser comparado ao de um 'árabe', ou uma pessoa 'preta'.

2.2 MATERIALIDADE

A materialidade, para Strati (2008a), compõe o caráter distintivo da organização, está no corpo que pensa, julga, age e interage, para além de ser instrumento de produção e controle organizacional. As organizações, para Strati (2008b, 2009), possuem sua própria materialidade permeada de corporeidade dos atores e artefatos organizacionais.

Outro ponto sobre a materialidade a partir da perspectiva da estética é a validação da influência dos objetos no seio organizacional, o que viabiliza o acesso às experiências estéticas (FIGUEIREDO, 2014). Os objetos, para além do seu uso, tratados por Strati (STRATI, 1992) de “objetos estéticos”, são especiais por causarem sentimentos seja para quem usa, fala sobre ou até mesmo interage. Este pensamento é ampliado com a ideia de artefatos, que, para Strati (2007a) vão além de sua ontologia, devendo ser analisado sua essência e seu uso ou “ser-em-uso” a partir de suas características estéticas. A materialidade, para além do conhecimento organizacional, não está conectada única e exclusivamente ao plano mental, mas sim corporificada em conhecimento sensível (STRATI, 2008b).

A materialidade está relacionada às interações entre elementos humanos e não-humanos; “é composta de artefatos a que a forma estética é dada mesmo quando eles são impalpáveis, e que os torna, de acordo com o nosso gosto, feio ou bonito ou apenas *Kitsch*” (STRATI, 2010, p. 881 tradução minha). Assim, os artefatos organizacionais dizem algo sobre a organização, de forma que referem-se a diversos aspectos da organização (STRATI, 2007a), sendo constituídos de *pathos* e *ethos*:

Para a abordagem estética, o artefato organizacional tem *pathos* (é “arte” e não apenas “fato”), assim como a vida organizacional não é apenas logos (que diz respeito à sua definição ontológica, sua essência, sua “natureza”), mas também *ethos* (que compreende seus princípios não escritos, seus códigos morais, suas ontologias e a constante regulação de sua legitimidade) e *pathos*, isto é, sua dimensão de sentimento, percebendo pelos sentidos, julgando esteticamente. (STRATI, 2005b, p. 5 tradução minha)

O artefato organizacional é ilustrado por Strati com o enigma da cadeira, em que Strati (1996, 2007a, 2007c) usa a sala de aula para propor a seus alunos que

adivinhem o artefato organizacional mediante pistas, que são explanadas após a revelação de qual artefato se tratava e que sintetizo a seguir:

- O artefato pode ser material e imaterial, compreendido enquanto processo de simbolização e em conexões com as estruturas e eventos organizacionais;
- O artefato não é produzido pela própria organização, ele é adquirido e seu significado é recriado a partir de seu ser em uso;
- O artefato pode ser individual e coletivo, pode pertencer tanto ao indivíduo como à organização, como a tecnologia adotada e a posição organizacional;
- O artefato carece de consideração quanto à pluralidade de culturas e a diversidade de conhecimento (acadêmico, profissional e tácito);
- O artefato pode abrigar relações de poder, conflitos, negociação estética e as identidades organizacionais;
- Os artefatos podem igualmente especificar a posição adquirida em uma organização, fazer parte dos rituais e das cerimônias organizacionais.

Por fim, sua análise é interessante também porque o artefato coloca em evidência quem o usa e traz a atenção de quem o observa. Desse modo, a análise dos artefatos organizacionais, portanto, diz muito sobre a organização que o gerou; contudo, embora seus efeitos sejam mais visíveis, são os mais complexos de serem traduzidos (WOOD JR; CSILLAG, 2001).

2.3 CATEGORIAS ESTÉTICAS

A dimensão estética nas organizações nem sempre é tomada pelo uso da linguagem estética ou pela suscitação ao belo ou desagrado ao feio, pois ainda que a materialidade permita tais aspirações, a organização e o trabalho nem sempre o fazem (STRATI, 2015). Assim, as organizações são solos férteis para colheita de diversas categorias estéticas, isto por que a utilização de apenas uma categoria não tece uma compreensão estética completa sobre a organização, motivo pela qual é adotado a multicategorialidade. As diversas categorias que não necessariamente se destacam ou sobrepõem umas às outras, mas tecem uma trama que revela conhecimento estético sobre a organização.

Dentre as diversas categorias estéticas, a categoria do “belo” é a que tem mais incidência de estudos, muitas vezes se apresentando quase como sinônimo de estética, estilo e arte nas organizações (HANSEN; ROPO; SAUER, 2007; STRATI, 1992, 2007a). Todavia, é importante destacar que a estética não diz somente sobre organizações “belas”, mas engloba toda uma gama de sentidos e sentimentos, como por exemplo, um cheiro desagradável no ambiente de trabalho, o barulho que vem da rua e incomoda, etc. (STRATI, 2007a). A diversidade de sentimentos constitui “um repertório de linguagens que está intimamente relacionado ao juízo estético que o sujeito constrói a respeito da organização” (LOPES, 2014, p. 36). As categorias estéticas são fundamentais para a compreensão da estética organizacional, são independentes, mas podem se relacionar entre si para compreender um determinado cenário organizacional, dando o tom da multicategorialidade, que é peculiar à estética.

As categorias estéticas “fazem parte da linguagem habitual dos atores organizacionais, de tal modo que são os próprios indivíduos encontrados durante a pesquisa que chama nossa atenção para elas” (STRATI, 2007a, p. 280,281). Dentre os estudos que envolvem a temática da estética, Strati (STRATI, 1992) aponta que podem ser destacadas de 6 a 64 categorias. Assim, serão tratadas neste estudo as categorias consideradas relevantes para a investigação da compreensão estética no cotidiano organizacional, que foram levantadas no campo empírico por Strati (2007a) e são explanadas nos parágrafos a seguir.

A categoria estética do belo, como já dito, é comumente tomada como sinônimo de estética, provavelmente por conta da diversidade de definições e ausência de um único conceito que defina beleza. O belo compreende a produção do sentimento de admiração, prazer, entre outros, que não se traduz em palavras; em suma, se não há produção de sentimento agradável, então não se trata do belo (STRATI, 2007a).

A categoria estética do sagrado compreende o “maravilhoso, o inexplicável, o incomum e o invisível na vida organizacional” (STRATI, 2007a, p. 281). Nesta categoria, a experiência estética do ator organizacional não distingue realidade e ficção, aliás, sua interpretação por parte do pesquisador incorre em exagero (STRATI, 2007a). Esta categoria evidencia as representações do que não se pode dividir, do que causa respeito e idolatria (STRATI, 2007a). Assim, tal categoria

“compreende tudo que é lendário, fantástico, onírico, arquétipo e misterioso na organização, tudo o que não se relaciona com a racionalidade organizacional voltada para um fim, mas com a valência assumida pelo divino e o inviolável” (STRATI, 2007a, p. 282).

A categoria estética do pitoresco ressalta a distinção entre a experiência estética e o processo de evocação da experiência estética, que é possibilitado pelas impressões causadas pela contemplação à arte (STRATI, 2007a). O pitoresco, portanto, está relacionado a paisagens incomuns ou bizarras, à descrição de algo colorido, informal, que provoca emoções (STRATI, 2007a).

A categoria estética do trágico compreende o prazer misto de sofrimento e de sua representação. Assim, no seio da vida organizacional, ressalta heroicamente as paixões conflituosas e libertadoras (STRATI, 2007a). O heroísmo do ator organizacional reside em desafiar o que é desconhecido, ameaçador, ressaltando a estética, para além da moralidade (STRATI, 2007a).

A categoria estética do feio se distingue do belo, porém não reside em um polo necessariamente negativo: o feio é, pois, a ausência do belo. Ainda que disfarçado pela cultura organizacional, o feio demarca o que é “chocante, monstruoso, insípido, impuro, horrível, excêntrico, desagradável, lascivo, e repugnante na organização” (STRATI, 2007a, p. 284). Nessa categoria, Strati (2007a) insere a ideia do *kitsch* na organização, que é representado pelo mau gosto, pelo exagero e pela ausência do sagrado e do sublime.

As categorias estéticas agógica dizem respeito ao ritmo das atividades e fenômenos organizacionais e podem ser desagradável, lento, interrompido ou prolongado a depender de percalços operacionais ou ainda, podem ser simples e delicados (STRATI, 2007a). De modo análogo, Strati (2007a) coloca os tempos musicais do adagio (lento) ao prestíssimo (rapidíssimo), que é a velocidade a que se toca o compasso musical (GHERARDI; STRATI, 2014; MELO, 2015; NOBRE, 2008; RINK, 2012; STRATI, 2007a). A título de ilustração, trago um fragmento do estudo de Bispo (2014) que mostra as contribuições da compreensão de tais categorias para as pesquisas em estética nas organizações:

O funcionamento de um restaurante é como uma orquestra, todos os movimentos e ações devem ser harmoniosos e bem feitos. Assim, não é possível atender bem os clientes na mesa se a cozinha atrasa na

preparação dos pratos, como também não adianta o prato ser delicioso se o atendimento do salão é ruim. (BISPO, 2014, p. 484)

O fragmento anterior assinala a importância do ritmo para a condução dos processos e fluxo de trabalho, tomadas de decisão, estando relacionado ao modo de agir entre organizações e também com a sociedade (MACK, 2012; STRATI, 2007a). O ritmo diz sobre o movimento, seja do corpo, das atividades ou do tempo.

A categoria estética do cômico compreende o grotesco na vida organizacional, está relacionada à ironia provocativa, ao riso que condena, ao sarcasmo e ao humor em tom pejorativo (STRATI, 2007a). “O grotesco, o despropositado, o ridículo: em suma, algo que é, sob certos aspectos “feio”, mas cuja “comédia” é ressaltada pela categoria estética do cômico” (STRATI, 2007a, p. 285). Assim, a categoria do cômico está relacionada à categoria do feio, pois, ao desmitificá-la, o faz com suavidade.

A categoria estética do sublime se aproxima do belo, mas com a premissa do “mistério, sentimento e perturbação” (STRATI, 2007a, p. 285). Está relacionada ao sentimento estético do ator organizacional ao descrever a beleza, seja de seu trabalho ou de sua organização (STRATI, 2007a). O sublime ressalta “dignidade” e a “nobreza de espírito” daqueles que o fazem; no entanto, o sublime não é visto em uma ordem que é dada, mas sim ao que pode vir a ser, ainda que incorra em algo de complexa instituição e controle (STRATI, 2007a).

A categoria estética do gracioso é a que mais diz a respeito da qualidade de vida organizacional, porque se relaciona com a elegância das visões estratégicas e na forma como as pessoas se comportam e se apresentam na organização (STRATI, 2007a). Está relacionado ao prazer do que se vê e ouve, provocado pelas pessoas ou artefatos organizacionais, evidenciando assim o requinte do trabalho e das pessoas (STRATI, 2007a).

Um exemplo de uso das categorias estéticas é o estudo de Narducci (2016), que, a partir da lente da estética, investigou como a cultura organizacional do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é apreendida por seus servidores. O estudo utilizou categorias estéticas propostas por Strati (2007a), e, em campo emergiram as categorias da tristeza e do indizível. O estudo concluiu que o conhecimento adquirido a partir das experiências sensoriais e juízos estéticos, influenciam e são influenciadas sobre a cultura.

Seguindo a discussão sobre estética, é o momento de avançar para a seção de estética na feira livre, pois é solo de afloramento proposto para (re) viver a experiência estética e apreender o conhecimento sensível. Portanto, a compreensão da estética pela via da sensibilidade e empatia do ator organizacional é respondida neste estudo pela estética organizacional no comércio de flores na feira livre.

2.4 COMÉRCIO DE FLORES NA FEIRA LIVRE E ESTÉTICA ORGANIZACIONAL: UMA ARTICULAÇÃO

Nesta seção conversaremos sobre feira, flores e estética organizacional e o que dizem sobre isso sob a luz dos estudos organizacionais. Esta conversa é iniciada com um pequeno apanhado histórico sobre feiras no Brasil, tecendo uma trama entre comércio de flores na feira livre e estética organizacional.

As feiras e mercados na América Latina possuem diversas semelhanças em seu modo de organizar, no que Mott (1976), distingue sua origem em duas categorias, sendo de um lado os países latinos que já possuíam espaços de mercado anterior à chegada dos colonizadores europeus e, de outro lado, os países em que a feira representa o novo para os nativos. Assim, anterior à feira, o que havia eram trocas de artigos para adorno corporal entre os povos indígenas, e que com a chegada dos europeus foram incentivados a trocar diversos produtos, tais como animais, alimentos, pau-brasil, entre outros (MOTT, 1976). Passados quase 50 anos, Dom João III criou o Regimento do Governo Geral, que incluiu a feira, marcando assim o primeiro registro sobre feiras no Brasil (MOTT, 1976).

Com o avançar do período Brasil Colônia, Mott (1976) nos traz que, por conta do adensamento populacional e a polarização socioeconômica, tinha-se de um lado o engenhos de cana de açúcar com sua autossuficiência, capaz de manter a família e o sistema escravagista e do outro lado as poucas vilas e cidades com armazéns e porto de embarque para escoar o açúcar. Esta autossuficiência contrastava com a escassez de comércios de alimentos disponíveis na cidade, ao que se era considerado absurdo desviar a força braçal das lavouras de açúcar para a produção agrícola para abastecer a cidade (MOTT, 1976).

No final do século XVI, Mott (1976) aponta dois tipos de comércios, sendo um estabelecidos em lojas com mercadorias nobres e importadas e outro ao ar livre, estabelecido em uma única rua com produtos da terra. Assim, se em suas raízes estreou ao lado das lojas mercadista, na atualidade acontece junto à oferta em larga escala dos grandes mercados, promovendo o encontro semanal entre o rural e o urbano, possibilitando a venda direta ao consumidor, pois muitas vezes os produtores encontravam dificuldades em escoar a produção em grandes mercados (CRESPI et al., 2013).

Dando um grande salto no tempo, é possível dizer que, contemporaneamente, as feiras livres são compostas por grupos de comerciantes varejistas normalmente instalados em barracas periodicamente montadas lado a lado em vias públicas em dias e horários estabelecidos em geral pelo poder público. Os feirantes atuam em mais de uma feira, com barracas de tamanhos padronizados e necessitam de licença para funcionamento. Os produtos comercializados na feira livre podem variar desde hortifrutigranjeiros a roupas e móveis e, dentre essa variedade de itens, as plantas e flores foram escolhidas para este estudo.

A organização cotidiana das feiras livres é composta por aspectos econômicos, sociais, políticos e culturais (NOBRE; BELO; SILVA, 2014) que serão tratados mais detalhadamente nos parágrafos a seguir.

Do ponto de vista social, a feira é margeada pelas sociabilidades entre famílias e vizinhos, seja de barraca e/ou residência, pela sobreposição de cooperação e competição entre feirantes, pelas relações de confiança e afetividade entre feirantes e fregueses (ARAÚJO, 2012; SATO, 2007). Os laços de sociabilidade formados entre fregueses e feirantes que se algumas vezes se tratam pelos nomes, que trocam conhecimento, e que, de origem e classes sociais diferentes, são colocados em um mesmo plano no espaço feira livre. Para Araújo (2012) as feiras compõem uma grande diversidade de espaços de sociabilidades, experienciado por atores sociais em processos que modificam, ainda que temporariamente, o espaço e a dinâmica habitual.

Do ponto de vista político, a feira livre é regulada pelo Estado e mercado (SÁ, 2010). O Estado impõe os tributos sobre produtos e licença de comercialização na feira livre, oficializa locais, dias e horários de funcionamento, indica quais produtos podem

ser comercializados e fiscaliza o cumprimento dos deveres dos feirantes, além de garantir a ordem na feira livre. Já o mercado, por conta da necessidade de compra de produtos de grandes atacadistas tendo em vista impossibilidade de cultivo em solo apropriado de algumas espécies, regula o preço. No entanto, os produtos cultivados pelos feirantes têm o preço formado considerando-se aspectos como tempo, cuidado requerido, preço do concorrente e demanda, tendo como limite o custo do produto, seja de compra ou de levá-lo para casa.

Do ponto de vista econômico, alguns estudos utilizando a feira livre (NOBRE; BELO; SILVA, 2014; SANTOS, 2013; SATO, 2007; SILVA et al., 2014) utilizam-se da ideias de divisão do espaço urbano em dois circuitos econômicos (SANTOS, 1979). Nesta concepção, o circuito superior é representado pelo “moderno”, pela tecnologia de ponta, com trabalhadores com alto nível de escolaridade, e com comércio que atende as classes com alto poder aquisitivo (SATO, 2007). O circuito inferior, por sua vez, seria representado pela massa empobrecida com relações sólidas em seu meio e com apreço pelo “tradicional” (SILVA et al., 2014). Com pouca tecnologia e precariedade de vínculos trabalhistas, é voltado para as atividades que garantem a sobrevivência (SATO, 2007).

Neste sentido, as feiras livres tendem a se projetar para o circuito superior da econômica urbana, como, por exemplo, a formalidade, por conta da legislação que permite o registro como MEI – Microempreendedor Individual, o uso de máquinas de cartão de crédito, a padronização conforme exigência dos órgãos reguladores e prefeituras, busca por conhecimento para manuseio dos produtos, entre outros elementos. Ainda que o circuito superior determine as regras para o circuito inferior, eles não são polarizados, mas sim complementares. Por exemplo, os feirantes de flores, que cultivam e que também compram plantas e flores de grandes atacadistas para a demanda dos fregueses exigentes e com poder aquisitivo, moldam seu comércio “a gosto do freguês”. Os supermercados com incorporação da seção de plantas, flores e frutos em formato similar as feiras livres.

O cotidiano organizacional do comércio de flores na feira livre, neste estudo tomado como solo de afloramento para a experiência estética corroborada pelos sentidos perceptivos sensoriais em contato com o mundo das flores ao revisitar memórias e descortinar valores simbólicos. Neste sentido, tem-se as mudanças na produção

comercial de flores e no consumo, com a produção amadora até 1950 (LIMA JÚNIOR et al., 2015) e a profissionalização a partir 1970 (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008). O consumo de flores no Brasil até a década de 1940 destinava-se em sua maioria à decoração residencial, visitas a cemitérios e atender a um público de alto poder aquisitivo, algo que não se alterou muito nos dias atuais. No entanto, Prado (2013) registra alterações no comportamento do consumidor de flores, tais como consumo direto por mulheres, deixando de ser apenas recebedoras, presente complementar, composição de espaços pessoais voltado para o “bem estar”. Para o Ibraflor (2015), as alterações de comportamento ocorreram ainda por conta da mudança física do tipo de residência, quando antigamente as casas eram maiores e possuíam áreas verdes e hoje estão cada vez menores, reduzindo a área verde externa e inserindo área verde no meio interno da residência, através de plantas e flores em vasos, inserindo neste contexto os profissionais de paisagismo.

A produção de flores e arranjos, seja amadora ou profissional, é acompanhada pelo conhecimento sensível de quem manuseia as flores, uma vez que o corpo humano é dotado de diversos sentidos ou de multisensoriedade, envolto em interação social e de juízo estético construído socialmente. Assim, após as ações de sentir e julgar, tem-se a produção do conhecimento com o suporte das categorias estéticas, seguido da ação, que nada mais é que a reprodução do conhecimento. Trazendo para o nosso estudo, este processo acontece por exemplo, no conhecimento sensível do feirante no manuseio com as flores, possibilitando ao freguês obter informações sobre as plantas e flores.

Tal conhecimento sensível vai desde o cuidado no cultivo ou compra das plantas e flores, passando pelo acurado manuseio até entrega à freguesia. Esse caminho é permeado pelas faculdades perceptivas sensoriais e juízo estético que são revelados no cotidiano da vida organizacional do comércio de flores na feira livre. As sensações são tomadas pelos sons dos metais e madeiras provocados pelas mãos que fazem a “montagem e desmontagem” da feira, os gritos jocosos dos feirantes, o olhar que contempla a beleza das flores, o cheiro que se mistura a outros tantos, tudo isso compõe a estética na vida organizacional na feira livre.

A sensibilidade do feirante no manuseio das flores permite viver a experiência estética, observando sua materialidade; analisar como ela é representada, seja por

meio da corporeidade e/ou dos artefatos organizacionais, viabiliza ainda decifrar o conhecimento tácito dos feirantes e descrevê-los fazendo uso das categorias estéticas. Assim, o conhecimento tácito e sensível do feirante no manuseio das flores é parte da organização do comércio de flores e para tanto deve ser considerado como artefato organizacional (STRATI, 2003).

Aqui, a estética envolta em conhecimento sensível é elucidada por Strati (2003) ao apontar que o conhecimento tácito passa pela consciência do saber, e não saber explicar; está na incapacidade de fornecer uma descrição analítica e de trazer a uma linguagem compreensível. Deste modo, a estética encontra abrigo para, a partir do indizível, habilitar ao que pode ser sentido, observado, descrito, traduzido e difundido. O processo de construção do conhecimento organizacional para além da capacidade racional, toma o que não é inteiramente verbal, o gestual, visual e multisensoriedade humana ao considerar a estética na vida organizacional (STRATI, 1998).

Por fim, ilustro esta seção com o esboço de uma flor na figura 3 (ver nota 6), sintetizando o apanhado teórico abordado até aqui. A flor compõe o recurso do “texto aberto”, que é parte do estilo de descrição adotada neste estudo e que consiste no uso de metáforas e uma linguagem poética para descrever e evocar os processos organizacionais estudados (STRATI, 2007a, 2010; STRATI; MONToux, 2002).

A tatuagem da flor fixa sob a pele retrata o conhecimento sensível sustentando às pétalas do sentir envolto em interação social, juízo estético construído socialmente, compreensão, produção e reprodução do conhecimento, em um processo unido e que está sempre acontecendo, representado pelas setas. Enfatiza-se que a flor se encontra em tela com limites definidos, pois trata-se de um elemento a ser observado, não refletindo em sua totalidade a forma dinâmica como acontece, pois, no cotidiano, as interações acontecem a todo momento. Finalmente, é importante destacar que a figura 3 foi inspirado no estudo empírico de Soares e Bispo (2017), onde os autores analisam o processo de aprendizagem culinária a partir das práticas e da estética em dois restaurantes.

Figura 3 - Fluxo do conhecimento sensível



Fonte: Fotografia de Fabio Machado (2018), modelo Isabela Bujato e intervenções da autora.

Tendo apresentado o levante teórico que dá aporte ao presente estudo, é hora de avançarmos para apresentação da estratégia de pesquisa que delineou os caminhos metodológicos.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, além de apresentar o campo, abordo os caminhos metodológicos percorridos para a compreensão da experiência estética engendrada no comércio de flores na feira livre. Para o atingimento do objetivo aqui proposto, optei pela abordagem da compreensão empático-estética, que será aprofundada nesta seção.

A compreensão da experiência estética passa por observar o fenômeno pela via da compreensão empática, que “consiste em se imaginar no lugar de uma pessoa cujos propósitos, motivos e sentidos se deseja explicar” (STRATI, 2007a, p. 80). Harmoniza-se a esta proposta a pesquisa qualitativa, pois se caracteriza por focar um fenômeno, pela via da descrição, compreensão e explicação (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009). Neste contexto, o uso da metodologia qualitativa para pesquisa empírica sobre a dimensão estética nas organizações é recomendado por Gherardi e Strati (2014), por tratar-se de uma prática de pesquisa cotidiana – seus estilos e rituais, e em virtude do *ethos* – compreensão com ação.

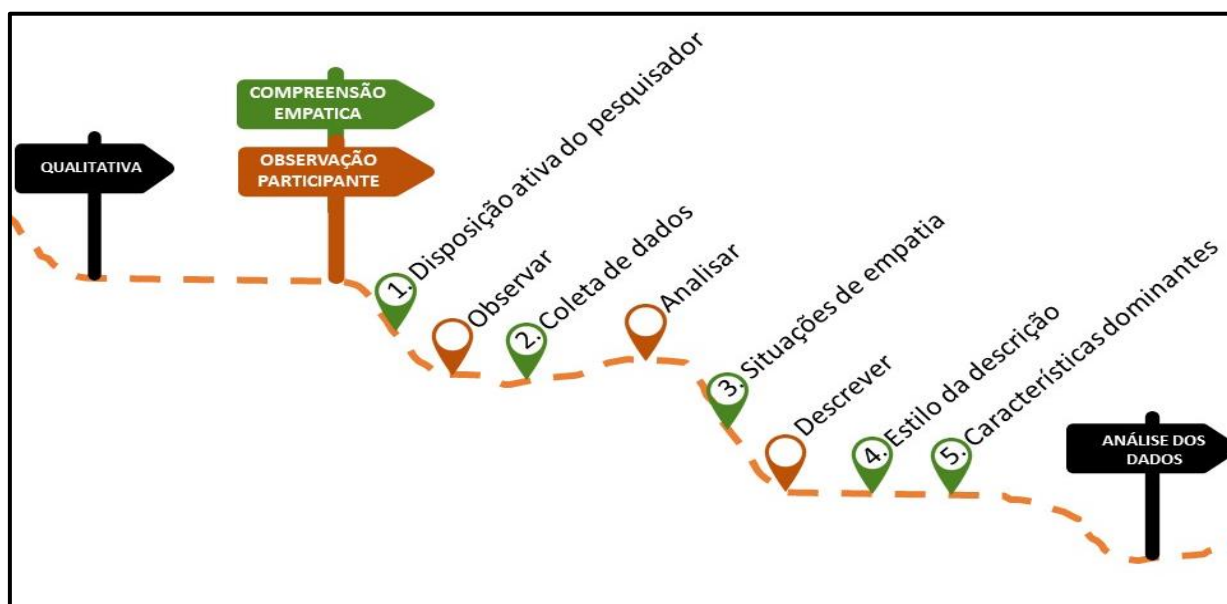
Quanto à técnica de produção dos dados, optei pela observação participante no intuito de captar a dimensão estética presente no cotidiano organizacional do feirante que comercializa flores que é margeado por interações. Nesse sentido, Serva e Jaime Junior (1995, p. 69) apontam que a observação participante “refere-se, portanto, a uma situação de pesquisa onde observador e observados encontram-se numa relação face a face, e onde o processo da coleta de dados se dá no próprio ambiente natural de vida dos observados”.

Desse modo, a escolha da observação participante passa pelo entendimento de que compreender a experiência estética também é possível observando *in loco* o contexto em que ela acontece. A observação participante permitiu, além de observar, registrar em diários de campo, descrever e analisar a organização cotidiana da feira livre para assim aprender a experiência estética que é envolvida no universo de flores na feira livre.

A observação participante tem na compreensão empático-estética um rico aporte, pois o observar conta com o exercício de se colocar no lugar do outro no plano

imaginário e ao fazer, coloca a serviço da ação todos os sentidos do corpo e juízo estético. Reside aí a riqueza desta junção: para além de observar o outro, colocar-se no lugar do outro. Este exercício conta com cinco pressupostos teóricos que se harmonizam, conforme caminho apresentando na figura 4. Em uma mesma direção norteada pela abordagem qualitativa, está a compreensão empática e a observação participante com o objetivo de produzir dados. Neste caminho, antes de iniciar as observações, o pesquisador deve estar disposto a estar em campo e ativar as faculdades perceptivas sensoriais para somente, então, iniciar a coleta de dados e, ao fazê-los, dá início à análise, definindo as situações de empatia. Munida de conhecimento colhido em campo, é hora de descrever o que senti, (vi) vi me valendo do “texto aberto” para que no plano imaginário, o leitor possa ser transportado para o campo provedor da colheita que se narra. Isto feito, é definida a característica dominante nesta colheita, em que os dados estão prontos para seguir caminho.

Figura 4 - Caminhos da observação participante e compreensão empática



Fonte: Elaborado pela autora

Uma vez que a observação participante implica ativar todos os sentidos (VALLADARES, 2007), tem-se uma riqueza de informações a ser coletada, que muitas vezes dispensa o uso de entrevista, pois as perguntas podem ser feitas durante a observação, conforme o entrosamento com o campo. No entanto, para Valladares (2007) as perguntas devem ser realizadas em momento oportuno; além

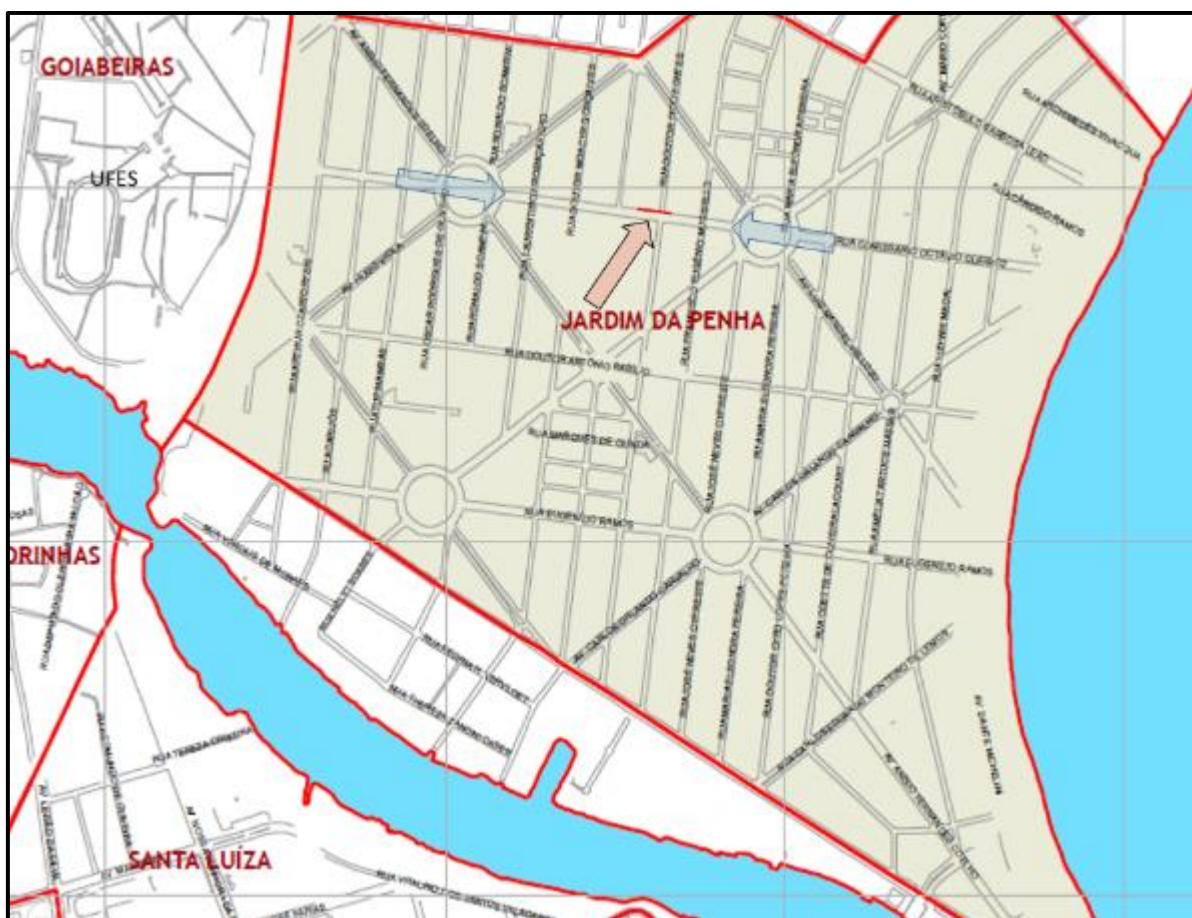
disso, é preciso saber o que perguntar, quando perguntar e, especialmente, ter a sensibilidade para reconhecer quando não perguntar.

Ao observar, tive a consciência de que deveria ocorrer estranhamento e familiarização (CHIESA; FANTINEL, 2014) durante a estada em campo. O estranhamento no sentido de problematizar o que o comum, o que é dado, o que é colocado, o que acontece; já a familiarização ocorre em função do longo período em campo. Reside aí a importância de, findado o período de observação, afastar-se do campo, para “tomar fôlego”, a fim de observá-lo de outro ângulo, confiando nas memórias e diários de campo para a análise do que foi coletado.

A aproximação do campo foi feita após uma fase preliminar de pesquisa, a partir da qual mapeei 116 feiras da Região Metropolitana da Grande Vitória a partir das informações nos sites eletrônicos das prefeituras. Inicialmente, tentei contato com as prefeituras, para filtrar em quais estariam presentes os comerciantes de flores, mas não logrei sucesso. Por conta do tempo e custo para deslocamento, não foi possível visitar todas as feiras inicialmente mapeadas; no entanto, visitei diversas delas e realizei conversas informais, para a seleção de um ou mais feirantes de flores a serem estudados. Os critérios para a escolha foram os seguintes: (1) o feirante deveria mostrar-se receptivo à pesquisa e à minha permanência por um período prolongado em campo, inclusive auxiliando nas atividades; (2) o feirante deveria autorizar formalmente a realização do estudo.

Posta a sistemática para escolha dos sujeitos de pesquisa, visitei algumas feiras nas quais obtive informações sobre o comércio de flores; a que atendeu ao esperado foi à feira livre do bairro Jardim da Penha, em Vitória, capital do Espírito Santo, cuja localização está ilustrada na figura 5.

Figura 5 - Mapa de localização da feira livre de Jardim da Penha, com destaque para as barracas de flores



Fonte: Adaptado pela autora a partir de Prefeitura de Vitória (2012)

Para além da sistemática de escolha atendida, contribuiu para a escolha o grande número de feirantes de flores com as barracas organizados lado a lado (o que me permitiu participar da interação entre as barracas a partir de um mesmo ponto de observação), o comércio de flores ser formado por um grande número de feirantes mulheres (por temor ao assédio em campo, já ocorrido nos momentos iniciais desta pesquisa), e de ser a mais acessível em termos geográficos.

A feira de Jardim da Penha possui oito feirantes que comercializam flores, ordenados lado a lado; destes, sete autorizaram minha estada nas barracas para realizar as observações. De forma geral, os perfis dos feirantes estão distribuídos em tempo de feira, origem das flores, gênero e características dos componentes da barraca, cuja descrição é sintetizada (a fim de não permitir a identificação dos sujeitos) na figura 6:

Figura 6 - Perfil geral dos feirantes

Aspecto	Descrição
Tempo	O feirante mais novo está na feira livre de Jardim da Penha há dois anos e o mais velho está há trinta anos, segundo relatos dos próprios feirantes;
Origem das flores	Três feirantes são produtores de flores e residem nas áreas de montanhas em torno de Domingos Martins, os demais compram flores de um grande atacadista em Vitória, das regiões montanhosas em torno de Domingos Martins e até dos feirantes produtores;
Gênero	11 homens e 11 mulheres trabalham no comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha e assinam como responsáveis 3 homens e 4 mulheres.
Características dos componentes	Dos sete feirantes, cinco são compostas por famílias trabalhando, seja como empregado ou como proprietário da barraca.

Fonte: Elaborado pela autora

Para preservar a identidade dos feirantes e a localização das barracas na feira livre de Jardim da Penha, optei por utilizar nomes de flores para codificar cada barraca e os nomes dos feirantes foram substituídos por códigos. Isto porque este estudo se comprometeu com o respeito à dignidade humana e assim aos sujeitos pesquisados, preservando assim suas identidades e os protegendo para evitar possíveis danos. Deste modo, esta pesquisa é pautada na resolução número 510/2016 do conselho nacional de saúde, em especial ao artigo primeiro, conforme abaixo:

Art. 1 Esta Resolução dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana, na forma definida nesta Resolução. (...) VII - pesquisa que objetiva o aprofundamento teórico de situações que emergem espontânea e contingencialmente na prática profissional, desde que não revelem dados que possam identificar o sujeito;

O acompanhamento do sujeito foi realizado com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APÊNDICE A) e preservando o direito de interrupção por parte do respondente a qualquer momento em que sentir necessidade. Ressalta-se ainda que a participação neste estudo não envolveu grandes riscos aos pesquisados.

Quanto ao tempo de observação, optei por passar uma jornada de feira com cada feirante, iniciando-se com as vendas em torno das 6h e finalizando com a saída do veículo da feira livre em torno das 13h. Excetua-se a primeira observação, a qual optei por iniciar a observação nas primeiras movimentações no dia anterior, em torno das 23h00min. A opção por alterar o horário de observação a partir da

segunda incursão foi por conta da ausência dos feirantes comerciantes de flores nesse horário. Eles geralmente estão ausentes das primeiras movimentações, na medida em que as barracas são montadas por um serviço terceirizado. Assim, foram realizadas oito incursões, entre os meses de junho a setembro de 2017, totalizando 43h55min de observação, cuja distribuição é apresentada na tabela 1:

Tabela 1 - Detalhamento das estadas em campo

Ida campo ^a	Data	Barraca	Quantidade de pessoas	Código	Horário chegada	Horário saída	Tempo campo
1	16 ^e 17/06/2017	Astromélia	3	A1, A2 e A3	23:55	05:30	05:35
2	01/07/2017	Astromélia			05:45	13:15	07:30
3	08/07/2017	Girassol	3	G1, G2 e G3	06:25	13:20	06:55
4	22/07/2017	Rosa	6	R1, R2, R3, R4, R5 e R6	06:30	13:00	06:30
5	05/08/2017	Antúrio	2	AN1 e AN2	08:00	13:15	05:15
6	19/08/2017	Gérbera	2	GE1 e GE2	08:40	13:00	04:20
7	26/08/2017	Ninfeia	2	N1 e N2	09:00	13:10	04:10
8	02/09/2017	Mandacaru	2	M1 e M2	09:25	13:05	03:40
		Total	20			Total	43:55:00

Fonte: Elaborada pela autora

Durante as observações, foram tomadas notas de campo, elaboradas conforme as recomendações de Valladares (2007):

Desenvolver uma rotina de trabalho é fundamental. O pesquisador não deve recuar em face de um cotidiano que muitas vezes se mostra repetitivo e de dedicação intensa. Mediante notas e manutenção do diário de campo (field notes), o pesquisador se autodisciplina a observar e anotar sistematicamente. Sua presença constante contribui, por sua vez, para gerar confiança na população estudada. (VALLADARES, 2007, p. 154)

Cabe destacar que as notas foram tomadas com maior afincamento em um primeiro momento, ainda em campo, quando não havia conversa entre os feirantes, o que era complicado, pois a todo momento havia diálogos. Contudo, a produção das anotações de campo, com o tempo, foram tornando-se mais ágeis e os registros mais fieis, por conta da aproximação do campo e com a aprendizagem da linguagem do “nativo” (MALINOWSKI, 1976), pois, do contrário, as traduções de termos específicos, por exemplo, poderiam furar a essência do significado. No capítulo 4, em que apresento as barracas, explico detalhadamente como se deu o processo de registro das observações em campo, com o uso das notas de campo.

Frente à dificuldade de fazer as anotações em campo, contei com minhas memórias, o que me demandou preparo físico e mental, tal como dormir bem e ter uma alimentação saudável, por exemplo. Durante as observações, ingeri bastante líquido e me alimentei, o que acabou inclusive auxiliando no meu entrosamento em campo, pois ocorria a partilha dos alimentos, tanto dos que eu levava, como dos que os feirantes me ofereciam.

Após a saída do campo, em torno das 13h, eu fazia um breve descanso e, à tarde, ainda no mesmo dia, realizava o registro dos diários de campo, com o auxílio das notas de campo e de minhas memórias, sempre objetivando uma descrição densa (GEERTZ, 2008). Assim, os registros nos diários de campo totalizaram 27 páginas, distribuídas em 8 diários.

Importante aqui registrar que os diários são vivos, pois, ao revisitá-los para a produção do texto, tive minhas memórias ativadas para reviver aquilo que foi observado em campo, e, ao fazê-lo, pude recuperar elementos que não necessariamente foram registrados em detalhe, mas sim vividos. Desse modo, os diários de campo foram base para a elaboração do texto final e descrever o campo, que será apresentado na próxima seção.

3.1 “VOCÊ NÃO QUER ESTUDAR FEIRA? ENTÃO, TEM QUE SENTIR O PESO”: A ABORDAGEM DA COMPREENSÃO EMPÁTICA

A frase em epígrafe emergiu do campo, proferida por um dos sujeitos pesquisados, mas sintetiza muito bem a lógica que envolve a compreensão empática na pesquisa. A abordagem da compreensão empático-estética segue um caminho próprio, com diversas possibilidades, sendo delineada por cinco pressupostos, que nesta dissertação encontram-se emoldurados na figura 7, e “consiste em se imaginar no lugar de uma pessoa cujos propósitos, motivos e sentidos se deseja explicar”, para somente depois ousar estudá-lo em suas ações (STRATI, 2007a, p. 80). Este exercício demanda disposição intensa do pesquisador em imergir no campo cujo fenômeno estético se deseja investigar e em ativar a faculdades perceptivas sensoriais, perfazendo o primeiro pressuposto. Atendido o pressuposto anterior, é

hora de colher o conhecimento com o uso da auto-observação, intuição, analogia ou reviver a experiência estética na imaginação. De posse dos frutos desta colheita, é definida a situação de empatia que poderá ser a verificação de hipótese, o compartilhamento da experiência, e a observação participante imaginativa. Neste momento, a descrição do conhecimento, fruto desta colheita, vale-se de uma arquitetura que conduz a imaginação do leitor a viver a experiência estética. Por fim, é eleita a característica dominante no processo do conhecimento.

Figura 7 - Componentes da compreensão empática nas organizações

Pressupostos	Aspectos
1 - Disposição do pesquisador de se pôr no lugar do ator organizacional.	Imersão na ação organizacional estudada
	Ativação das faculdades perceptivas e sensoriais do pesquisador
2 - Métodos de coleta do conhecimento específicos da empatia.	Auto-observação
	Intuição
	Analogia
	Reviver a experiência na imaginação
3 - Definições da situação de empatia	Verificação de suposições ⁸
	Compartilhamento da experiência
	Observação participante imaginativa
4 - Arquitetura e o estilo da descrição	Descrição do conhecimento
5 - A escolha da característica dominante no processo de conhecimento	Cognitiva
	Estética
	Emocional

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Strati (2007a)

⁸ Strati utiliza o termo hipótese, o que causa certa incomodo, pois perpassa a ideia de algo quantitativo, motivo pela qual substitui pelo termo “suposições”.

Esse itinerário para a compreensão empática descrito anteriormente tem por objetivo a produção de conhecimento indutivo (STRATI, 2007a), motivo pelo qual tais pressupostos foram harmonizados aos achados de campo. Assim, apresento a descrição densa (GEERTZ, 2008) dos dados captados em campo tecida pela ordem em que foram apreendidos à luz da compreensão empática. Tal descrição, inspirada pelo fragmentos organizacionais, constituem solo fértil para a colheita dos resultados, uma vez que este estudo o faz com o uso da observação participante, diários de campo e da compreensão empática compondo o corpus empírico (BAUER; AARTS, 2002).

Antes de ir a campo, o que eu tinha era apenas a teoria e a experiência de ir à feira enquanto passante ou freguesa, pois os bastidores das feiras livres me eram desconhecidos. Portanto, assumir o compromisso de entrecruzar a teoria da estética organizacional e o cotidiano da feira livre passava por fazer o reconhecimento deste campo. Este exercício é fundamental, pois, ao assumir o compromisso de se valer da compreensão empática, Strati (2007a) coloca que o pesquisador deve estar disposto a duas ações principais: a imersão na ação organizacional e a ativação das faculdades perceptivas e sensoriais, primeiro pressuposto teórico da compreensão empática. A imersão no campo, mais precisamente na ação organizacional investigada, a qual compõe a característica mais ampla da compreensão empática, posiciona o pesquisador para além das formulações de interpretações racionais, levando-o a viver e experimentar por meio de sentimentos e emoções (STRATI, 2007a).

A aproximação com o campo se deu inicialmente de forma preliminar para reconhecimento do lócus de pesquisa, seguido de 8 incursões cujo processo de familiarização ocorreu de forma gradual. Antes de realizar as incursões de fato, fui à feira para observa-la de uma forma geral, identificar o posicionamento das barracas de flores e no horário próximo ao termino das atividades, optei por conversar com os feirantes sobre a pesquisa e pedir autorização para acompanhá-los em uma jornada inteira de trabalho na feira livre. O acesso a cada feirante foi feito quando não estava atendendo, para isso me aproximava das barracas, em que algumas vezes até fui confundida com uma possível freguesa. Nas abordagens eu me apresentava, falava

um pouco sobre a pesquisa e o tempo de observação que ficaria na barraca e o feirante falava um pouco sobre as atividades.

Esta primeira incursão para estudo preliminar do campo foi importante e decisiva para a minha imersão, na medida em que é necessário que o pesquisador esteja disposto a se colocar no lugar do ator organizacional e, para tanto, é necessário conhecer o contexto organizacional em que atua. Para este aprofundamento, o pesquisador deve realizar aproximação do evento ou ação em curso, pois a familiarização com o outro, para compreender sua ação intencional envolve experiências pessoais, necessárias para compreender a ação intencional do ator organizacional (LOPES; IPIRANGA; SILVA JÚNIOR, 2017; STRATI, 2007a). Este caminho margeado por estranhamento e familiarização (CHIESA; FANTINEL, 2014) é descrito nos parágrafos a seguir, onde a evolução é narrada parágrafo a parágrafo.

Assim, nesta incursão conheci um pouco o ritmo do campo como horários das atividades que se iniciam ainda na madrugada e finda no final da manhã, em alguns casos compondo uma jornada de mais de 12 horas, falta de estrutura como banheiros públicos, a possibilidade de realizar atividades leves e pesadas. Todas estas constatações são importantes para o pesquisador se certificar de que está disposto a estar em campo e a se colocar no lugar do ator organizacional; do contrário, não se vence o primeiro pressuposto teórico para a compreensão empática. Esta imersão é acompanhada da ativação das faculdades perceptivas e sensoriais do pesquisador a fim de obter a experiência no momento em que ocorre, apreendendo o que motiva a ação estética do pesquisado. Portanto, à disposição do pesquisador estar em campo, soma-se o querer imergir e ativar os sentidos e sentimentos: em suma, estar de corpo e alma em campo (ROSA; BRITO, 2010).

Outro ponto que favorece este primeiro pressuposto é a familiarização que é antecedida pelo estranhamento com o campo, pois se está desbravando o desconhecido. Tomei o campo como desconhecido, tendo em vista que frequento a feira livre enquanto passante ou freguesa, mas não a conhecia como pesquisadora, os bastidores da feira livre me eram estranhos. Assim, o trajeto do estranhamento

para a familiarização se deu gradativamente e foi delineado pela observação para saber quando e como agir e quando avançar com as ações mais ousadas.

Na primeira incursão a campo eu me acomodei em um ressalto de uma loja que estava fechada, fique distante observando, algo em torno de 2 metros, pois era o que me foi possível no momento. Vez ou outra eu me aproximava dos feirantes desta barraca para conversar, fazer perguntas, no entanto, estes feirantes falavam pouco e as vendas de flores eram muitas. Este fato não me intimidou: ainda que o contexto fosse de estranhamento, eu sentia que precisaria perseverar para me aproximar, para me familiarizar. Este acontecimento me remete a descrição de Strati (2014) ao observar os trabalhadores no telhado:

Você tem de “olhar com os ouvidos”, porque os ruídos são uma valiosa fonte de informação. Você tem de prestar atenção aos outros, ver o que estão fazendo, que ponto eles alcançaram, perguntar como se sentem, trocar ideias e instruções, e dar uma mão, se necessário. Você precisa de suas mãos para trabalhar, não para se segurar ao telhado. São as suas pernas que te mantêm no telhado, as quais você deve sentir firmemente “ligadas a seus pés”.(GHERARDI; STRATI, 2014, p. 27)

Assim como o trabalho no telhado, observar o comércio de flores na feira livre passa por se envolver com este campo de corpo e alma. Desse modo, com o avançar das horas, eu fui me aproximando mais, tomei-me de ousadia e sentei em um grande recipiente azul que armazenava água e que estava ao lado do local em que um dos sujeitos de pesquisa estava a fazer belos arranjos e me coloquei a conversar.

Na incursão citada no parágrafo anterior, apreendi que as observações para saber como agir são necessárias para acurar o posicionamento do pesquisador em campo, inclusive em momentos de ousar e de respeitar o tempo do feirante para sentir quando avançar e quando recuar. No entanto, nas primeiras incursões no campo, senti vontade de participar das atividades dos feirantes, tais como vender, aprender a fazer arranjo, ajudar na movimentação das mercadorias e este foi um ponto que estabeleci para as demais incursões.

Nas demais idas a campo, prossegui com a observação do ritmo das atividades para saber como e quando agir. As conversas eram mais descontraídas e sempre provocadas pelos feirantes, uma vez que optei por seguir o fluxo do campo (CHIESA; FANTINEL, 2014), deixando os sujeitos livres para falar. Apenas vez ou outra fazia perguntas. A forma como eu me acomodava, inclusive para fazer os

registros das notas de campo, era sempre em proximidade aos feirantes donos das barracas, que geralmente ficam atrás e cuidam do caixa. Estes feirantes me ofertavam assentos posicionados próximo a eles, tais como baldes, bancos e caixotes, para que eu me acomodasse. Acontecimentos como estes já me posicionavam distante do ponto de partida; que era de estranhamento; aos poucos, eu já me sentia à vontade para ousar a realizar algumas atividades dos feirantes, em que inicialmente realizei por conta própria, correndo o risco de ser repreendida. Felizmente, eram tidas com expressões positivas dos feirantes, como um sorriso, um agradecimento, presentes como plantas, flores e fertilizantes. As atividades eram iniciadas após muita observação e a minha certeza que eu era capaz de executá-las.

Para as vendas, eu observava os preços e os nomes das plantas e flores que eram as mais vendidas, assim me sentia segura para realizar as vendas quando algum freguês me acessava: “Vendi algumas plantas, me fez refinar o trato com o cliente, é algo complexo, pois entoar a voz, convencer o cliente com o olhar, retribuir a compra, tudo isso é uma composição do trato entre feirante e freguês e é o que constrói as relações” (Diário de Campo 8, setembro de 2017). Mediante expressão positiva do feirante, dando o sinal de que aquela tinha sido uma ação positiva, eu mantinha esta iniciativa até o final da jornada.

Para a movimentação das mercadorias da desmontagem da barraca para o veículo de carga estacionado na rua perpendicular, eu tomava a iniciativa de movimentar os produtos, pois, ao perguntar se precisava de ajuda à resposta sempre era de negação. Agindo assim, ao tomar a iniciativa de movimentar os produtos, não fui repelida.

A familiarização estabeleceu laços de segurança, a ponto de algumas vezes ser solicitada para cuidar da barraca quando os feirantes saíam para ir ao banheiro, comer algo ou realizar alguma entrega. Inclusive, certa vez, a proprietária de uma das barracas me pediu para tomar conta do caixa, o que interpretei como um ato de confiança por parte dela.

Para além das atividades realizadas, havia conversas sobre a pesquisa e vida pessoal e alguns feirantes se sentiam à vontade para falar sobre a vida para além da

feira. Ocorriam também às conversas com os funcionários de barracas de flores vizinhas e, com o tempo, eu já circulava pelas barracas que havia observado e estabelecia contato com as barracas a serem observadas. Este contato era oportunizado com a visita dos feirantes das outras barracas de flores na barraca em que eu estava observando e através das piadas dos feirantes ou algum assunto em que eu era convidada a participar me introduzia para a próxima observação. Por exemplo, quando eu estava observando uma das barracas, eu procurava reforçar ao final da observação com os funcionários da barraca que seria a próxima a receber minha incursão, quando algum deles se aproximava para conversar. Dizia algo do tipo “Próximo sábado é a sua vez, hein? ”.

Colher o conhecimento, assim como as flores, carece de saber quando e como fazer, pois, se trata de algo sensível, que requer cuidado e uma certa dose de maestria. Assim, o imergir em campo de corpo e alma me possibilitou refinar o reconhecimento dos sentimentos estéticos específicos do feirante para realizar uma boa colheita de conhecimento.

A imersão de corpo e alma no comércio de flores na feira livre e suas nuances, provem da colheita do conhecimento ao reviver a experiência na imaginação. Isto ocorreu em um processo imaginário ao me observar no lugar do feirante de flores em meio ao contexto que atua. Desse modo, me observei realizando as atividades leves e pesadas dos feirantes, imaginei como este feito seria rico para pesquisa e como seria visto pelos outros, avaliando estes resultados. Ao me observar, pude gerir quando e como avançar com minhas atitudes em campo. A ação de me observar no lugar do feirante é posta por Strati (2007a) como sendo o pesquisador que se observa enquanto se coloca no lugar do outro e, ao fazê-lo, observa as sensações incitadas por este exercício. O resultado é a constatação e descrição das emoções sentidas e a possibilidade de compreendê-las, além de me nortear durante toda a imersão em campo. Esta descrição registrada com o aporte das notas e diários de campo é apontada por Strati (2007a) como sendo fundamental ser realizada de forma precisa para uma adequada compreensão da ação organizacional.

O reviver a experiência imaginativa ocorreu em momentos em que certos fragmentos organizacionais captaram a atenção de meus sentidos, tais como ocasiões afloradas por humor, beleza ou fealdade. Estas percepções que demarcam os momentos em campo são captadas com o aporte da analogia e a intuição. Sobre isso, Strati (2007a, p. 108) coloca que “sem a intuição é impossível obter conhecimento empático da ação intencional do ator organizacional” e que a analogia “possibilita que o pesquisador estabeleça uma relação dinâmica com o que pensa e sente o ator organizacional”.

Portanto, a auto-observação, analogia e intuição tecem o reviver a experiência na imaginação, uma vez que esta ação consiste em utilizar as três formas anteriores, combinadas ou não, para realizar a compreensão empática, a qual “permite que o pesquisador reconheça humores, pensamentos e sentimento estéticos estreitamente ligados à ação intencional do ator organizacional” (STRATI, 2007a). Deste modo, este processo imaginário delinea o segundo pressuposto teórico que versa sobre os métodos de coletas de conhecimento empático.

Ainda neste trajeto de coleta de dados que se valeu do reviver a experiência no plano imaginário ao me colocar no lugar do outro, vivi momentos em que fiz algumas suposições que necessitaram de serem verificadas, compartilhei experiências e me imaginei no lugar de alguns atores organizacionais que atuam no contexto do mercado de flores na feira livre. Portanto, neste estudo, fiz uso das três definições de situação de empatia elencadas por Strati (2007a): verificação da hipótese, compartilhamento da experiência, a observação participante imaginativa. Tais recursos foram abordados em congruência com os densos registros do campo, sendo explanados nos parágrafos seguintes.

Em uma das imersões a campo, fui tomada por uma profunda reflexão em relação à conexão entre as flores e a morte, por conta do velório em que eu havia estado no dia anterior: “No velório fiquei observando as flores da coroa e me despi das boas emoções que elas transmitem. Fiquei pensando que as flores são símbolos que podem transitar por sentimentos bons e ruins”. (Diário 06, agosto de 2017). As flores, que até então me despertavam sentimentos de agrado, agora operavam em outros contextos, recebiam novos significados. Este acontecimento me fez imaginar

o que os feirantes sentiam e pensavam ao elaborar uma coroa fúnebre, por exemplo. Coloquei-me, logo, a verificar esta hipótese empática por meio da coleta do conhecimento, investigando a motivação da ação intencional do ator organizacional (STRATI, 2007a). Esta coleta ocorreu posteriormente, em campo, quando verifiquei empaticamente os sentimentos do sujeito pesquisado ao elaborar a coroa fúnebre, conforme descrevo a seguir:

Perguntei a R2 se ele faz coroa de flores, ele disse que faz, mas que não gosta muito, que na hora de entregar fica na porta e pede para alguém entregar. (Diário de campo 04, julho de 2017)

Perguntei a N1 se ela fazia coroa fúnebre, ela disse que sim. Perguntei qual é o sentimento ao fazer a coroa fúnebre, ela pensou para um pouco para responder, saiu para atender, depois voltou e disse: “meu sentimento é normal, porque se eu ficar triste por cada coroa, eu passo fome”. (Diário de campo 07, setembro de 2017)

Inicialmente, ao incorporar a noção de que os sentimentos, ao elaborar um arranjo floral, seriam sempre agradáveis, não me despi para imaginar outros arranjos florais, como a própria coroa fúnebre, por conta de não serem produzidos na feira livre, ao menos não na temporada em que estive em campo. No relato, os feirantes se furtam do belo, caminhando para o feio, não dos arranjos em si, mas da situação que os envolve.

Outro acontecimento importante foi o compartilhamento de experiências ocorrido ao viver fragmentos organizacionais da vida cotidiana do feirante e apreender o peso que isto representa, tanto físico quanto em termos de responsabilidade, conforme descrevo a seguir (inclusive o trecho que dá origem ao título deste tópico):

N1 começou a desmontar a barraca e colocar as coisas em grandes caixas de plástico, ela fez três pilhas, sendo uma com 4 caixas, outra com 3 caixas e outra com 2 caixas. Ela se virou para mim e para a N2 e perguntou, quem vai levar a de três e a de duas. Eu logo disse que levaria a de três caixas, mas no meu intimo tive medo do peso. Mas logo ela tranquiliza dizendo que leva as caixas até o caminhão arrastando pela calçada. Então sai ela empurrando a grande pilha, logo atrás sou eu empurrando, aquilo me deixou feliz, eu me senti parte daqui. Chegando perto do carro, ela me pediu para levantar a grande pilha junto com ela, peguei de forma errada e doeram muito os dedos, mas mantive a pose. Depois ajudei com mais caixas e ela disse: **“vida de feirante é isso. Você não quer estudar feira? Então, tem que sentir o peso, passar o que a gente passa”**. (Diário de campo 7 – setembro de 2017)

Ao viver a vida do feirante, ainda que por um curto tempo, pude compartilhar a experiência através da minha vivência em situações tais como as relatadas anteriormente, atendimento ao público, vendas, elaboração de arranjos,

movimentação das cargas, entrou outras. Neste sentido, é possível dizer que “o conhecimento empático só é possível se o pesquisador já viveu essa experiência e já se viu nessa situação, o que postula que não há coincidência, mas a analogia da situação com outras consideradas similares e familiares” (STRATI, 2007a, p. 110).

O processo imaginário ocorre não apenas na ação de se colocar no lugar do feirante para captar seus sentimentos e emoções, pois este sozinho não compõe o comércio de flores na feira livre. Desse modo, para além de enxergar por outros olhos, é preciso sentir a flor da pele dos que compõem este cenário organizacional para compreender e descrever a experiência estética. Neste sentido, Strati (2007a) argumenta que, ainda que com o uso da analogia e intuição, o pesquisador não se coloca exclusivamente no lugar do ator organizacional (feirante), podendo se colocar no papel de observador (pesquisador), ou ainda de outros sujeitos (cliente, fornecedor) que se destacam na relação com o ator organizacional. Desse modo, a observação participante imaginativa está presente ao revisitar os densos diários de campo e assim se colocar no lugar do ator organizacional, para avaliar quais os sentimentos emergidos em determinadas situações. Nesta pesquisa, isso ocorreu diversas vezes, como quando, em um momento de euforia, eu bombardeei a feirante com perguntas, ou quando perguntei algo que o feirante desconversou, conforme descrevo abaixo:

Observei a montagem da barraca e aproveitei o momento em que ela estava montando um arranjo para fazer um verdadeiro bombardeio de perguntas, confesso que foi empolgação pura, mas foi bom, descobri bastante coisa. (Diário de campo 1, junho de 2017)

Perguntei se a feira de Jardim da Penha tem diferença da feira de Aribiri, perguntei de produtos, preço e forma de venda e ela disse que os produtos são os mesmos, mas a forma de venda é diferente, pois o cliente precisa ser chamado, a resposta sobre preço não veio, mas acredito que seja diferente pois Aribiri é um bairro mais pobre (Diário de campo 4, julho de 2017).

Em suma, neste estudo, as definições de situação de empatia afloraram nas três maneiras propostas por Strati (2007a), seja ao envolver a verificação de hipótese, para colocar a prova aquilo que passou pelo plano imaginário, seja ao viver previamente a experiência do fenômeno investigado ou enxergar por outros olhares que dialogam com o contexto estudado. Este feito contribuiu para compreender a vida organizacional no comércio de flores e na descrição detalhada das ações organizacionais, reforçando a robustez do método.

Esta densa descrição construída e reconstruída a partir da experiência estética e colhida com o aporte do método da compreensão empática abordada até aqui. Desse modo, contribuiu para o registro detalhado nos diários de campo, que funcionam como uma espécie de dispositivo para ativar a memória para (re) viver fragmentos não descritos, mas armazenados no plano imaginário. Esta descrição densa, registrada em diários de campo, compõe o quarto pressuposto da compreensão empática, que é a arquitetura e o estilo da descrição, em que Strati (2007a, p. 113) assinala que “a descrição deve se esforçar para refundir o *pathos* da vida organizacional, sua sensibilidade e seu fascínio”.

Tanto a experiência estética e o conhecimento estético, para Biehl-Missal (2014), são capazes de contestar, desafiar e complementar o lado racional das organizações e que a forma tradicional de escrita, não dão conta de capturar e transmitir a corporeidade e sensibilidade dos atores organizacionais. Ao descrever o conhecimento colhido com o uso dos métodos específicos da compreensão empática descrito até aqui, têm-se ricos dados qualitativos, e a reconstrução no plano imaginário, ao revisitar os diários de campo geram mais informações. Em suma, os densos registros nos diários de campo com as descrições daquilo que foi vivido e experienciado produzem e reproduzem o conhecimento no plano imaginário. Este exercício tece o artesanato intelectual em uma trama que Strati (2007a) coloca como uma sensação que se conecta a um pensamento, um tópico que é tratado com primazia, um fragmento estético que ganha ênfase com toques estéticos. Tudo isso envolto em “um processo contínuo que inclui revisão, releitura, recompreensão e reargumentação” (STRATI, 2007a, p. 112).

Neste estudo, a descrição se apresenta com o uso do chamado “texto aberto” (STRATI, 2007a, 2010; STRATI; MONToux, 2002), em que o autor se vale de metáforas e uma linguagem poética, capaz de conduzir o leitor ao fragmento imaginário do fenômeno organizacional apresentado. Incorporei a esta descrição o uso da primeira pessoa, já justificado inicialmente neste estudo. Aqui acrescento apenas que a intenção foi ser o mais fiel possível em relação àquilo que foi experienciado em campo, sem lhe furtar a essência estética. No entanto, Strati (2007a) coloca que o texto não é único, nem o único verdadeiro a servir de base para o leitor analisar a determinada organização, serve apenas para estimular a

elaboração de outros textos, construído pelo leitor baseado em observação participante, a partir do fenômeno organizacional descrito, e o faz por meio do processo evocativo do conhecimento.

Até aqui, caminhamos pela minha imersão em campo, pela forma como os dados foram colhidos, pela definição da situação de empatia, chegando a forma como descrevi as experiências a luz da estética organizacional. Esta síntese narra os achados em campo, congruentes a teoria da estética organizacional, a qual finalizo com as características dominantes da empatia a serem acuradas tanto na colheita, como na análise dos dados (STRATI, 2007a). Em síntese, tais características podem ser: (a) cognitiva: Ao relacionar tudo que é conhecido empaticamente ao pensamento; (b) estética: evento que reúne os sentidos, juízo estético e sentimento estéticos para a produção do conhecimento e (c) emocional: O pesquisador se coloca no lugar do outro para apreender os estados emocionais (STRATI, 2007a). Este estudo se reveste das três características; no entanto, elenco aqui a característica estética como dominante, pois transita entre cognição e emoção.

Sobre esta escolha, Strati (2007a) coloca que a compreensão empática se coloca a serviço para evocar e apreender não só aquilo que é plausível, persuasivo, dizível, mas também o que não se explica, o contraditório, o que não se pode prever, o indizível. Neste sentido, está o conhecimento sensível para manusear as plantas e flores, que popularmente é conhecido pela expressão “mão boa”, que revela o “talento” para cultivar as plantas: “M1 me contou que [...] cultivou uma plantinha, viu que tinha a mão boa e plantou mais, e mandou para a feira e vendeu bem, até que o negócio de verduras foi sendo substituído por plantas”. (Diário 8, setembro de 2017).

A atividade de cultivar as plantas, ainda que realizada muitas vezes a partir de conhecimento popular, tem nas expressões estético-sensoriais de quem tem contato com as plantas e flores o resultado de um bom trabalho, conforme ilustro com alguns recortes dos diários de campo: “As flores alimentam a alma” (Diário de campo 02, julho de 2017) ou “Eu amo essa feira, as flores dele são lindas porque ele tem amor às plantas”. “Eles cuidam com carinho, porque elas [as plantas] são suscetíveis as pragas” (Diário de campo 08, setembro de 2017). Outro exemplo é uma expressão que cunhei, o “*self service* de flores”, para descrever a ação dos fregueses ao escolher quais flores comprar com as mãos e a montagem dos arranjos no ar:

“Observei que os fregueses retiravam as flores dos baldes que estavam na frente da barraca, em uma espécie de composição de formatos e cores, era uma espécie de self service de flores” (Diário de campo 02, julho de 2017)

Estes fragmentos organizacionais ilustram a interpretação da ação intencional, que mais sugere do que explica, que, ao ser traduzida, despe-se de sua essência estética. É como na experiência de fazer um arranjo, em que descrevi mentalmente o processo através da combinatória de cores, tamanhos e formatos, mas que, ao fazer, minhas mãos não obedeciam aquilo que minha mente havia arquitetado. Concluo que o saber caminha de mãos dadas com o sentir, assunto que será tratado na próxima seção, em que apresento o campo, dentro da análise dos dados e sua discussão.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo apresenta a descrição dos dados produzidos em campo, bem como sua análise e discussão dos resultados. Ele foi organizado em três seções, cada uma dando conta do atingimento de um objetivo específico proposto, conforme figura abaixo:

Figura 8 - Síntese da organização dos dados em relação aos objetivos da dissertação

OBJETIVO ESPECÍFICO	SEÇÃO CORRESPONDENTE
Revelar a organização do comércio de flores nos contextos organizacionais estudados enquanto fenômeno mediado pela estética organizacional;	A organização do comércio de flores à luz da estética organizacional
Desvendar de que forma o conhecimento sensível marca as especificidades do comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha;	Mão boa ou curso? O conhecimento estético na feira
Descrever e refletir a experiência estética a partir das práticas corporais e multissensoriais, materialidades e categorias estéticas vivenciadas pelos feirantes de flores na feira de Jardim da Penha.	A experiência estética no comércio de flores

Fonte: Elaborado pela autora

A feira livre de Jardim da Penha perfaz uma junção de barracas que demarcam sons, cores, cheiros, sabores e textura e são regidas por regras de horários e condutas estabelecidas pelo poder público e dentre esta formalidade, está o tempo das flores. Neste sentido, o tempo demarca o ritmo das atividades na feira, para além do tempo do relógio, que é normativo, mas pelo tempo mediado pelo tempo do sol, aquele que muitas vezes castiga o belo das flores. Nesse enredo do tempo, todo o movimento das atividades é orquestrado; afinal, é preciso saber o tempo de plantar, adubar, regar, colher e armazenar, pois estas etapas são partes do seu processo organizativo, enfim, é preciso conhecer aquilo que se vende. Neste sentido, os feirantes de flores de Jardim da Penha demarcam tal conhecimento, uma vez que, para além das vendas, prestam orientações de cuidados com a flores e dicas de como mantê-las sempre belas, com cores vivas e vistosas. Portanto, este

sentir está relacionado às faculdades perceptivas sensoriais da audição, visão, tato olfato e paladar e juízo estético, perfazendo a ideia de estética organizacional (STRATI, 2007a).

A descrição da organização do comércio de flores a luz da estética organizacional é apresentada em fragmentos organizacionais nas seções seguintes. Portanto, aqui, a evocação do conhecimento organizacional é plausível, se ao ler este estudo, você leitor esteve presente com puro raciocínio no mundo imaginário da feira livre, com seus cheiros, cores, texturas, sons e gostos, emoções e movimentos.

4.1 A ORGANIZAÇÃO DO COMÉRCIO DE FLORES À LUZ DA ESTÉTICA ORGANIZACIONAL

Do total de 463 produtores de flores e plantas ornamentais no Espírito Santo (SEBRAE, 2015), três estão presentes na feira livre de Jardim da Penha, em Vitória, capital do Espírito Santo. Junto a estes, outros cinco feirantes de flores que não são produtores compõem uma sequência de oito barracas (figura 9) que comercializam flores de corte, plantas ornamentais, acessórios para plantas, arranjos florais, fertilizantes, adubos, entre outros produtos. Esta junção de oito barracas de flores instaladas lado a lado se dá por conta da setorização de acordo com o ramo de atividade de cada feirante estabelecido pela Prefeitura, conforme ilustra a figura 10. Com 151 barracas, a feira livre de Jardim da Penha existe há mais de 30 anos, e por ela transitam uma estimativa de cinco a oito mil pessoas circulando pela feira livre (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 2018).

Figura 9 - Barracas de flores

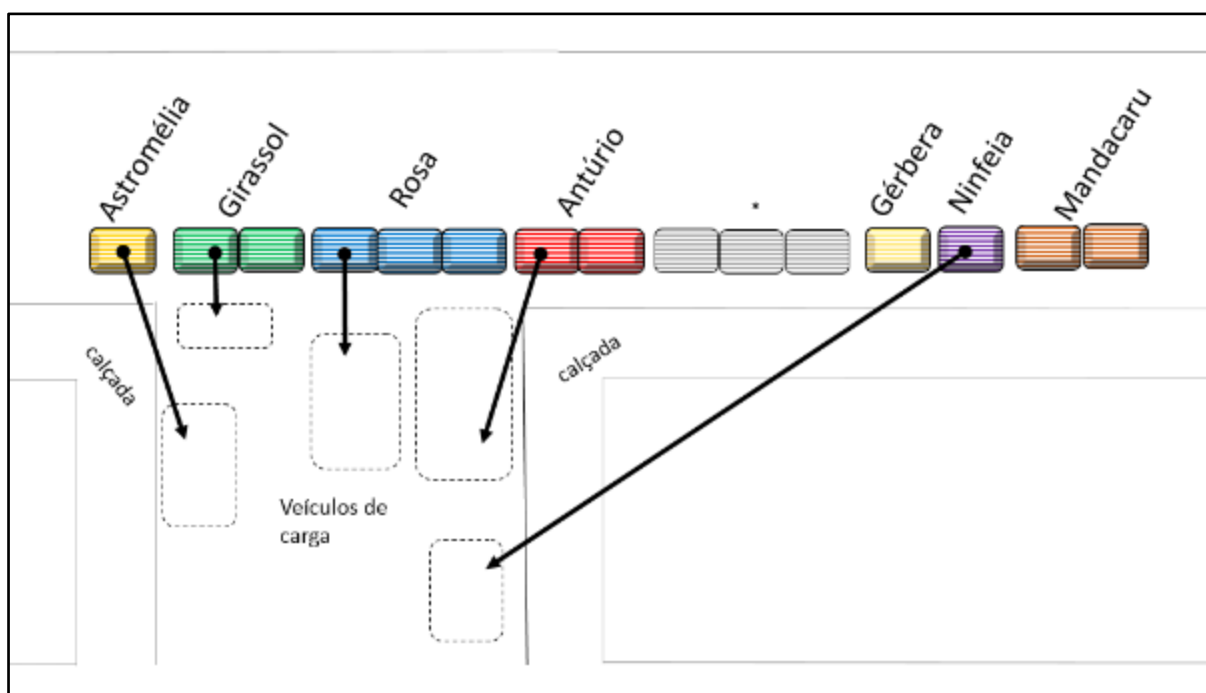


Fonte: Registro realizado pela autora

Adentrei a feira livre de Jardim da Penha no sábado que antecedeu minha primeira incursão para realizar a observação participante. Cheguei em torno das 12h, horário em que a feira está sendo finalizada e os feirantes poderiam me dar atenção com mais tranquilidade. Abordei os feirantes me apresentando como aluna de mestrado em Administração da UFES, falei brevemente sobre minha pesquisa, o tempo que passaria com cada feirante, precepei-me em deixar claro que faria esforço para não atrapalhar e me coloquei à disposição para ajudar em algo caso necessário, inclusive carregar as caixas. Isso gerou certo espanto, e perguntas do tipo: “Mas você vai vir de madrugada? Vai carregar peso? Vai gravar? ”, e eu respondia a todas as perguntas. Eles pareciam não acreditar que estavam sendo estudados; não senti ar de desconfiança, mas sim de surpresa. Minha intenção era convencê-los de que eu realmente queria muito estar ali e que aquele campo era fundamental para minha pesquisa. A aceitação ocorreu de forma muito serena: em menos de uma hora já havia conversado com todos os feirantes e conseguido o aceite. Assim, obtive autorização verbal para observar as oito barracas; contudo, uma das pessoas que participariam da pesquisa desistiu mais à frente.

Dessa forma, mediante autorização dos feirantes, procedi com as imersões que acontecerem sequencialmente, iniciando pela barraca Astromélia, passando pela barraca Girassol, Rosa, Antúrio, saltando pela barraca que desistiu, até chegar na barraca Gérbera, Ninfeia e Mandacaru. Ao final de cada observação, eu conversava com a barraca vizinha a ser observada, a fim de seguir estreitando os laços.

Figura 10 - Posicionamento das barracas



Fonte: Elaborado pela autora

Por diversas vezes, os feirantes me cobravam quando ocorreria à observação de sua barraca e eu esclarecia que ficaria um sábado em cada uma. As cobranças ocorriam em tom bem-humorado, do tipo: “Quando você vai pra minha barraca? ”; “Você vai voltar na nossa barraca? ”. Este tipo de manifestação dá segurança ao pesquisador durante sua estada em campo, pois reflete aceitação por parte dos sujeitos pesquisados e indica que a estratégia de observar, de se colocar no outro, promovendo a compreensão empática, para somente então agir, está sendo bem-sucedida.

Como já dito anteriormente, os nomes dos feirantes foram substituídos por códigos e das barracas foram referenciados com nomes de flores, cuja apresentação segue na

figura 11. Para melhor compreensão da descrição de cada barraca, inseri fotografias para despertar o plano imaginário no leitor para a observação realizada. Assim, sugiro que as descrições sejam lidas com um olhar mais detalhados para as imagens, assim, poderá ter noção dos locais que escolhi para observar, do posicionamento das flores, entre outros detalhes.

Para as imersões em campo, não preparei um roteiro com perguntas para conhecer o perfil do feirante, justificando assim o motivo pela qual algumas informações que constam na descrição de uma barraca não aparecerem em outra. No entanto, pude consolidar algumas informações para melhor compreensão, e que apresento na figura 11.

As informações foram emergindo, à medida que as conversas foram fluindo e, na maioria das vezes, foram fornecidas espontaneamente pelo feirante. Assim, a sequência das descrições segue a ordem de seu registro no diário de campo, respeitando a sequência de sua emergência na produção dos dados de campo.

Inseri nas seções seguintes, além da descrição de cada barraca, alguns trechos do caminho que gradualmente percorri para sair de uma posição de estranhamento para ir à de familiaridade, em uma abordagem de reciprocidade com os feirantes. Abordo também as estratégias das quais lancei mão para estreitar estas relações, que me permitiram ver o campo para além do papel de freguesa, com olhar de pesquisadora à luz da estética organizacional. Desse modo, intitulei as seções a partir do nome de cada barraca, em uma referência à compreensão empática, que aponta como seu primeiro pressuposto teórico a imersão na ação organizacional estudada. Isso significa que o pesquisador não deve se prender apenas a interpretações intelectuais, mas abrir-se para viver e experimentar o cotidiano por meio dos sentimentos e emoções (STRATI, 2007a). E assim procedi em campo, imergi para apreender as particularidades de cada barraca.

Figura 11- Características das barracas de flores

Nome da barraca	Proprietário	Auxiliar	Total de pessoas na barraca	Organização familiar?	Produtos				Origem dos produtos		Domicilio
					Arranjos florais	Flores de corte	Plantas	Acessórios	Produz	Fornecedor	
Astromélia	A1 e A2	A3	3	Sim	X	X	-	-	X	X	Marechal Floriano
Girassol	G1	G2 e G3	3	Não	X	X	X	X	-	X	Viana
Rosa	R1 e R2	R3, R3, R4, R5 e R6	6	Sim	X	X	X	X	-	X	Vila Velha
Antúrio	AN1	AN2	2	Não	-	X	X	-	X	X	Araguaia
Gérbera	-	AN1 e AN2	2	Sim	X	X	-	-	-	X	Biriricas
Ninfeia	N1	N2	2	Sim	X	X	-	-	X	X	Biriricas
Mandacaru	M1 e M2	Não possui	2	Sim	-	-	X	-	X	X	Biriricas

Fonte: Elaborado pela autora

4.1.1 Imersão na Barraca Astromélia

Esta foi a primeira barraca que observei e foi a que permaneci por mais tempo, totalizando 13 horas e cinco minutos distribuídos em duas imersões, sendo uma de 23h55min de sexta feira até as 05h30min de sábado e a outra de 05h45min às 13h15min.. Optei por este horário de chegada, pois, para a primeira incursão, objetivei observar o horário em que os feirantes de flores chegavam, e o que pude observar é que são poucas as movimentações dos feirantes de flores na madrugada. A maioria dos proprietários dispõe de um serviço terceirizado que faz a montagem das barracas; logo, os feirantes que moram mais distante chegam cedo e dormem até o momento de colocar as flores na barraca, próximo ao horário de início, às 06h. Assim, nesta primeira imersão, concluí que não seria necessário chegar tão cedo e estabeleci que as próximas imersões ocorreriam entre o horário

de arrumação das flores na barraca até a sua desmontagem, algo entre as 06h e 13h.

Observei que a barraca Astromélia é uma organização familiar composta por três pessoas (A1, A2 e A3), sendo A1 e A2 marido e mulher, proprietários da barraca, e A3, a filha que os auxilia nas vendas. A1 fica normalmente atrás da barraca, elaborando os arranjos florais e atendendo apenas em situações mais específicas, na maioria das vezes demandadas por A3. A2 auxilia com a organização das flores no caminhão, que fica estacionado próximo à barraca em uma rua perpendicular e realiza alguns atendimentos. A3 costumeiramente permanece à frente da barraca atendendo ao público. Além de A3, que trabalha na barraca, A1 tem outro filho, que também trabalhava na barraca.

A origem das flores da Barraca Astromélia é majoritariamente de produção própria; alguns exemplares, em menor quantidade, são adquiridos de um grande fornecedor na capital capixaba. A1 explica dois motivos para comprar: 1) algumas flores são patenteadas com um rigoroso controle de um órgão de São Paulo; 2) consome muitas plantas pois presta o serviço de decoração de casamento. A1 me explicou que a grande disponibilidade de flores deste atacadista dá segurança a ela para fechar contratos maiores de decoração de flores, sendo que, sem essa disponibilidade, ela poderia “ficar na mão”, caso ela ou algum outro produtor não tive o produto quando houvesse demanda.

O tempo de atuação de A1 na feira de Jardim da Penha é de 10 anos. Ela e sua família atuam somente na feira de Jardim da Penha, pois o restante do tempo dedicam-se à produção de flores e ao serviço de decoração com flores em festas. A2, contudo, atua no ramo de flores há 20 anos. Anteriormente a este período, a família trabalhava com o cultivo de hortaliças, mas o negócio não deu certo; A1 trabalhou em uma padaria, e saiu para ajudar o marido no negócio de flores. O ingresso de A1 no negócio de flores do marido se deu por questões financeiras e também para ajudá-lo. Diz ela que, neste entremeio, “tomou gosto pelas flores”.

Diferentemente da primeira imersão, em que eu me mantive um pouco distante, pois estava me habituando aos modos do campo, na segunda visita me acomodei atrás de uma árvore, ao lado de A1, que fazia um arranjo floral. Esta posição foi estratégica, pois os fregueses não me viam em um primeiro olhar, o que me deixava

relativamente livre para interagir com os feirantes. Enquanto eu conversava com A1, outros dois feirantes estavam conversando em paralelo sobre declaração de imposto de renda, e A1 me disse que declara, por conta da produção de flores, por conta das vendas e disse que gosta de trabalhar certinho, assim os clientes voltam, os servidores da prefeitura indicam e finaliza com “em tempos de crise, isto é bom!”.

A organização espacial da barraca Astromélia é dividida em estoque, preparação de arranjos e vitrine a céu aberto: (a) Caminhão fica próximo à barraca, serve como estoque e é cuidado por A2; (b) o tabuleiro é utilizado para a preparação dos arranjos por A1; (c) na frente da barraca, as flores são organizadas em uma espécie de vitrine a céu com flores de corte acomodadas em baldes, organizadas por cores e formatos, conforme figura abaixo:

Figura 12 - Barraca Astromélia



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

O estoque organizado na carroceria do caminhão é por um bom tempo acompanhado por A2, que faz a entrega de flores a A1 para fazer os arranjos, à medida que ela o solicita. A1 faz arranjos quase todo tempo, fruto de encomendas que irão decorar igrejas, lojas, festas e que, na maioria das vezes, são feitas por contato telefônico. Quando A2 finaliza a organização e A1 não solicita flores, A2 atua fazendo arranjos.

A forma com que as flores estão organizadas na frente da barraca permite que os fregueses as retirem dos baldes para fazerem composições de arranjos, o que me remete à ideia de uma espécie de “self-service de flores”. Na frente da barraca, trabalha A3, realizando os atendimentos e, quando há dúvida sobre valores, encomendas de arranjos ou alguma flor especificamente, A3 aciona A1 que responde bem suave, A1 tem o tom de voz baixo. À medida que as flores vão sendo vendidas, A2 faz reposições a pedido de A3 ou por conta própria. Me impressionou como um caminhão tão pequeno (figura 13) possa caber tantas flores, acredito que deva ser por conta da forma com que são organizadas.

Figura 13 - Caminhão da barraca Astromélia.



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Ainda que eu estivesse atrás da árvore conversando com os feirantes da barraca Astromélia, observando ou anotando, alguns passantes me acionavam para perguntar o preço de algo ou pedir por alguma flor. Inicialmente, eu dizia que não trabalhava na barraca e chamava A1. Mais à frente, comecei a observar os nomes e valores das flores para que, ao ser confundida, pudesse responder antes de chamar o feirante. Amadureci esta estratégia na próxima imersão em campo.

A barraca Astromélia trabalha com cartão de crédito, cuja máquina é operada por A3, e na estrutura da barraca não possui indicação publicitária deste tipo de modalidade. Assim, quando realiza venda por cartão, é por algum cliente que pergunta ou por aqueles que já têm ciência disso.

4.1.2 Imersão na Barraca Girassol

Esta foi a segunda barraca que observei; estive em campo de 06h25min às 13h20min, totalizando 07h55min em campo. Optei por chegar neste horário, pois este feirante mora próximo e chega em torno das 06h.

Nesta imersão a campo, o dia estava frio e chuvoso e, como tive que sair ainda de madrugada, pois minha locomoção até a feira acontecia via transporte coletivo, me vi com medo, pois ainda era noite e eu me encontrava sozinha no ponto. Para completar os bastidores da pesquisa de campo, aqueles que em geral são poucos revelados: um homem se aproximou, tive muito medo, porém o ônibus logo veio e me senti segura. O medo ocorreu também ao descer do ônibus, pois a rua de acesso a feira também é deserta. Por este motivo, me resguardava de levar comigo apenas bloco de anotação, caneta, pouco dinheiro e documento de identificação.

Optei por ir à barraca Astromélia antes de ir para a barraca Girassol. Assim, saudei A1, que, em um primeiro momento não se recordou de mim, e cumprimentei A2, que se recordou de mim rapidamente. Ao chegar na barraca Girassol, o movimento era de retirada das plantas da Kombi Branca e alocá-las à frente da barraca. Para tanto, o saudei e me coloquei a observar o ritmo das atividades para calcular quando e como poderia agir. Minhas primeiras observações na barraca Girassol deram conta de que trabalham três pessoas, sendo o proprietário (G1) e dois ajudantes (G2 e

G3). Os ajudantes ficam à frente da barraca, fazem a venda e imediatamente entregam o dinheiro a G1. Em um momento de calma, sentei em um banquinho junto aos ajudantes e em meio a conversa, elas me disseram que estão com G1 há três anos e que tudo que sabem, aprenderam com ele.

A barraca é composta por dois tabuleiros de madeira que servem para o preparo de pequenos arranjos, preparação de buquês, exposição de produtos para plantas, pequenos vasos de flores e algumas poucas flores de corte. Atrás do tabuleiro está G1, que realiza atendimentos mais específicos e elabora os arranjos e buquês. Na frente da barraca, as plantas são organizadas de forma harmônica, ao que parece combinar cores e escalas de tamanho. Diferentemente das flores de corte, as plantas em vasos não carecem de ser remanejadas por conta do sol. A organização das flores à frente da barraca compõe um espaço central para acesso dos fregueses, conforme figura 14.

Figura 14 - Barraca Girassol



Fonte: Registro realizado pela autora

Os produtos comercializados são em sua maioria vasos com plantas e, em menor quantidade, flores de corte e complementos tais como fertilizantes, terra adubada e arranjos sob encomenda, em especial buquês. As origens dos produtos são de fornecedores atacadistas que normalmente trazem flores de outros estados, principalmente de São Paulo.

A arrumação das flores na Kombi é feita na sexta feira após o pôr do sol até em torno das 22h, junto a este movimento, ele faz alguns arranjos florais e disse que os fazem assistindo novela. A arrumação após o pôr do sol é justificada por G1 que disse que “planta tem que ter cuidado e não pode ficar muito tempo na Kombi”. A arrumação dos produtos na Kombi foi registrada na figura 15.

Figura 15 - Produtos arrumados na Kombi



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

G1 atua na feira desde os 13 anos, e representa a terceira geração de feirantes da família. Ele relatou que ia inicialmente de forma esporádica à feira livre de Jardim da Penha, na barraca de um tio que hoje é falecido, até que se fixou. Quando o tio faleceu, ele assumiu de vez a barraca de flores. Além da barraca herdada, G1 trabalha em outra feira em um bairro de Vitória e faz decoração de flores para eventos. G1 diz que trabalhar na feira é um desafio, pois tem que acordar cedo e

carregar a empresa (apontando para Kombi) para onde vai. A Kombi fica atrás da barraca, serve como depósito, conforme figura 16.

Figura 16 - Kombi da barraca Girassol



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Sobre o conhecimento para manusear as plantas, G1 diz que conhecimento a pessoa adquire, mas que a sabedoria vem de Deus e completa que trabalhar com flores é uma arte floral, que a vida é uma arte, lidar com pessoas é uma arte. Neste sentido, adianto que em momento oportuno, trato sobre a evocação do conhecimento.

Quanto à forma de tratar os clientes, G1 diz que a qualidade dos produtos é importante, mas que é preciso se preocupar para além da venda, dando atenção ao cliente, sem se preocupar apenas em vender. Ele diz que o faz, por exemplo, ao ensinar o cliente a cuidar da planta.

Na barraca Girassol, as pessoas vão para olhar, comprar, dar um simples oi, ou pedir ajuda de G1 para uma planta que está “doente”, com uma aparência desagradável. Assim, G1 atua como um médico de plantas que oferece algo para que a planta volte a ser bela e saudável, com cores vivas.

4.1.3 Imersão na Barraca Rosa

Esta foi a terceira barraca que observei, estive em campo de 06h30min às 13h, totalizando 06h30min em campo. Como os feirantes moram em Vila Velha, cidade próxima à feira de Jardim da Penha, não é necessário que eles cheguem muito cedo, então os acompanhei a partir do início das atividades.

Na barraca trabalham sete pessoas, sendo o casal proprietário (R1 e R2), o filho e a esposa (R3 e R4), uma sobrinha (R5) e dois ajudantes (R6 e R7), que são vizinhos de sua residência. A barraca comercializa, em sua maioria, flores de corte, acessórios e pequenos vasos de plantas, além de ofertar o serviço de elaboração de arranjos e buquê. Observei que R2, assim como narrado com G1, quando não dispõem de alguma flor para compor um arranjo, vão até a barraca dos feirantes produtores para comprar.

A barraca é composta por três tabuleiros que servem para o preparo de buquês, exposição de plantas, flores e acessórios e preparo de pequenos, médios e grandes arranjos. Na parte de trás do tabuleiro estão: R1, que atende fregueses e cuida do caixa; R2 que prepara os arranjos; e, R5 e R6 que fazem o atendimento e as vezes elaboram buques simples. À frente da barraca estão baldes de flores e, em pequeno espaço que R1 me contou ter disponibilizado para R3 e R4 comercializarem acessórios para plantas e flores tais como vasos, cachepôs, terras adubadas, entre outros. A figura 17 apresenta a organização da barraca Rosa.

Figura 17 - Frente da barraca Rosa



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

A rotina semanal de trabalho de R1, R2 e R3 é diversificada, dividindo-se entre realizar serviços bancários, de cunho burocrático para o funcionamento do negócio de flores, viajar para as regiões de montanhas para comprar flores, encomendar flores de grandes atacadistas e até mesmo de outros estados, preparo de arranjos para decoração, além de atuar em quatro feiras.

O negócio de flores foi iniciado por R2 há 30 anos e envolve toda a família, inclusive os filhos atuam em outras feiras da capital capixaba.

Nesta incursão, experimentei a arte de fazer um pequeno arranjo (figura 18 e 19) sob a curadoria de R2 que, pacientemente, me ensinou sobre o formato, composição de cores e cuidado com as flores. Para esta experiência, perguntei a R1 e R2 se eles me ensinariam a fazer um arranjo para que pudesse presentear minha orientadora Letícia e com um sorriso, disseram que sim, me trouxeram várias flores e me ensinaram com total delicadeza.

Figura 18 - Arranjo elaborado pela pesquisadora



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Figura 19 - Produção de arranjo floral



Fonte: Registro fotográfico realizado por R3

Esta experiência foi enriquecedora, pois percebi o quão sensível são as flores e a delicadeza que harmoniza sua junção para compor um arranjo ou um buquê. Adianto que tais aspectos serão abordados mais oportunamente, durante a análise dos dados de campo.

4.1.4 Imersão na Barraca Antúrio

Esta foi a quarta barraca que observei; estive em campo de 08h às 13h15min, totalizando 05h15min. Optei por chegar mais tarde por conta das movimentações de fregueses acontecerem com maior intensidade neste horário e por já ter observado o suficiente o movimento de montagem das barracas.

Antes de seguir para a barraca Antúrio, passei pela barraca Girassol e pela barraca Rosa. Nesta barraca, imaginei queria um pouco complicado, pois AN1 me parecia ser um pouco fechado. No entanto, bastou que eu sentasse em um banquinho rosa com flores brancas para que ele começasse a falar.

Na barraca Antúrio trabalham duas pessoas, sendo o proprietário (AN1) e um ajudante (AN2), que moram nas regiões de montanhas, em torno de 80 km de distância até a feira livre de Jardim da Penha.

A barraca comercializa plantas e flores de corte; algumas são cultivadas por AN1, e outras são compradas dos produtores da região em que reside.

O proprietário da barraca Antúrio está no ramo de flores na feira de Jardim da Penha há 25 anos. Anteriormente a esta atividade, cultivava verduras e atualmente produz flores. Durante a semana, AN1 trabalha como motorista noturno de ônibus escolar e AN2 trabalha na área rural. O maior consumidor de flores de AN1 é a barraca Rosa, que escoar os produtos em quatro feiras e no serviço de decoração.

O primeiro caminhão de flores a chegar na feira livre de Jardim da Penha é o de AN1, pois, findando o serviço de transporte de alunos na área rural em torno da meia-noite, ele segue para a feira. Segundo ele, assim, se o caminhão apresentar problemas, terá tempo hábil para consertá-lo ou fazer o transbordo da carga para outro caminhão.

A barraca de Antúrio é composta por dois tabuleiros, sendo um ocupado por baldes com flores de cortes mais nobres e o outro tabuleiro é ocupado pelas orquídeas. Na estrutura metálica é pendurada uma cordinha com mini orquídeas em um pedaço de madeira. Na parte de trás do tabuleiro está AN1 que faz atendimentos e recebe o dinheiro das vendas de AN2, que o auxilia e fica à frente da barraca, fazendo atendimento ao público, e utiliza jaleco branco. AN2 mora em Araguaia, trabalha com AN2 na sexta carregando o caminhão e no sábado auxiliando na feira. Durante a semana ele trabalha na área rural e no domingo disse que trabalha construindo sua casa.

Na frente da barraca estão baldes com flores de corte rente ao tabuleiro e espaçadamente estão os vasos de plantas dispostos em grandes caixas de plástico, conforme fotografia 20.

Figura 20 - Barraca Antúrio



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

4.1.5 Imersão na Barraca Gérbera

Esta foi a quinta barraca que observei, estive em campo de 08h40min às 13h10min, totalizando 04h20min em campo. Antes de ir à barraca Gérbera, passei na barraca Girassol, Rosa e Antúrio, pois foi o trio com que eu havia tido mais afinidade e entrosamento até então.

Ao chegar ao local, inicialmente cheguei a pensar que se tratava de duas barracas com um só proprietário, por conta da sinergia entre os feirantes e por alguns minutos tratei como tal, o que logo foi esclarecido, pois se tratava de um lado da barraca Gérbera e do outro a barraca Ninfeia. Desse modo, expliquei que naquele sábado ficaria observando a barraca Gérbera e no sábado seguinte seria a vez da barraca Ninfeia.

A barraca é composta por dois irmãos (GE1 e GE2) que trabalham para um outro irmão que não conheci enquanto estive em campo. A barraca comercializa apenas flores de corte e GE1 faz arranjos e buquês, enquanto GE2 realiza a maioria das vendas.

A barraca é composta por um tabuleiro, sendo um ocupado por baldes com flores de cortes e folhagem e um espaço para elaboração dos arranjos na parte de trás do tabuleiro. À frente da barraca estão baldes com flores de corte rentes ao tabuleiro e sob algumas caixas de plástico, conforme figura 21.

Figura 21 - Barraca Gérbera



Fonte: Registro realizado pela autora

As flores de corte são compradas das regiões de montanhas, em torno de 60km da feira livre e local em que GE2 mora. O negócio é diversificado, pois além da feira, eles trabalham com o irmão fornecendo flores para decoração em diversas cidades, inclusive no interior do Estado do Espírito Santo.

4.1.6 Imersão na Barraca Ninfeia

Esta foi a sexta barraca que observei: estive em campo das 08h50min às 13h10min, totalizando 04h20min em campo. Antes de seguir para a barraca Ninfeia, passei pela barraca do trio Girassol, Rosa e Gérbera e as conversas foram produtivas, deixaram a observação mais leve, pois me permitia circular pelas barracas, e ainda que o foco do dia fosse em uma única barraca, eu pude ampliar minhas observações.

Ao chegar na barraca Ninfeia, fui calorosamente recebida por N1 que estava na parte de trás do tabuleiro e puxou uma caixa de plástico, dizendo: - separei pra você.

Assim, sentada e próximo a ela, conversamos bastante, mais tarde, ajudei em alguns atendimentos e a guardar as mercadorias no veículo de carga.

Na barraca Ninfeia trabalham duas pessoas da mesma família, sendo a proprietária (N1), que faz arranjos e buquês e realiza atendimento, e N2, que faz o atendimento na frente da barraca. A barraca comercializa flores de corte que são produzidas por N1 nas regiões de montanhas, em torno de 50 km até a feira livre de Jardim da Penha e faz arranjos sob encomenda.

A barraca é composta por 1 tabuleiro em que é utilizada por N1 para fazer arranjos, expor grandes folhagens e sempre tem um pequeno arranjo de centro de mesa que serve de chamariz, e o cliente ter noção do que elaborar.

A feira não é a única atividade de N1, pois no domingo ajuda o marido na feira com a venda de frangos e durante a semana faz outras atividades, diversificando o negócio da família.

Figura 22 - Barraca Ninféia



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Posicionadas na frente da barraca (figura 22), N1 e N2 me narraram sua relação com a feira, ouvi que N2 trabalhou na feira com verduras por 25 anos junto com a família e atualmente é aposentada, os irmãos seguiram rumos diferentes e a barraca de flores, N1 herdou da irmã, que se tornou pedagoga e passou o negócio para ela.

Os arranjos feitos sob encomenda por N1 ficam guardados no veículo de carga; ela me explica que não gosta de expor, pois as pessoas fotografam para fazer igual e o cliente perde a exclusividade de ter um arranjo único.

4.1.7 Imersão na Barraca Mandacaru

Esta foi a sétima e última barraca que observei, estive em campo de 09h às 13h05min, totalizando 04h15min de um dia de intensa chuva. Antes de seguir para a barraca Mandacaru, passei por todas as barracas de flores observadas anteriormente para fortalecer a relação de familiaridade e por conta da amizade construída em campo.

A Barraca Mandacaru comercializa pequenas plantas tais como suculentas e cactos e algumas plantas para pendurar. Parte das plantas são cultivadas pelo casal em um sítio nas regiões montanhosas, em torno de 50 km de distância da feira e outras são compradas de um grande fornecedor atacadista.

Na barraca Mandacaru trabalha um casal (M1 e M2). M1 é prima de N1, da barraca Ninfeia. Antes de produzir e comercializar flores, o casal cultivava verduras e vendia na feira, fez isso por 10 anos; logo após, há 5 anos, mudou o produto para flores. A barraca comercializa uma diversidade de cactos e suculentas (Figura 23), com pedrinhas brancas cobrindo a terra em vasilhinhos pretos. Eles ficam em uma grande madeira que compõem uma espécie de balcão na barraca. No balcão estão algumas orquídeas e suculentas maiores.

Figura 23 - Tabuleiro da barraca Mandacaru



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Penduradas na frente estão alguns vasos com ramas e atrás uma grande Samambaia. Na frente da barraca ficam outras plantas em cima de grandes caixas de plástico. Em um balde no canto, flor de corte, conforme mostra figura 24.

Figura 24 - Barraca Mandacaru



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Os fregueses costumam comprar mais de um vasinho, então M1 os arruma em uma pequena caixa de madeira.

Nesta incursão realizei algumas vendas, ajudei a colocar os produtos no caminhão e peguei carona junto com o casal. No caminho, viemos conversando sobre a feira, flores entre outros assuntos aleatórios.

A incursão a barraca Mandacaru demarca minha última observação e, portanto, o afastamento do campo para que eu pudesse analisar os dados envoltos nos densos diários de campo, que ativam meu processo imaginário, para assim realizar a descrição e análise dos dados obtidos em campo, que apresentei até aqui e na seção seguinte.

4.2 MÃO BOA OU CURSO? O CONHECIMENTO ESTÉTICO NA FEIRA

Saí de casa às 23h [...] mas, antes de partir, revisitei na memória as premissas básicas que o pesquisador deve se revestir em campo: Compreensão empática, estar disposto a se colocar no lugar do outro e a mergulhar em campo e ativar os cinco sentidos.[...] Em campo, pretendo compreender como a feira acontece, em especial o comércio de flores. (Diário de campo 1, julho de 2017)

Nestas primeiras impressões, antes de adentrar a feira, eu não me sentia previamente impregnada de sentimentos e emoções em relação a este campo. Era, para mim, um campo até então desconhecido, pois desbravaria os bastidores daquilo que enquanto passageira ou freguesa não havia me aprofundado. No entanto, estava crédula de que o arcabouço teórico em que eu me calçava, daria conta de colher o conhecimento estético ao viver esta fantástica experiência e ao (re) vivê-la.

Arrisco-me, assim, a levar o leitor a esta incursão, promovendo uma viagem imaginária ao comércio de flores na feira livre. Para isso, lembro as palavras de Strati (2007a), que coloca que o processo de colheita do conhecimento não é claramente dado entre o pesquisador (eu) e o pesquisado (feirante), ou entre pesquisadora (eu) e leitor (você), mas sim, na medida em que é construído pelas observações participantes imaginárias provocadas pela descrição do campo. Assim, a apreensão do conhecimento envolto no comércio de flores passa a compreender seu processo heurístico com base em sua evocação em um plano imaginário (STRATI, 2007a). Com base nessa premissa agi, especialmente ao (re) viver a experiência estética franqueada ao processo evocativo. Deste modo, analisei a evocação do conhecimento estético no cotidiano dos sujeitos estudados a partir de duas possibilidades: (1) o conhecimento tácito do feirante de flores, aquele sobre o qual é mais difícil tecer uma descrição analítica; e (2) o conhecimento estético adquirido pelo feirante de flores, mais relacionado a uma forma de conhecimento racional.

Uma percepção próxima ao conhecimento tácito, que esteve presente nas minhas vivências em campo, é a popular expressão “mão boa”, que compreendo como uma manifestação corporificada da noção de conhecimento estético:

M1 me conta que ela e o marido trabalhavam na roça com banana, café, entre outros, fizeram isso por 10 anos, até que há 5 anos ela cultivou uma plantinha, viu que **tinha a mão boa** e plantou mais, e mandou para a feira e

vendeu bem, até que o negócio de verduras na feira, foi totalmente substituído por plantas. (Diário de campo 8, setembro de 2017, grifo nosso)

A expressão “mão boa” está normalmente relacionada ao sujeito que logra sucesso no processo de plantio e florescimento, sem que para isto tenha necessariamente recebido algum tipo de conhecimento técnico, mas que ainda assim goza de conhecimento estético. Mesmo que não ensinado formalmente, o conhecimento estético pode materializar-se na experiência estética do sujeito ao observar o processo de plantio, pode estar na sensibilidade em relação à beleza das plantas e flores para entender os cuidados que essa vida demanda, pode residir inclusive no domínio da sacralidade, tomando a forma de um conhecimento que, aparentemente inato, não se consegue explicar, como um dom.

O conhecimento estético, nesse contexto, passa por compreender e respeitar que a planta é um ser vivo e, como tal, carece de insumos básicos em quantidades adequadas para sua sobrevivência, tais como composição do solo, exposição ao sol, dosagem de água, entre inúmeros outros fatores que vão além de uma compreensão racional do contexto, envolvendo assim grande sensibilidade. Este tratamento para com as plantas é evidenciado na fala de G1 ao dizer que “a planta é um ser vivo e que requer cuidado como qualquer outro ser vivo, é como ter um cachorro, um gato, tem que cuidar, alimentar, senão morre.” (Diário de campo 3, julho de 2017). Em suma, a essência deste tipo de conhecimento estético no contato com as flores está na “mão boa” – algo não explicado ou explicável, mas que pode ser sentido e revelado com o apoio das categorias estéticas imbricadas na experiência estética. Neste sentido, Strati (2007a) assinala que sentir, compreender e saber estão mesclados e fundem-se em seu ser-em-uso no seio organizacional.

A tríade sentir, compreender e saber foi percebida em campo, por exemplo, quando utilizada pelo feirante para tratar alguma planta cujas especificidades de sobrevivência não foram respeitadas, mas em que ainda havia um sopro de sensibilidade para tratá-las, como é o caso do episódio:

Uma moça chega com um problema em sua planta, G1 faz várias perguntas e diz corta quase no talo, a moça se assusta e pergunta: “E se ela morrer?” E ele responde, que “é porque ela já estava condenada”. (Diário de campo 3, julho de 2017).

Neste contexto, o feirante sentiu e compreendeu o problema da planta após os relatos da freguesa e, ao analisar a planta, utilizou-se do conhecimento tácito para dizer o que ela deveria fazer.

A segunda possibilidade de evocar o conhecimento estético identificada no contexto estudado caracteriza-se pela via do conhecimento que pode ser aprendido, por exemplo, através de cursos, como narrado por um dos sujeitos:

N1 me disse que o conhecimento dos outros [feirantes] é popular, e o dela advém de estudos, pois faz curso, aprende com vídeos na internet. N1 me falou sobre a composição de cores de flores nos arranjos, ela usa a mistura de cores primárias e secundárias; por exemplo, se verde com azul dá amarelo, então ela pode colocar no máximo essas três cores. Outro ponto que N1 coloca é o formato dos arranjos, que ela não faz conforme o pedido do cliente e sim onde vai ficar, pois imagina esse lugar e aí sim pensa no formato. (Diário de campo 7, agosto de 2017)

No relato de N1, a feirante apresenta uma descrição detalhada sobre arranjos que ela aprendeu com cursos e vídeos que assiste pela internet. O refino neste conhecimento é exposto quando N1 me explica a harmonização dos arranjos através da composição das cores das flores. Outro ponto interessante narrado por N1 é o exercício de se imaginar onde o arranjo irá ficar, para assim apontar qual será o formato, para que se harmonize com o ambiente. Reside aí um tom de conhecimento estético que se utiliza da observação imaginária. Pode-se dizer, assim, que a descrição racionalizada não necessariamente está desacompanhada de sentimentos e emoções. Ainda que uma descrição analítica desta ação pudesse ser traçada para assim reproduzir, o conhecimento estético envolto na ação de manusear as flores para compor um artefato não poderia ser descrito.

A experiência descrita nos parágrafos anteriores me remeteu ao escrito de Strati (2003) sobre o conhecimento estético para compreender o conhecimento tácito, com a ilustração sobre andar de bicicleta, colocado por Polanyi (1958) ao tratar da prática da habilidade:

Mais uma vez, dos meus interrogatórios a físicos, engenheiros e fabricantes de bicicletas, cheguei à conclusão de que o princípio pelo qual o ciclista mantém o equilíbrio não é geralmente conhecido. A regra observada para o ciclista é essa: Quando ele começa a cair para a direita, ele gira o guidão à direita, para que o curso da bicicleta seja desviado ao longo de uma curva para a direita. Isso resulta em uma força centrífuga para a esquerda e desloca a força gravitacional para arrastá-lo até a direita. Esta manobra joga o ciclista fora de equilíbrio para o à esquerda, o que ele neutraliza girando o guidão para a esquerda; e então ele continua a manter-se equilibrado ao

enrolar uma série de curvaturas apropriadas. Uma análise simples mostra que, para um determinado ângulo o desequilíbrio da curvatura de cada enrolamento é inversamente proporcional ao quadrado da velocidade a que o ciclista está procedendo. Mas isso nos diz exatamente como andar de bicicleta? Não, obviamente não pode ajustar a curvatura do percurso da sua bicicleta em proporção a proporção do seu desequilíbrio sobre o quadrado da sua velocidade; e se você pudesse você iria cair da bicicleta, pois há vários outros fatores a serem levados em consideração na prática, que são deixados de fora na formulação desta regra. As regras da arte podem ser úteis, mas não determinam a prática de uma arte; são máximas, que podem servir de guia para uma arte somente se elas puderem ser integradas ao conhecimento prático da arte. Eles não podem substituir esse conhecimento. (POLANYI, 1958, p. 51-52, tradução minha)

O saber fazer um arranjo e saber andar de bicicleta se encontram no mesmo platô, em que, para existirem, dispõem de muito mais do que uma descrição analítica, pois carecem de ser considerados diversos fatores que são obscurecidos em uma definição. Desse modo, na ausência de uma descrição analítica e detalhada do fazer, a estética realiza análise organizacional da ação estudada ao ativar as faculdades perceptivas - sensoriais e juízo estético (STRATI, 2007a).

Da mesma forma, esse tipo de conhecimento estético pode ser desenvolvido por meio de orientações dadas por profissionais. Este último caso pode ser ilustrado pela experiência que vivi ao fazer um arranjo, ou pelo conhecimento sobre plantas e flores que adquiri em campo. Neste último exemplo, volto-me a uma análise sobre o meu próprio conhecimento sobre plantas e flores antes e depois das observações na feira livre e concluo que houve uma grande carga de conhecimento.

Um dos momentos em que foi evocado o conhecimento aprendido se deu com minha experiência de fazer um arranjo floral sob a curadoria de R2, conforme narro a seguir:

Aproveitando que G1 é amigável e estava conversando com R2, fiz minha aproximação, fiquei conversando com ele enquanto fazia arranjo. Pedi a G1 o banco emprestado e fiquei sentada conversando com R2. Perguntei se ele me ensinaria a fazer um pequeno arranjo para minha orientadora e ele disse que sim. Montou uma pequena base com floral, colocou um galho de murta e disse, agora você preenche todo o floral, e em cima faz tipo um arco. Foi o que fiz, mas G3 pegou alguns galhos de murta e fiquei sem graça de pedir mais. Então R2 voltou e me disse para tirar os galhos verdes claros de murta, porque eles duram menos e disse para colocar outros mais verdes, então pedi a G4, mais murta e me deu, dessa vez deu para preencher todo o floral, o desafio era tentar manter o padrão de tamanhos e fazendo um arco, utilizei o alicate para cortar os galhos. Depois ele trouxe flores, colocou uma grande flor em cima e três pequenas ao redor e disse: agora você segue o padrão (Diário de campo 06, agosto de 2017).

Registro aqui que este conhecimento é parte da minha experiência e que, mesmo após várias observações de construção de arranjo, tendo desenhado todo o processo no plano imaginário e ouvido atentamente aos ensinamentos de R2, ao executar, mente e mão pareciam não se comunicar harmonicamente: “Foi difícil manter simetria de altura e combinação de cores. ” (Diário de campo 6, agosto de 2017). Assim, por mais que eu estivesse por um longo tempo observando o processo de elaboração de um arranjo e que mentalmente tecesse uma descrição sequencial das inserções harmônicas dos elementos, tudo isso não foi suficiente para que eu executasse o trabalho corretamente.

O conhecimento para elaboração dos arranjos florais advém do conhecimento estético, que nesse contexto pode se revelar em um conhecimento inato (a “mão boa”) ou aprendido. Contudo, ambos são complexos de serem colocados em prática, pois parecem obedecer a uma ordem de juízo estético sobreposto a sentimentos estéticos. Este conhecimento é baseado em observação, sensibilidade, em conhecimento sensível, aqui já tratado como sendo a harmonia entre os sentidos e o juízo estético. Neste contexto, a próxima seção se propõe a tratar da experiência estética no comércio de flores, em um caminho composto de categorias estéticas envoltas em práticas corporais e multissensoriais, materialidade e categorias estéticas.

4.3 A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NO COMÉRCIO DE FLORES

Esta seção apresenta a descrição e reflexão sobre a experiência estética imbricada nas práticas corporais e multissensoriais, materialidade, organizadas nesta dissertação a partir das categorias estéticas que emergiram da experiência no cotidiano estudado. Isto posto, as seções seguintes, ainda que tratadas de forma separada para facilitar a organização dos dados, terão em seu curso o diálogo com a multisensoriedade e a materialidade, por serem fenômenos imbricados à própria experiência estética.

Assim, abro caminho para as próximas seções, nas quais “enxertei” fragmentos da vida organizacional dos feirantes a partir das ativação das faculdades perceptivas sensoriais, juízos estéticos e categorias estéticas, seguindo as recomendações de Strati (2007a) no intuito de apreender o sentido das categorias estéticas manifestas em campo. Sendo assim, nas seções a seguir, trato primeiramente das categorias agógicas, que dão o ritmo das atividades organizacionais; por isso, as categorias do belo, feio, cômico e sagrado de alguma forma seguem neste compasso. Também apresento as categorias do pitoresco e gracioso, que surgiram em campo, não significando que são menos relevantes, mas sim que se apresentaram em menor ocorrência no período de minhas observações. Desse modo, Strati (2007a) aborda que podemos constatar uma categoria estética que predomina na linguagem organizacional na vida cotidiana que se entrelaça com outras, de maneira perspicaz, indireta e restrita. Neste artesanato de categorias estéticas é tecida a trama que desvela o conhecimento sobre o processo organizacional estudado e que apresento a seguir.

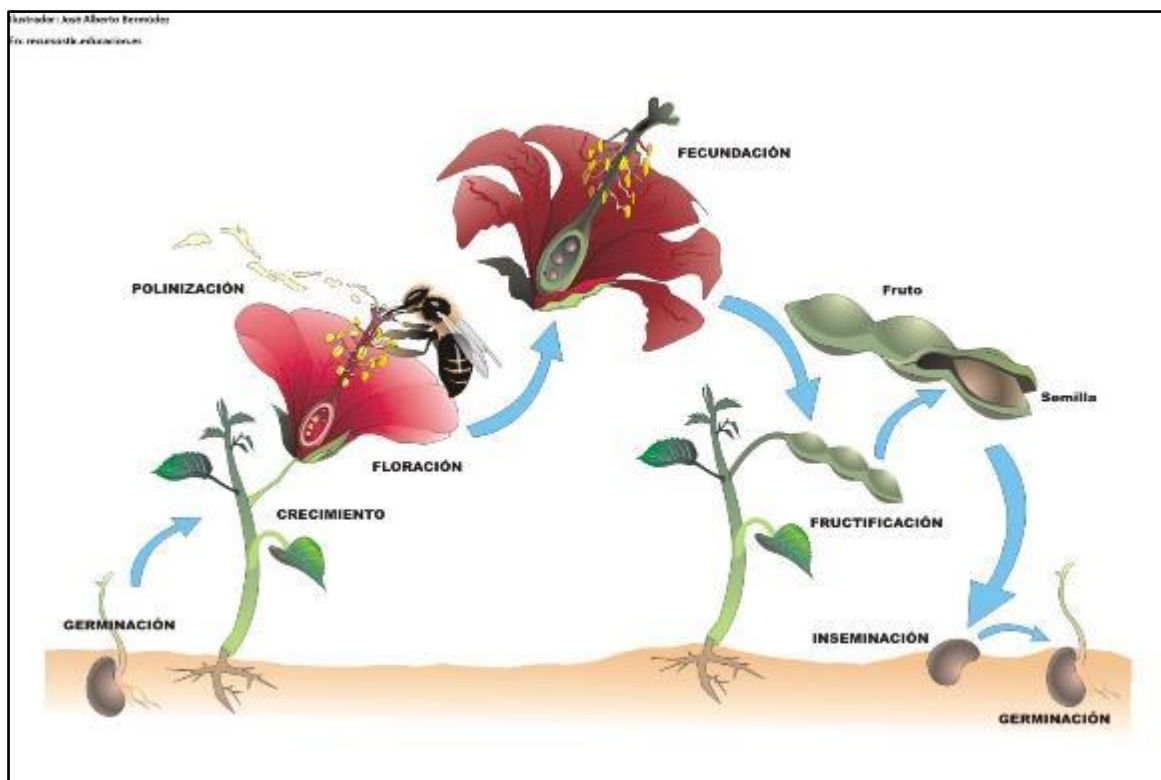
4.3.1 Categorias agógicas, os ritmos das flores e do sol

O sol avançava e R1 ficou feliz pois estava frio; já R2 não gostou, pois, o sol sobrevinha às flores e tratou logo de pedir para R6 colocar a lona para cobri-las. (Diário de campo 4, julho de 2017)

Por conta do sol, as flores são sempre remanejadas para a sombra. (Diário de campo 2, julho de 2017)

Germinação, crescimento, floração, polinização, fecundação, frutificação e germinação, este é o ciclo de vida natural das flores ilustrado por Bermúdez (2017) na figura 25. Desse modo, no comércio de flores, este ciclo finda com o corte das flores, salvo aquelas que são comercializadas plantadas em vaso, em que o ciclo continua, se cuidadas corretamente. Isto posto, temos aqui a linha da vida das flores para o comércio de flores na feira livre, que delinea o ritmo das atividades nas organizações, neste estudo tomada pelo ritmo das flores com suas especificidades.

Figura 25 - Ciclo de vida da flor



Fonte: Bermúdez (2017)

Este compasso delineado por vida e morte encontra nas categorias agógica um rico aporte, pois trata-se do ritmo das atividades organizacionais (STRATI, 2007a) que, no caso estudado, é dado pelo tempo das flores e do sol, para além da temporalidade quantitativa do relógio, que marca os tempos oficiais estabelecidos pela prefeitura. As categorias estéticas agógica dão conta do ritmo das atividades organizacionais, que são essenciais para a harmonização dos processos, fluxos de trabalho, tomada de decisão e atmosfera organizacional como um todo (STRATI, 2007a).

O ritmo das atividades organizacionais na feira livre podem ser comparados ao andamento musical, proposto por Strati (2007a) pois o grau de velocidade do compasso pode ser Lento (grave, adágio), moderado (alegro moderato, andante) ou rápido (alegro, alegro, alegro, alegro) de acordo com Nobre (2008). Desse modo, a velocidade das atividades organizacionais pode ser compreendida de modo análogo ao andamento musical ou ainda pelo som que tais atividades produzem na

montagem e desmontagem das barracas. Isto posto, adianto que os movimentos que compõem o ritmo das atividades serão tratados mais à frente.

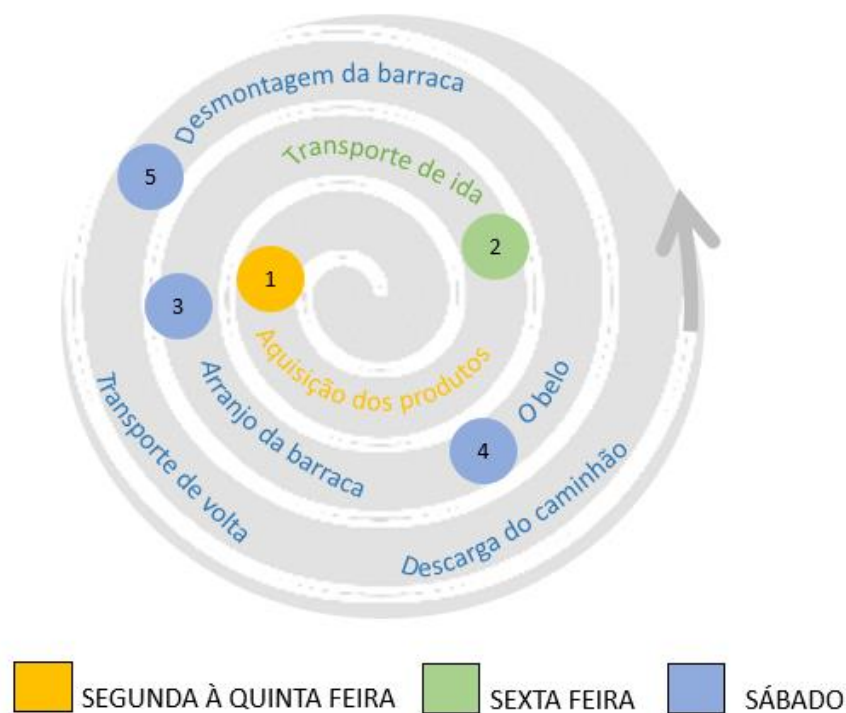
Uma vez que Strati (2007a) coloca que o ritmo é essencial para a coordenação dos processos e do fluxo de trabalho, tem-se neste estudo a influência de determinadas temporalidades no movimento das atividades da organização cotidiana das flores na feira livre, conforme explico mais adiante com ilustração da figura 26.

O tempo possui forte influência sobre as flores e a feira livre, seja por conta da temporalidade organizacional da feira que possui hora definida para início e término, ou a temporalidade da natureza, que dita o ritmo de vida e morte das flores. O tempo das flores também é influenciado pelo clima, e é relatado na fala de uma feirante, ao dizer que o inverno é bom para o comércio de flores, pois tem pouco sol e as flores duram mais. Isto porque a efemeridade das flores é influenciada pelo clima, uma vez que o inverno as mantém “vivas” por mais tempo, ainda que sua “morte” tenha sido iniciado no corte, em se tratando das flores de corte.

A primavera brinda com a beleza das floradas e o verão as castiga, forçando a sua movimentação para os locais de sombra, demarcando a materialidade da vida organizacional e a interação entre humano e não-humano.(STRATI, 2007b). O tempo dita o início e fim da feira, pois oficializa o tempo que em que a rua Comissário Octavio de Queiroz dá lugar à feira livre de Jardim da Penha. O tempo movimenta as mãos dos feirantes para posicionar os baldes de flores para longe do sol, ao abrigo da sombra. O tempo marca as flores que possuem datas específicas para florescer.

O tempo na feira perfaz o ritmo das flores, que, por conta da perecibilidade da flor, as consideradas belas são encontradas em maior quantidade no início das vendas e com o avançar do tempo e das vendas; as flores feias e com pequenos defeitos tendem a permanecer no final. Este ritmo influencia os valores dos produtos, notei uma pequena queda nos processos, com tímidas promoções em alguns poucos produtos, até poderia ser considerada uma xepa de flores, mas em pequenas proporções. Para melhor aprofundamento do movimento das atividades e do tempo que envolve o ritmo das flores, elaborei a figura 26 e explanei os cinco movimentos, apresentados a seguir.

Figura 26 - Movimento das atividades do comércio de flores na feira livre



Fonte: Elaborado pela autora

MOVIMENTO 1 – AQUISIÇÃO DOS PRODUTOS: Este é o primeiro movimento, que consiste na aquisição das plantas e flores de corte e dependendo da característica do feirante pode se iniciar no plantio e colheita ou na compra em grandes fornecedores atacadista. O tempo despendido para obtenção dos produtos em grandes fornecedores é menor, pois o produto encontra-se pronto para a venda, diferente do produzido pelo feirante, que demanda maior tempo, pois requer trato com a terra, o plantio, o aguardo da germinação, o cuidado para uma boa florada e uma bela colheita. Este movimento é feito durante a semana para a compra em grandes atacadistas e a colheita é feita na sexta feira, para garantir a beleza das flores. Em modo análogo, a velocidade do andamento musical para este movimento corresponde ao adágio, pois é suave, vagaroso e imponente(MELO, 2015). Este movimento é parte do preparo para a feira livre em Jardim da Penha e direciona para o movimento 2, tratado a seguir.

MOVIMENTO 2 – TRANSPORTE DE IDA: Este é o segundo movimento, que, os feirantes estando de posse dos produtos, trata do arranjo da carga para a feira, bem como o transporte de ida na madrugada adentro. A arrumação da carga é feita na sexta-feira, entre o final da tarde e início da noite, momento em que o sol não atenta a fragilidade das plantas e flores e para que a carga não fique muito tempo comprimida. Após esta etapa, o feirante está preparado para partir; no entanto, aqueles que moram em locais mais distantes, como nas montanhas capixabas (os produtores de flores), são os primeiros a chegar. Os feirantes que compram de grandes atacadistas moram em cidades vizinhas a Vitória, condição que permite que cheguem um pouco mais tarde. Após a chegada, os feirantes aguardam a hora oficial estabelecida pela prefeitura para montagem das barracas, que é a partir das 03:00h., no entanto, sem referência do relógio, é possível saber que é chegada a hora, pois impera o som das madeiras e dos metais, das conversas em um tom um pouco mais elevado, parecendo respeitar o sono dos moradores. Este andamento demarca a velocidade *alegro moderato*(MELO, 2015) pois as atividades que envolvem a montagem das barracas são moderadamente rápidas. Este ato autoriza o movimento 3, que trata da arrumação dos produtos nas barracas, tratado a seguir.

MOVIMENTO 3 – ARRANJO DA BARRACA: Este movimento é menos célere do que as outras barracas da feira, pois as flores requerem cuidado, observe:

Por mais que a montagem e desmontagem da feira envolva agilidade e uma certa brutalidade, na barraca de flores este processo é feito com o cuidado que as plantas requerem por conta de sua fragilidade. (Diário de campo 3, julho de 2017)

As plantas e flores retiradas dos veículos de carga, são alocadas inicialmente na calçada, para que a harmonização de cores e formatos possam ser orquestradas na barraca. Alguns feirantes utilizam os veículos como uma espécie de pequeno estoque, para armazenar os produtos em maior quantidade. As flores de corte ficam alocadas em baldes com água, para prolongar sua beleza, uma vez que seu ciclo de vida é findado no corte. Antes do amanhecer, todas as barracas estão prontas para iniciar as vendas, respeitando o horário oficial de funcionamento estabelecido pela prefeitura, que é as 06h. Barracas organizadas, os feirantes conferem os produtos, a fim de retirar aqueles que estão feios, conforme registrei: “Observei que antes de colocar as plantas no chão, G1 tem um certo cuidado, parecendo retirar, aquilo que

possa “enfeiar” o produto, como folhas feias ou pedras na terra”. (Diário de campo 03, julho de 2017). Este movimento é margeado pela velocidade que é suave, vagarosa e imponente, perfazendo o adágio(MELO, 2015) que a fragilidade das flores requerem. Após o olhar apurado dos feirantes na conferência das plantas e flores para garantir o belo, é traçado o próximo movimento.

MOVIMENTO 4 – O BELO: Este movimento se inicia logo nos primeiros momentos da feira, pois é quando as flores belas ofuscam as flores feias. Este movimento é orquestrado pelo ritmo das vendas, que é quando a procura pelas flores aumenta e é quando o preço estabelecido pelo feirante é mantido, com pequenas negociações. A velocidade deste movimento é análoga ao andar humano, agradável e compassados dos passantes que transitam pela feira, perfazendo andamento andante(MELO, 2015). Com o avançar do sol, os produtos diminuem nos baldes, por conta das vendas e permanecem os que não foram vendidos, por vezes, por estarem feios, iniciando o movimento 5, que trato a seguir.

MOVIMENTO 5 – DESMONTAGEM DA BARRACA (O FEIO): Este é o tempo em que o sol impera e que o manejo das flores para o abrigo das sombras é complexo. No tempo do relógio, este é o movimento que se aproxima do horário oficial de termino da feira, estabelecido pela prefeitura, que é às 12h. Nos vizinhos, este tempo é marcado pela xepa, na qual se abaixam os preços ao limite da margem de lucro, e também por gritos jocosos dos outros feirantes, se diferenciando da barraca de flores, observe: “Perguntei a A1 se no final da feira, ela faz xepa igual aos outros, ela disse que não, que as flores que dá pra aproveitar, ela guarda ou que prefere vender mais barato na comunidade dela, que têm pessoas mais humildes, mais pobres.” (Diário de campo 2, julho de 2017). A velocidade deste movimento é moderadamente rápido (MELO, 2015) perfazendo o andamento alegre Moderato. O tempo do feio marca o final da jornada na feira livre: é quando é realizada a desmontagem da barraca e a acomodação do que sobrou no veículo de carga. É quando as últimas movimentações são realizadas, conforme registrei abaixo:

12h15min - A1 e A3 começam a retirar os baldes de flores da frente da barraca, colocam na calçada, na sombra. Em meio ao desmonte da barraca e guarda do material, os fregueses ainda surgem. A1 separa as flores sobre a bancada, jogando ao chão as que não podem ser aproveitadas. A1 varre o chão e A2 varre a carroceria antes de carregar o caminhão. A3 entrega as

coisas a A2 para serem arrumadas na carroceria. A2 coloca a madeira para reforçar a traseira e dá tchau. (Diário de campo 2, julho de 2017)

Diferentemente da madrugada, o som das madeiras e metais é acompanhado dos garis que se apressam para a limpeza, do intenso tráfego de caminhões que tem pressa para partir, dos que passam pedindo flores acompanhado de uma bela justificativa, das últimas negociações ainda na calçada (figura 27). A velocidade deste movimento é rápida e animada, revelando o andamento alegrecíssimo (MELO, 2015).

Figura 27 - Últimos movimentos na feira livre



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

O tempo do feio é mesclado por flores não tão belas, jogadas ao chão (figuras 28 e 29), mas que são aproveitadas por diversos passantes, inclusive por esta pesquisadora que vos escreve, conforme fotografia 30, que retrata um arranjo elaborado por mim a partir do que foi descartado na feira.

Figura 28 - Descarte de flores das barracas



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Figura 29 - Descarte de flores



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Figura 30 - Arranjo de flores elaborado pela autora



Fonte: Registro fotográfico realizado pela autora

Por fim, após o carregamento do caminhão, é feito o transporte de volta, com menor peso, podendo realizar assim um retorno mais rápido. Após a chegada ao destino, os feirantes fazem a descarga, separando o que pode ser aproveitado, para somente então findar esta jornada.

Os movimentos das atividades com a velocidade análoga ao andamento musical descritas anteriormente estão sintetizados pela velocidade dos andamentos descritas no quadro 31. Em suma, o quadro apresenta o tempo apreendido para além do relógio referenciado pela atividade que acontece, bem como o som e andamento musical que orquestram as atividades organizacionais no comércio de flores na feira livre.

Figura 31 - Síntese dos movimentos das atividades

Referência temporal	Atividade	Som	Andamento musical	Descrição	Velocidade
Madrugada	Montagem das barracas	Madeiras e metais	Alegro Moderato	Moderadamente rápido	Moderado
Raiar do dia	Arrumação das flores nas barracas	Baldes de flores e vasos com plantas sendo arrumados nas barracas, vozes em tom baixo	Adágio	Suave, vagaroso e imponente	Lento
Durante a manhã	Início das vendas (Belo)	Vozes dos feirantes em tom um pouco mais elevado	Andante	Em ritmo de andar humano, agradável e compassado	Moderado
Final da manhã	Final das vendas (feito)	Vozes em tom elevado	Allegro	Ligeiro e alegre	Rápido
Início da tarde	Desmontagem das barracas	Madeira, metais, vassouras dos garis, buzinas e vozes dos feirantes com um tom um elevado	Alegricissimo	Rápido e animado	Rápido

Fonte: Elaborada pela autora a partir de Melo (2015)

É possível dizer que cada movimento que orchestra o ritmo das flores na e para a feira livre respeita uma lógica harmônica, para que cada movimento e ação aconteça de modo que seja sustentáculo para o próximo, compondo o ritmo das atividades organizacionais, conforme colocado por Strati (2007a). Esta composição rítmica do trabalho coloca em relevo a categoria do belo e do feio, sendo necessário, portanto ampliar esta tratativa, o que será feito na seção seguinte.

4.3.2 Categoria estética do belo

Esta seção demarca as percepções do belo em campo, cuja compreensão foi delineada por harmonia, simetria, paz, faculdades perceptivos sensoriais e juízos estéticos (STRATI, 2007a). Tais percepções são canalizadas pela intracorporeidade (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014) entre pesquisadora e atores organizacionais viabilizadas pelo processo empático. Neste contexto, as percepções podem modificar-se, como é o meu caso em relação ao belo e as flores que transitavam em um polo positivo, de bons sentimentos e que a partir da experiência de velar um amigo, apreendi que as flores também transitam por sentimentos em um polo negativo.

Apreendi o belo expresso na materialidade das flores e arranjos enquanto artefatos organizacionais e nas relações construídas no campo estudado. Assim, o belo é margeado por expressões de uso comum, por adjetivos que embelezam o trabalho, usual para descrever fragmentos da vida cotidiana na organização (STRATI, 2007a).

Em campo, apreendi o belo expresso na materialidade das flores enquanto artefatos organizacionais delineados por sua textura, suas cores vivas, sem as famigeradas manchas provocadas pelo sol que lembram queimaduras ou por pragas, e, ainda, quando não estão murchas. Como já explicado, esta seleção que privilegia o belo é feita pelo feirante para que não ofusque sua vitrine ao ar livre organizada à frente da barraca, conforme registrei: “Observei que antes de colocar as plantas no chão, G1 tem um certo cuidado, parecendo retirar, aquilo que possa “enfeiar” o produto, como folhas feias ou pedras na terra” (Diário de campo 3, julho de 2017). Este movimento das mãos para selecionar o que é belo e o que é feio reflete os aspectos corporais e multissensoriais (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014; STRATI, 2007d) do feirante.

As flores compõem a beleza da barraca não apenas por suas características intrínsecas, mas também pela forma com que são ordenadas, contribuindo para o aspecto visual da barraca. Tal afirmação é destacada por G1 ao dizer que o belo está na arrumação da barraca com toques de sensibilidade para enfeitá-la, seja com um forro diferente ou até mesmo na limpeza.

Neste contexto, as flores dizem muito sobre a barraca, algo que contribui para sua compreensão como artefatos organizacionais. Neste cenário, as flores compõem a “vitrine” ao ar livre, ressaltando a beleza da organização, algo que se revela no caso do freguês que é atraído para a barraca ao fazer uso de seus sentidos, promovendo expressões como: “As flores dele são lindas porque ele tem amor as plantas” (Diário de campo 08, setembro de 2017).

Com efeito, as vitrines a céu aberto possuem uma atmosfera harmoniosa, com maneiras peculiares de organizar seus produtos (ver fotografias na seção 3.1), as quais descrevi ao observar a barraca Girassol: “as plantas são arrumadas por tamanhos, formatos e cores, e por algo mais que harmoniza toda a barraca. [...] A cada posicionamento das plantas no chão pelos ajudantes, G1 volta e revisa tanto as folhas quanto a posição, no que parece ser o ‘toque do chefe’”. (Diário de campo 03, julho de 2017). Este “algo a mais” que harmoniza a organização é tratado por Strati (2009) como a organização que tem sua materialidade própria dotada de corporeidade dos atores e artefatos organizacionais, mas que abarca algo impalpável e invisível.

Outro artefato organizacional fundamental para compreender a experiência estética dos feirantes são os arranjos de flores, cuja beleza é expressa pela junção de diversas flores, em que cores e formatos se harmonizam. Inclusive, esta harmonia do arranjo é extensiva ao local em que será abrigado, sendo ponto de preocupação para N1, que me disse que, antes de fazer o arranjo, pergunta à freguesa onde ele será instalado, para que assim possa imaginar o tipo de arranjo que irá elaborar para que se harmonize com o local. Assim, é possível dizer que tal harmonia é dada também no plano imaginário, pois, ao perguntar, a feirante pode imaginar este lugar e pensar no formato que irá fazer o arranjo (Diário de campo 07, setembro de 2017). A harmonia entre arranjo e espaço trabalhada inicialmente no plano imaginário, também se trata da categoria do belo pela via da simetria e paz, tratada por Strati (2007a).

O belo é também expresso nas relações entre freguês e feirante, entre os próprios feirantes de flores e na minha relação com os feirantes, em que o corpo se coloca como lócus do social (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014). Neste contexto, estas

relações foram experienciadas em diversos momentos, como, por exemplo, quando o veículo de N1 quebrou no caminho para a feira e G1 e G2 fizeram o transporte de ida e volta da feira; também quando, na falta de algum produto, o feirante o obtém na barraca de flores vizinha ou nos momentos em que os feirantes foram receptivos à pesquisa: “N1 abraça a mãe e diz: ‘escrevei aí que minha mãe é minha companheira’. Ela pede para a mãe ajudar na pesquisa, contando sua história com a feira”. (Diário de campo 07, setembro de 2017). Contudo, como “nem tudo são flores”, estas relações não são de todo harmônicas: por vezes são ambíguas, entremeando belo e feio, como será visto oportunamente nesta dissertação.

A beleza da relação entre feirante e freguês marcada pela fidelidade e tradição é descrita por G1 ao dizer que belo é o carinho que os fregueses têm para com ele, que é pautado, segundo ele, por respeito e relação de amizade. O sujeito prossegue, colocando este carinho como sendo fator de perpetuação de cliente há mais de 30 anos na feira de Jardim da Penha, quando ainda eram fregueses de seu pai e tio, e G1 era apenas um neófito.

As relações entre feirante e freguês também são descritas por AN1 ao falar dos clientes elitizados e fidelizados que possui: “AN1 fala com muito orgulho dos clientes que tem, são procuradores, desembargadores, professores, já vendeu até para ex-governador. Ele disse que tem muitos clientes fixos. [...] um freguês de AN1, diz que é freguês fiel pois encontrou acolhimento na barraca” (Diário de campo 05, agosto de 2017). Estas relações são afloradas nas ações de corporeidade, em um curso espontâneo de reciprocidade no seio organizacional, que é permeada por doação e retribuição, conforme apresentei anteriormente e que, por sua espontaneidade, pode lhe faltar a tessitura descritiva (BERTOLIN; CAPPELLE; BRITO, 2014).

Em meio às observações, que eram muitas vezes imbricadas em conversas agradáveis, eu lançava mão de perguntas e recebia respostas satisfatórias e não monossilábicas, o que deu “musculatura” para os diários de campo. Acredito que isto se deu por conta das relações que construí com os feirantes, para além da relação pesquisadora e pesquisado. As conversas eram mistas de intenção de apreender o máximo do campo junto as conversas sobre cotidiano e até mesmo sobre vida pessoal.

O belo é muito presente em meio às flores e explora vários sentidos, como por exemplo o olhar expressivo de quem transita pela feira e é convidado pelas cores e formatos. No entanto, essa categoria não se restringe apenas à visão: os cheiros das flores que pairam pelo ar, buscando até mesmo os mais distraídos transeuntes, a textura de uma vistosa flor, a escuta de palavras de gratidão ao receber flores ou mesmo a expressão dessas mesmas palavras ao contemplar sua beleza, tudo isso compõe igualmente a categoria do belo. Com efeito, Strati (2000a) aponta que a análise do belo permite investigar o vínculo entre os atores organizacionais e a organização, bem como seu ambiente de trabalho e a materialidade que o envolve.

Diante da expressão do belo em meio às flores, Strati (2003) aponta que a estética trata de sentir o *pathos* dos artefatos organizacionais, apreendendo a beleza da organização, contemplando o belo de certas atividades, sentindo o que é agradável e desagradável. Em outras palavras, a experiência em campo permitiu antever esta passagem teórica quando uma das feirantes falou sobre a beleza de seu trabalho na feira, em meio ao desagrado em relação a algumas atitudes dos fregueses:

R1 disse que trabalhar com flores é prazeroso, mas o que estraga são alguns os clientes difíceis que não tem condição e querem levar o produto, mas não quer pagar o valor que vale. [...] As flores tem muita perda, são sensíveis, estragam fácil, então não dá pra abaixar muito. (Diário de campo 04, julho de 2017)

No relato anterior, o sentimento de prazer, em meio ao sentimento de desprazer, ou belo em meio ao feio é assinalado por Strati (2007b) ao dizer que ambos não estão presentes no cotidiano organizacional como qualidades objetivas e próprias dos artefatos organizacionais com que as pessoas trabalham. Nesse sentido, o que é agradável pode tornar-se desagradável ao ser processado pelo juízo estético dos atores organizacionais e, portanto, comprometer a qualidade das atividades organizacionais. Esta relação entre belo e feio, em que a presença de um está condicionada à ausência do outro, faz com que a próxima seção trate da categoria estética do feio para que possamos dar continuidade a esta conversa de forma harmônica.

4.3.3 Categoria estética do feio

A categoria estética do feio é observada na corporeidade que sente a não valorização do produto por parte do cliente, quando outro feirante pratica a concorrência desleal, ou na materialidade do feio mascarado pela artificialidade do belo, ou ainda pelo feito de sinalizar o término da jornada de trabalho na feira livre. Estes fragmentos são tomados como pertencentes à categoria do feio, pois possuem relação com o belo, são simétricos e desproporcionais (STRATI, 2000a). Estes fragmentos organizacionais de fealdade experienciado na feira livre são apresentados a seguir.

O feirante atribui valor monetário e sensível ao seu produto e trabalho, de modo que permite pequenas negociações, desde que não as desvalorize sobremaneira. Isto porque, em meio ao belo das relações entre freguês e feirante, estão aqueles que desvalorizam os produtos e, por consequência, o seu trabalho, que envolve o manuseio das plantas e flores. Esta atitude provoca nos feirantes sentimento de repugnância, desprezo e desagrado, podendo ser aproximada à categoria do feio (STRATI, 2000a), na medida em que se banaliza, por meio dela, o cerne do trabalho do feirante.

Nas vivências em campo, experienciei três situações que refletem estes sentimentos: 1) “Duas mulheres pediram desconto em uma planta de baixo valor, ele disse que se fosse acima de 10 plantas daria, pois ele ganha centavos de lucro, elas foram embora sem levar. G1, disse: ‘Registra isso, pra você ver o que a gente passa’” (Diário de campo 3, julho de 2017); 2) “R1 disse que trabalhar com flores é prazeroso, mas o que estraga são alguns os clientes difíceis que não têm condições financeiras e querem levar o produto, mas não querem pagar o valor que vale” (Diário de campo 4, julho de 2017); e 3) “Após atender uma cliente que estava pechinchando, AN1 se vira para mim e diz: ‘Ela quer de graça, eu posso abaixar até um limite, mas de graça não’” Estes três fragmentos organizacionais refletem a ausência de beleza no cotidiano dos feirantes.

Ainda na abordagem da corporeidade do feio, tem-se a concorrência desleal entre os feirantes como ponto de fealdade, o que não anula a beleza dessa relação,

conforme abordei na categoria estética do belo (ver seção 4.2.2). Desse modo, em meio à beleza das relações entre os feirantes, estão aqueles que, segundo G1, praticam a concorrência desleal, que consiste em vender o mesmo produto com preço muito mais baixo ou pelos feirantes de verduras que comercializam as flores como produtos secundários, uma vez que segundo G1 o cadastro para comercializar verduras, não permite o comércio de outro tipo de produto. Esta desvalorização do trabalho e dos produtos visibilizada pela concorrência desleal também corrobora para o aspecto de fealdade da organização em que os feirantes estão inseridos.

Os aspectos de fealdade estão presentes na materialidade do feio mascarado pela artificialidade do belo, em que algumas flores são pintadas com cores fortes como o laranja e díspares como azul utilizando tinta spray (Figura 32). N1, por exemplo, disse-me que só o faz quando solicitada, pois a tinta é forte e provoca alergia; já AN1 me confidenciou que a prática de pintar as flores é utilizada de má fé por alguns feirantes, para “mascarar” as flores que estão feias.

Figura 32 - Flores pintadas



Fonte: - Registro fotográfico realizado pela autora

Esclareço que, enquanto estive em campo, observei poucas ocorrências de flores pintadas, algo que pode ser percebido pois, de fato, a tinta possui um forte cheiro. Esta maquiagem disfarça a fealdade, que não é uma escolha intencional na vida organizacional e, para além dos disfarces aplicados, ressalta o que é chocante, horrível, desagradável e repugnante no seio organizacional (STRATI, 2007a),

Ainda se tratando da materialidade do feio, tem-se o movimento já tratado na categoria estética agógica (ver seção 4.3.1) e que antecede a desmontagem das barracas, que aborda as flores desprovidas de beleza e que são lançadas ao chão. Se por um por um lado as flores belas são convidativas, as flores feias repelem os passantes, dão o tom de final de expediente, de que a feira já não mais acontece.

O feio não está em um polo negativo e oposto ao belo, trata-se apenas de sua ausência frente ao belo, pois para o feio existir, é preciso ter relação com o belo,

assim como aponta Strati (2007a, p. 283): “a beleza contem em seu interior uma ambiguidade essencial, uma escuridão irreduzível, constituída de fealdade”. Outro ponto é que o diálogo da categoria estética do feio com as categorias agógica e belo reforçam o tom de multicategorialidade abordado pela estética organizacional.

Por fim, insiro aqui a minha percepção do feio, pois o corpo do pesquisador também é parte do processo de colheita do conhecimento e, assim, experienciei a fealdade de diferentes maneiras. Ela esteve presente na longa jornada de trabalho do fornecedor de barracas, no meu medo frente à solidão e escuridão da madrugada para ir a campo, no feio suavizado pela via do cômico e na coroa fúnebre, que estão descritas à frente.

A jornada descrita detalhadamente nas categorias agógica, aqui é tomada como feio, por me chocar pelo longo tempo em que acontece. Este sentimento é colocado por Strati (2007a, p. 284) ao apontar que a fealdade enfatiza tudo que é “chocante, monstruoso, insípido, impuro, horrível, excêntrico, desagradável, lascivo e repugnante na organização”. Assim, tomo como chocante, admitindo minha experiência como pesquisadora como referência, pois em campo não consegui completar uma jornada inteira de observação (de 00h às 13h) por conta do sono e do cansaço. Outro ponto de fealdade é quanto ao medo, que, por conta do horário em que a feira acontece, é necessário que eu saia de casa ainda escuro, e por diversas vezes permanecer sozinha no ponto de ônibus. Assim, tive medo sempre que um estranho se aproximava.

4.3.4 Categoria estética do cômico

Uma senhora e uma moça chegaram na barraca e pediram desconto em uma planta de baixo valor, ele [o feirante] disse que se fosse acima de 10 plantas ele daria, pois ele ganha centavos de lucro, elas foram embora sem levar. G1 disse: “registra isso, para você ver o que a gente passa”. As mesmas mulheres foram na barraca ao lado e compraram as plantas que outrora pechincharam. Depois que elas saíram, G1 foi na barraca ao lado e disse que eles venderam mais barato do que o dele, e que assim não dá, eles perdem o lucro e ele fica queimado, mas usou o mesmo tom de voz. Ao sair, a dona da barraca ao lado disse: **“Agora a menina vai anotar que os vizinhos brigam”**. Todos riram, e ele disse: **“Mas eu que tô falando pra ela anotar, e eu não tô brigando, só tô mostrando como é”**. G1 disse

que os vizinhos combinam de vender a 10 [reais] e depois vendem a 8, mas que são gente boa, só que têm essa prática. (Diário de campo 03, julho de 2017, grifo da autora)

Este episódio expõe o grotesco suavizado pelo sarcasmo, que é tratado por Strati (2007a) ao apontar que a categoria estética do cômico diz respeito ao que é grotesco no cotidiano organizacional. Este fragmento organizacional que suscitou risos, denota a libertação do medo (STRATI, 2000a), do receio de que tal episódio se transforme em desavença entre os vizinhos. No entanto, este episódio não teve maiores desdobramentos a ponto de abalar explicitamente a boa convivência entre os feirantes, pois o feio foi suavizado pela via do humor, quase se aproximando da beleza imbricada nas relações tratadas anteriormente.

A relação entre o feio, o belo e o sublime são as bases do cômico (STRATI, 2000a). Neste mote, o episódio relatado não provocou rompimento nas relações entre os feirantes vizinhos, pois “G1 me contou uma piada e logo foi a barraca ao lado (que houve a confusão) para contar a mesma piada a eles, em um ato para selar a paz entre vizinhos” (Diário de campo 3, julho de 2017). Este apaziguamento é tratado por Strati (2007a) como sendo o cômico ressaltado por brincadeiras irônicas no lugar de ditos maldosos e piadas maliciosas.

A categoria estética do cômico na vida organizacional compreende o que é grotesco, despropositado e ridículo, margeado pela ironia, sarcasmo e humor (STRATI, 2007a). A categoria estética do cômico está profundamente relacionada à categoria estética do feio, pois, quando o sujeito faz uso dela, suaviza a situação pela via do humor.

Na feira livre, o cômico mascara o feio do duro trabalho de ser feirante, o que é evidenciado na fala de G1: “tem aquela questão da chuva, do sol, acordar cedo e estar sempre feliz, você não pode mostrar cara feia, você não pode mostrar que você está estressado”. Nesse sentido, o cômico é utilizado para minimizar uma atmosfera tensa, como nos mostra Soares e Bispo (2017) ao estudar a estética organizacional em um restaurante.

4.3.5 Categoria estética do sagrado

AN1 disse que também trabalha com decoração de casamento e que faz buquê de noiva, mas que este último é muito estressante, perguntei o motivo e ela disse que é porque trabalha com sentimento, que se a noiva chegar e não tiver do agrado dela, começa a chorar. Disse que até hoje, só aconteceu 2 vezes, e que a noiva chorou e ela chorou junto. AN1 disse que assim que a filha arrumar um serviço, ela vai parar de oferecer os serviços para noivas. (Diário de campo 02, julho de 2017)

Perguntei a R2 se ele faz coroa fúnebre, ele disse que faz, mas que não gosta muito, que na hora de entregar fica na porta e pede para alguém entregar. Ele disse que quando recebe a encomenda, pergunta se é homem ou mulher, para saber que tipo e cor de flor ele deve colocar [na coroa]. (Diário de campo 04, julho de 2017)

Neste estudo, o sagrado está na manifestação da natureza traduzida em flores e plantas, materializado no buquê da noiva e a coroa fúnebre que chama atenção para o mistério da morte. Assim como Strati (2007a, p. 282) aponta que o sagrado “compreende tudo que é lendário, fantástico, [...] e misterioso na organização, tudo o que não se relaciona com a racionalidade organizacional voltada para um fim, mas com a valência assumida pelo divino e o inviolável”.

Tanto o buquê como a coroa fúnebre são demandas de outros planos, do não real que reflete no plano real, no trabalho do feirante. Assim, real e não real se sobrepõem, ainda que seja racionalmente compreensível, para o feirante é algo a ser respeitado. Estes artefatos são parte de dois fragmentos organizacionais experienciado: 1) A1 materializa no artefato buquê, o desejo habitado no plano imaginário da noiva, e caso esta materialidade não se apresente harmonizada, entre real e não real, o resultado será um desastre; 2) Em modo contrário, tem o segundo fragmento narrado por R2, que é a atividade de fazer coroa fúnebre, em que ele não se sente à vontade para fazer, mas que manifesta preocupação a ponto de pedir detalhes para harmonizar cores e formato de flores.

No contexto da estética organizacional, Strati (2007) aponta que a categoria estética do sagrado coloca em relevo o que é maravilhoso, inexplicável, incomum e o invisível, em que realidade e ficção não são dicotômicos. O sagrado está relacionado ao estado de santidade, associado ao divino, suscitando assim reverência e adoração, podendo estar relacionada a um contexto espiritual ou não. O sagrado pode ser atribuído a uma pessoa “de Deus”, artefatos como “cálice

sagrado”, temporalidade, como os dias santos, oficializados em calendário, inclusive como feriado, espaços, como os altares dos templos religiosos, “inspiração divina”. Exemplos desta categorias são ofertados por Bispo (2014), como as ceias em festas natalinas, bebidas sagradas como o santo Daime ou alimentos em cultos sagrados, como as hóstias em celebrações católicas.

Outra manifestação do sagrado é fornecida para R1 que me disse que o segredo é tratar os fregueses como ela gostaria de ser tratada. Esta representação do que é indivisível e único é acentuado na categoria estética do sagrado, proposto por Strati (2007a).

4.3.6 Categoria estética do pitoresco

O solo de evocação do pitoresco, neste estudo, reside no conjunto das barracas de flores, ele próprio destoando das demais no contexto da feira, por conta da diversidade de cores e formatos das flores que evocam sentimentos estéticos específicos. No arranjo das barracas, cada feirante organiza sua vitrine a céu aberto, de modo que o cliente possa se servir das flores. Em algumas barracas, como a Girassol, os clientes são convidados a caminhar por entre as plantas e flores. Todos estes elementos estéticos evocativos levam o cliente a um estado de encantamento em que são atraídos pela beleza das flores. Situado entre as categorias do belo e do sublime, a categoria estética do pitoresco faz referência às emoções estéticas promovidas ao se estabelecer contato visual com arquitetura, paisagem, arte e lugares por exemplo, algo que, de alguma forma, chama atenção para além do que é comum (STRATI, 2007).

O contraste das barracas de flores com a demais se dá pelo costume do comum, pois em minhas visitas a diversas feiras, tanto de cunho exploratório como de lazer, notei que são poucas as feiras que possuem barracas de flores e, quando possuem, são poucas e espalhadas. No entanto, na feira livre de Jardim da Penha, as barracas de flores são organizadas lado a lado, compondo uma espécie de um grande jardim. Isso pode ser visto na figura 33, em que os passantes têm a possibilidade de toque, de levar para casa e assim reproduzir um fragmento da natureza em um ambiente pessoal.

Figura 33 - Barracas de flores na feira livre de Jardim da Penha



Fonte: Registro realizado pela autora

As barracas de flores são pitorescas no contexto da feira, muitas vezes remetendo às casas que, antigamente, eram maiores e possuíam áreas verdes externas. Atualmente, grande parte da população urbana habita apartamentos, que por sua vez estão cada vez menores. Os quintais foram sendo substituídos por fragmentos da natureza no ambiente interno da residência, com o uso de plantas, flores e vasos (LIMA JÚNIOR et al., 2015).

A forma com que as barracas se organizam para compor um ambiente pitoresco a fim de aflorar sentimentos estéticos nos fregueses, seja no posicionamento das flores, na escolha de qual espécie comercializar, obedece ao propósito de promover

um ar de agradabilidade ao cliente, algo que o deixa à vontade, um ar familiar. E, nesse sentido, não está presente somente a materialidade da arquitetura organizativa da barraca, mas a forma de atração do cliente. Os passantes são atraídos de maneira que destoa das demais barracas, pois, ao contrário dos gritos jocosos dos feirantes de outras barracas, os feirantes de flores convidam também pela via da amabilidade. Tal via é margeada pela alegria dos feirantes, em que G1 me contou que é um chamariz para o cliente, e destaca que a barraca com melhor astral é a mais frequentada. G1 finaliza dizendo eu senti esta alegria, motivo pelo qual, sempre estava com eles; de fato, a barraca Girassol é bem animada, G1 é receptivo a pesquisa e se esforçou para contribuir, o que me exigiu maior esforço para que a voz de G1 não ofuscasse as outras vozes. Esta agradável relação com G1 que se transformou em amizade está também na categoria estética do gracioso, que apresento na próxima seção.

4.3.7 Categoria estética do gracioso

Ao revistar minhas memórias das incursões a campo, posso dizer que, em cada barraca que estive, ao menos um artefato organizacional fornece o tom gracioso do espaço, como, por exemplo, as flores organizadas à frente da barraca, compondo uma vitrine ao ar livre, as flores que especificamente são comercializadas em somente uma barraca por conta do plantio ou fidelidade de um fornecedor, a forma de organização de cada barraca. Estes artefatos estão destacados a seguir e alguns foram ilustrados com registros fotográficos ao longo deste capítulo.

- Astromélia: Grande variedade de coloridos das flores
- Girassol: Diversidade de plantas, com pequenas flores e hortaliças. Pequenos arranjos de flores
- Rosa: Acessórios para plantas, e grandes arranjos
- Antúrio: Orquídeas, Mini orquídeas, plantas com flores médias, flor de corte
- Gérbera: Flor de corte e arranjos
- Ninfeia: Arranjos elaborados, mini arranjo de mesa, flor de Lótus
- Mandacaru: Mini cacto e suculenta

Isto porque a categoria estética do gracioso refere-se à qualidade de vida na organização, margeada pela elegância, relações interpessoais e polidez (STRATI, 2007a). Esta categoria diz respeito ao prazer em ver e ouvir algo provocado por pessoas, pois coloca em relevo estes sentidos públicos e evoca para além do elegante, o saber, o agradável e encantador. O gracioso pode estar nas roupas das pessoas, ambiente de trabalho, nos produtos, no bem-estar em realizar alguma atividade organizacional.

O gracioso está relacionado à elegância com as relações interpessoais no trabalho, margeadas por cortesia, simpatia, gentileza (BISPO, 2014; STRATI, 2007a). Em campo, este trato está no conhecimento que G1 transferiu a seus ajudantes, que me confessaram que estão com ele há três anos e tudo que sabem aprenderam com G1 e este por sua vez aprendeu com o tio aos 13 anos na barraca na feira de Jardim da Penha.

Quando uma barraca não dispõe de um produto e o feirante indica outra barraca que possa ter o produto, ou até mesmo providencia, observe a ação de G2: “Uma freguesa pede floral e G2 vai buscar na barraca de A1 vende pelo mesmo valor que comprou. É comum as pessoas pedirem algo que ele não tem e indicar a barraca que o freguês encontre”. (Diário de campo 3, julho de 2017). Este fragmento organizacional reflete a categoria estética do gracioso, pois diz respeito à polidez dos atores organizacionais (STRATI, 2007a).

Esta polidez está inclusive no retorno de minha permanência nas barracas em que passei, a qual elejo uma sutileza dentre várias para ilustrar esta virtuosidade dos feirantes, observe: “Comprei uma rosinha e perguntei se é preciso colocar fertilizante, ele abriu o pote e me deu um pacotinho, ele disse que é amostra grátis porque eu fui muito legal, ajudando”. (Diário de campo 3, julho de 2017). A polidez está na delicadeza com que os feirantes me ensinavam sobre a feira, como por exemplo o seu vocabulário próprio e suas formas, por certa vez “aprendi o que é mota, significa um apanhado de flores e é a forma como são comercializadas no atacado, assim em uma mota, pode ter dúzias de flores” (Diário de campo 3, julho de 2017).

Observei esta elegância nos arranjos, quando na ausência de alguma flor que melhor adorne o arranjo ou buquê, o feirante vai a barraca vizinha em busca de uma

flor que melhor se adegue ao arranjo, quando ele poderia substituir por uma que dispõe no momento. Na barraca vizinha, o feirante leva o arranjo em fase de preparação e vai testando a flor que se harmoniza na proposta de arranjo que está elaborando no momento. Este fragmento organizacional aflora a categoria estética do gracioso pois acentua a elegância nos produtos criados (STRATI, 2007a).

O gracioso está no sentido da visão do freguês ao primeiro contato com as flores, afinal é este encantamento que o convida a se aproximar da barraca. Observei que “os fregueses olham atentos às flores, é o primeiro contato, o visual, para assim, com as mãos e selecionar as flores na composição de cores e formatos (diário de campo 2, julho de 2017). Do mesmo modo, o gracioso refere-se ao prazer da audição e visão que é provocado pelas pessoas ou artefatos organizacionais, pois prestigia a atratividade das pessoas e de suas atividades (STRATI, 2007a).

Tendo apresentado as categorias estéticas afloradas a partir de fragmentos organizacionais e respondendo aos objetivos específicos proposto, é hora de findar esta nossa roda de conversa com as considerações finais que fecha o último capítulo deste estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ajudei a desmontar a barraca e, como a estrutura metálica é alugada, em torno das 12h15min tudo já estava no caminhão. Pedi carona a M1 e fomos conversando. [...] ao passar por um sinal, ela pede cuidado ao marido, e me conta rindo que, naquele sinal [de trânsito], ele engavetou quatro carros. Eu pergunto: “você ainda ri?” e ela responde que agora ri, pois já passou o sufoco. (Diário de campo 8, setembro de 2017)

Esta narrativa é parte das últimas linhas do diário de campo e encerra a descrição de uma série de oito fantásticas imersões ao cotidiano do comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha. Não é por acaso que este relato abre o capítulo que tece as considerações finais, pois, assim como a feirante, agora que já passou o sufoco, posso rir. Não que chegar até aqui tenha sido um sufoco constante, pois o caminho foi permeado por descobertas, alegrias, sentimentos, momentos de medo e de coragem, aprendizado e de responsabilidade em ser pesquisadora e produzir conhecimento.

Portanto, agora que posso rir, que o sufoco passou, acredito que podemos findar esta nossa roda de conversa que foi iniciada nas primeiras páginas deste estudo, não se tratando de um adeus, mas de um até logo, pois a construção do conhecimento é infinita e pretendo produzir outras pesquisas me valendo da estética organizacional. Desse modo, em tom de despedida, vamos retomar ao tema desta pesquisa, sintetizando o problema proposto, reunir os principais resultados, recuperar e explorar os objetivos, apresentar delimitações e sugestões de pesquisas futuras e reforçar a relevância deste estudo.

Neste sentido, iniciamos nossa roda de conversa com doses de conhecimento sensível em meio ao cotidiano organizacional do comércio de flores na feira livre. Este contexto se deu à luz da estética organizacional e serviu de aporte teórico para sustentar o problema proposto. Para tanto, objetivei compreender a experiência estética no comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha, destrinchado em compreender como o comércio de flores se organiza à luz da estética organizacional e como se dá o conhecimento estético para então compreender a experiência estética no comércio de flores.

Para alcançar o objetivo proposto e então responder ao problema proposto empreguei como estratégia a compreensão empática em um lindo casamento com a observação participante. Esta união permitiu, para além do observar, me colocar no lugar do outro de corpo e alma e explorar todos os sentidos e juízo estético na experiência em campo. A ação empática me permitiu imergir em campo e, à luz da estética, descrever a organização, o conhecimento e a experiência estética no comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha.

Em meio às oito barracas de flores dispostas lado a lado, apreendi que este comércio, à luz da estética organizacional, é margeado por cores, sons, cheiros, sabores e texturas apreendidos por meus sentidos que se abriam ao imergir em campo. Apreendi que o tempo da feira é dividido em tempos normativos, estabelecidos pelo poder público, e pelo tempo do sol, que castiga o belo das flores e orchestra o movimento das atividades. Envolve a ação de observar, apreendi quando e como agir, e assim pude criar estratégias para avançar e recuar em campo, o que me valeu boas experiências participando de atividades como vender, auxiliar na movimentação das plantas e flores até o caminhão e ganhar familiaridade junto aos sujeitos de pesquisa. Esta experiência margeada por sentimentos e emoções me valeu uma preciosa aproximação com o campo e favoreceu a colheita do conhecimento.

Portanto, em campo, procurei desvendar de que forma o conhecimento sensível marca as especificidades do comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha e apreendi que o conhecimento estético se manifesta de duas formas básicas: do saber fazer descrito pela expressão popular “mão boa” e do saber fazer adquirido em cursos e vídeos disponíveis na internet. Tais vias passam respectivamente pelo conhecimento tácito do feirante, corporificado em uma noção de conhecimento sensível, e pelo conhecimento adquirido que se reflete em um tipo de conhecimento racional. No entanto, ambos são complexos de serem colocados em prática, pois parecem obedecer a uma ordem de juízo estético sobreposto a sentimentos estéticos.

Tendo apreendido o conhecimento sensível, procurei descrever e refletir a experiência estética, imbricada nas práticas corporais, multissensoriais e

materialidade, organizadas a partir das categorias estéticas, sintetizadas na figura 34.

Desse modo, os ritmos das atividades organizacionais na feira livre estão relacionados ao tempo regido por normas e pela natureza, motivo pela qual temos nas categorias agógicas o carro-chefe, pois revela o movimento das atividades em modo análogo à velocidade do andamento musical. Assim, o tempo na feira é demarcado tanto pela temporalidade organizacional, com definição de horário para começar e terminar, como pela temporalidade da natureza, que assinala o ritmo de vida e morte das flores. Isto porque, após o corte da flor para comercializá-la na feira livre, temos a morte decretada e o que se sucede são artifícios para perpetuar sua beleza frente ao sol que lhes retira a beleza.

A categoria estética do belo no comércio de flores na feira livre é apreendido na materialidade das flores e arranjos e na intracorporeidade das relações dos feirantes entre fregueses, pesquisadora e seus pares. Assim, a beleza das flores é margeada por textura, cores vivas, ausência do feio como manchas e aspectos murchos. Nesse contexto, os feirantes fazem a manutenção do belo, retirando elementos que podem enfeia-las a fim de compor a vitrine a céu aberto, ressaltando a beleza da organização. O belo também se reflete nas relações, ainda que ambíguas, dos feirantes com outros feirantes, entremeando belo e feio; entre feirante e freguês, demarcada por fidelidade e tradição; entre os feirantes e esta pesquisadora que vos escreve, que encontrou reciprocidade em campo.

A categoria estética do feio é demarcada na corporeidade que sente a desvalorização do produto, concorrência desleal, artificialidade das cores das plantas, ou ainda no término da jornada de trabalho na feira livre. Estes aspectos de fealdade foram revelados por conta do valor monetário e sensível que o feirante confere aos seus produtos e trabalho. Assim, o sentimento do feio que tem no belo o seu referencial, afinal, para o feio existir é preciso que o belo não exista, é expresso em fragmentos organizacionais vividos por empaticamente no comércio de flores na feira livre.

A categoria estética do cômico foi experienciada por mim em um fragmento organizacional que resultou em uma pequena desavença entre vizinhos feirantes, seguida de um selo de paz. Este episódio incluiu o belo e o feio que margeia a

relação dos vizinhos e neste entremeio o cômico se insere para suavizar a situação grotesco. Outro ponto de fealdade é a dura jornada de trabalho dos feirantes mascarada pelo cômico para minimizar uma atmosfera tensa.

A categoria estética do sagrado é materializada no buquê da noiva e a coroa fúnebre que chama atenção para o mistério da morte, isto porque são demandas de outros planos, do não real que reflete no plano real, no trabalho do feirante. Isto porque o buque abriga o desejo habitado no plano imaginário da noiva e a coroa fúnebre, em algo que o feirante não se sente à vontade para fazer. Para ambos, são manifestas preocupações, a ponto de pedir detalhes para harmonizar cores e formato de flores, por exemplo.

A categoria estética do pitoresco se revela no conjunto de barracas de flores instaladas lado a lado em uma composição de cores e formatos das flores que evocam sentimentos estéticos específicos. Neste contexto, cada barraca possui uma maneira própria de organizar sua vitrine a céu aberto de modo que o cliente possa se servir das flores. Este modo próprio compõe um ambiente pitoresco a fim de aflorar sentimentos estéticos nos fregueses, seja no posicionamento das flores, na escolha de qual espécie comercializar, obedece ao propósito de promover um ar de agradabilidade ao cliente, algo que o deixa à vontade, um ar familiar.

Em cada barraca que estive, ao menos um artefato organizacional fornece o tom gracioso do espaço, como, por exemplo, a grande variedade de coloridos e formatos das flores e arranjos, acessórios para plantas e flores, diversidade de plantas em vasos. Tais artefatos organizacionais demarcam as especificidades de cada barraca ao seu modo organizativo.

Figura 34- Síntese das categorias estéticas e suas manifestações em campo

Categoria	Especificidade	Aspectos corporais e sensoriais	Materialidade
Agógicas	Movimento das atividades organizacionais regido pelo tempo normativo e tempo da natureza	O movimento das mãos dos feirantes para posicionar os baldes de flores para longe do sol, ao abrigo da sombra	Baldes de flores
Belo	Beleza dos arranjos e flores que compõem a vitrine a céu aberto em uma atmosfera harmoniosa. Relação entre dos feirantes com os	Seleção de flores belas e feiras. Corpo como locus do social. Reciprocidade entre os atores organizacionais	Flores e arranjos que compõem a vitrine a céu aberto

	fregueses, pesquisadores e seus pares.		
Feio	Desvalorização dos produtos, concorrência desleal, pintura das flores feias, fim do expediente na feira livre	Sentimento do feirante frente a desvalorização dos produtos e de seu trabalho.	As flores que são pintadas. Flores com aspecto desagradável
Cômico	Desavença entre vizinhos margeado pelo feio e o belo. O feio mascara a dura jornada de trabalho.	Contar piada para suavizar a desavença. Não mostrar cara feia	Dureza do trabalho
Sagrado	Buquê como a coroa fúnebre são demandas de outros planos, do não real que reflete no plano real, no trabalho do feirante	O choro da noiva e da feirante frente a reação da noiva quando o buque não corresponde ao imaginado. O feitio de coroa fúnebre ainda que não seja algo agradável ao feirante de se fazer	Buquê da noiva e a coroa fúnebre
Pitoresco	O conjunto das barracas de flores, que destoa das demais no contexto da feira, por conta da diversidade de cores e formatos das flores que evocam sentimentos estéticos específicos.	O afloramento de sentimentos estéticos nos fregueses promovido pelo contato com as flores	Conjunto de barracas
Gracioso	Artefatos organizacionais fornecem o tom gracioso de cada barraca. A Polidez dos atores organizacionais	Com as mãos, os fregueses selecionam as flores em uma composição de cores e formatos para assim realizar a aquisição.	Grande variedade de coloridos e formatos das flores e arranjos, acessórios para plantas e flores, diversidade de plantas em vasos

Fonte: elaborado pela autora

A figura 34 sintetiza as categorias estéticas em suas especificidades, dialogando com os aspectos corporais e multissensoriais e materialidade que demarcam a experiência estética vivida no comércio de flores na feira livre. Esta experiência me possibilitou explorar vários sentidos, como, por exemplo, o olhar expressivo de quem transita pela feira e é convidado pelas cores e formatos, os cheiros das flores que pairam pelo ar, buscando até mesmo os mais distraídos transeuntes, a textura de uma vistosa flor, a escuta de palavras de gratidão ao receber flores ou mesmo a expressão dessas mesmas palavras ao contemplar sua beleza.

O percurso delineado até aqui me permitiu responder a problemática proposta neste estudo sobre como se desvelam as experiências estéticas no comércio de flores na

feira livre de Jardim da Penha. Neste sentido, a experiência estética potencializa o corpo como canal para florescer o conhecimento sensível a partir do processo empático. Assim, colocamos-nos no lugar do outro, abrimo-nos para refletir sobre os sentimentos e emoções que constituem a vivência e o cotidiano dos atores organizacional. É parte ainda da experiência estética a materialidade, relacionada aos artefatos organizacionais, igualmente fundamentais para a compreensão dessas vivências cotidianas.

Este estudo me permitiu ainda prestar algumas colaborações e sugestões para pesquisas futuras. Desse modo, entendo que a presente dissertação contribuiu para comunidade acadêmica, pois aprofunda a investigação acerca da estética organizacional, e, de algum modo, contribui para o poder público que normatiza a organização da feira, pois, se é “preciso conhecer aquilo que se vende”, é preciso conhecer aquilo que se cuida.

Presto contribuição ainda para a abordagem qualitativa ao colocar o corpo como instrumento de colheita dos dados e me valer da abordagem empática com seus pressupostos para investigar a estética organizacional, mas que se aplica bem a outras investigações que se abra a observar e sentir a flor da pele em uma imersão de corpo e alma.

Sem a intenção de esgotar o tema da estética organizacional, este estudo me despertou para algumas sugestões de pesquisas futuras. Uma delas expus no começo deste estudo (ampliar o debate sobre assédio na pesquisa acadêmica) e aqui acrescento outras, tais como considerar no estudo da estética organizacional outros atores organizacionais para além dos feirantes, tais como os fregueses, passantes, fornecedores, entre os demais envolvidos no processo organizativo ou, ainda, o aprofundamento da análise em termos de uma única categoria estética. Sugiro ainda o entrecruzamento da estética organizacional com outras abordagens inerentes aos estudos organizacionais, tais como as práticas organizacionais, simbolismo, materialidade, organizing, entre outros.

Isto posto, findo aqui nossa roda de conversa, agradecendo sua companhia, pois é dada a hora de partir, rumo à polinização do conhecimento.

Até breve!

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, G. Aspectos sociais do cotidiano das feiras livres: um estudo etnográfico em território português e em solo brasileiro. **Maringá Management**, v. 9, n. 2, p. 49–64, 2012.
- ARYA, S. Influence of Aesthetics on Health and Wellness – Hospital Perspective. **Advances in BioResearch**, v. 7, n. 2, p. 1–4, 2016.
- AZIMI, B. S.; ALVEDARI, H.; NIA, S. H. **Studying effects of aesthetic leadership on customer experience management in Karaj chain stores , Iran**. 8th Conference on Knowledge Management. **Anais...Tehran, Iran: 2016**
- BATHURST, R.; CAIN, T. Embodied leadership: The aesthetics of gesture. **Leadership**, v. 9, n. 3, p. 358–377, 2013.
- BATHURST, R.; KENNEDY, F. Hunting the ‘play’: A leadership suite in 12 movements. **Leadership**, v. 13, n. 1, p. 20–34, fev. 2017.
- BATHURST, R.; WILLIAMS, L. P. Getting to performance: NZTrio and relational dynamics. **Organizational Aesthetics**, v. 3, n. 1, p. 65–78, 2014.
- BAUER, M. W.; AARTS, B. A Construção do Corpus: Um Princípio para a Coleta de Dados Qualitativos. In: MARTIN W. BAUER, G. G. (Ed.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. Rio de Janeiro: vozes, 2002. v. 10p. 39–63.
- BAZIN, Y. Understanding organisational gestures: Technique, aesthetics and embodiment. **Scandinavian Journal of Management**, v. 29, n. 4, p. 377–393, 2013.
- BERMÚDEZ, J. A. **ciclo de vida de uma planta**. Disponível em: <http://www.curriculumenlineamineduc.cl/605/articles-25374_recurso_jpg.jpg>. Acesso em: 4 mar. 2018.
- BERTOLIN, R.; CAPPELLE, M.; BRITO, M. Corporeidade e Estética na Aprendizagem Organizacional: Insights Emergentes. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, n. 2, p. 15–37, 2014.
- BIEHL-MISSAL, B. Art, Fashion, and Anti-consumption. **Journal of Macromarketing**, v. 33, n. 3, p. 245–257, 2013.
- BIEHL-MISSAL, B. “I Write Like a Painter”: Feminine Creation with Arts-Based Methods in Organizational Research. **Gender, Work and Organization**, v. 22, n. 2, 2014.
- BIEHL-MISSAL, B.; FITZEK, H. Hidden Heritage : A Gestalt Theoretical Approach to the Aesthetics of Management and Organisation. **Gestalt Theory**, v. 36, n. 3, p. 251–266, 2014.
- BISPO, M. D. S. Contribuições da Estética Organizacional para a Pesquisa em Organizações. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, n. 3, p. 476–493, 2014.
- CARRIERI, A. D. P. et al. Estratégias e táticas empreendidas nas organizações

familiares do Mercado de Madureira (Rio de Janeiro). **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 2, p. 196–226, 2012.

CAVALCANTI, M. F. R.; ALCADIPANI, R. Organizações como processos e Teoria Ator-Rede: a contribuição de John Law para os Estudos Organizacionais. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 11, n. 4, p. 556–568, dez. 2013.

CHIA, R. From Modern to Postmodern Organizational Analysis. **Organization Studies**, v. 16, n. 4, p. 579–604, 30 jul. 1995.

CHIESA, C. D.; FANTINEL, L. D. “Quando eu vi, eu tinha feito uma etnografia”: notas sobre como não fazer uma “etnografia acidental”. VIII Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. **Anais...Gramado/RS: 2014** Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnEO48.pdf>

CRESPI, D. et al. As feiras livres e as cadeias de comercialização de produtos agrícolas na região do Extremo Sul da Bahia. **Cadernos de Agroecologia**, v. 8, n. 2, p. 1–5, 2013.

DOMINGUES, F. F.; GRIPP, E. C. M. B. CULTURA ORGANIZACIONAL E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: UM ENSAIO TEÓRICO. **revista competência**, v. 8, n. 1, p. 135–152, 2015.

DUARTE, M. DE F.; ALCADIPANI, R. Contribuições do organizar (organizing) para os Estudos Organizacionais. **Organizações & Sociedade**, v. 23, n. 76, p. 57–72, mar. 2016.

FERREIRA, T. A.; MÓDOLO, V. M. **ORGANIZAÇÕES QUE ACONTECEM: UM OLHAR SOBRE AS PRÁTICAS DA FEIRA LIVRE DE CAMPO GRANDE**. Porto Alegre: IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais, 2016

FIGUEIREDO, M. D. DE. O Artesanato enquanto Prática e Materialidade: Argumento para Pensar a Dimensão Estética e os Artefatos nos Estudos Organizacionais. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 3, n. 1, p. 189–205, 2014.

GAGLIARDI, P. Artifacts as pathways and remains of organizational life. In: **Symbols and Artifacts: Views of the Corporate Landscape**. Berlin, New York: De Gruyter, 1990. p. 3–38.

GAGLIARDI, P. Artifacts and Organizations: Beyond Mere Symbolism. Anat Rafaeli and Michael G. Pratt, eds. **Administrative Science Quarterly**, v. 51, n. 3, p. 505–508, 2016.

GEERTZ, C. Uma descrição densa: Por uma teoria interpretativa da cultura. In: **A Interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008. p. 3–21.

GHERARDI, S. Prática? É uma Questão de Gosto! p. 107–124, 2012.

GHERARDI, S.; STRATI, A. The “texture” of organizing in an italian university department. **Journal of Management Studies**, v. 27, n. November, 1990.

GHERARDI, S.; STRATI, A. **Administração e aprendizagem na prática**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

HANCOCK, P. Uncovering the Semiotic in Organizational Aesthetics articles. **organization articles**, v. 12, n. 1, p. 29–50, 2005.

HANSEN, H.; ROPO, A.; SAUER, E. Aesthetic leadership. **Leadership Quarterly**, v. 18, n. 6, p. 544–560, 2007.

HENRIKSEN, N.; TJØRNHØJ-THOMSEN, T.; HANSEN, H. P. Illness, everyday life and narrative montage: the visual aesthetics of cancer in Sara Bro's Diary. **Health**, v. 15, n. 3, p. 277–297, 2011.

IPIRANGA, A. S. R.; LOPES, L. L. S.; SOUZA, E. M. DE. A experiência estética nas práticas culinárias de uma organização gastronômica. **Organizações & Sociedade**, v. 23, n. 77, p. 191–210, 2016.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. DA S. Mercado interno para os produtos da floricultura brasileira: características, tendências e importância socioeconômica recente. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, v. 14, n. 1, p. 37–52, 2008.

KACHTAN, D.; WASSERMAN, V. (Un)dressing masculinity: The body as a site of ethno-gendered resistance. **Organization**, v. 22, n. 3, p. 390–417, 2015.

KEENAN, T. M. **The use of aesthetic knowledge in decision making processes in mega projects**. [s.l.] Queensland University of Technology, 2016.

LAPUM, J. et al. Employing the Arts in Research as an Analytical Tool and Dissemination Method: Interpreting Experience Through the Aesthetic. **Qualitative Inquiry**, v. 18, n. 1, p. 100–115, 2012.

LIMA JÚNIOR, J. C. DE et al. **Mapeamento e Quantificação da Cadeia de Flores e Plantas Ornamentais do Brasil**. São Paulo: OCESP, 2015.

LOPES, L. L. S. **sabores do cotidiano: a experiência estética nas práticas culinárias de uma organização gastronômica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2014.

LOPES, L. L. S.; IPIRANGA, A. S. R.; SILVA JÚNIOR, J. J. DA. Compreensão Empática E As Possíveis Contribuições Para a Pesquisa Nos Estudos Organizacionais: Reflexões a Partir Da Estética. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 5, n. 4, p. 831–845, 2017.

LOPES, L. L. S.; SOUZA, E. M. DE; IPIRANGA, A. S. R. Desvelando as Categorias Estéticas na Organização de um Pequeno Restaurante. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 3, p. 207–222, 2014.

MACK, K. Taking an aesthetic risk in management education: Reflections on an artistic-aesthetic approach. **Management Learning**, v. 44, n. 3, p. 286–304, 2012.

MACK, K. Breaching or disturbing the peace? Organizational aesthetic encounters for informed and enlivened management learning experiences. **Management Learning**, v. 46, n. 2, p. 156–174, 2015.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do pacífico ocidental: Um relato do**

empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MELO, T. **Teoria Musical.** [s.l.: s.n.].

MOTT, L. R. B. SUBSÍDIOS À HISTÓRIA DO PEQUENO COMÉRCIO NO BRASIL. **Revista de história**, v. 53, n. 105, p. 81–106, 1976.

NARDUCCI, V. A cultura organizacional sob um olhar estético. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 1, p. 91–110, 2016.

NOBRE, C. E.; BELO, C.; SILVA, E. F. DA. A feira-livre como herança algodoeira em união dos palmares-alagoas e sua constituição na atualidade como circuito inferior. **Caminhos de Geografia**, v. 15, n. 49, p. 27–40, 2014.

NOBRE, M. J. **Apostila de Teoria Musical.** Ceará: [s.n.].

POLANYI, M. **Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy.** Routledge ed. LONDON: 1962, 1958.

POLDNER, K.; SHRIVASTAVA, P.; BRANZEI, O. Embodied Multi-Discursivity : An Aesthetic Process Approach to Sustainable Entrepreneurship. **Business & Society**, v. 56, n. 2, p. 214 –252, 2017.

PRADO, M. **Como montar uma floricultura**, 2013. Disponível em: <<http://www.novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-grafica/>>

PREFEITURA DE VITORIA. **JARDIM DA PENHA**Vitoria, 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA. **Informações sobre a feira livre de Jardim da Penha [mensagem pessoal].**Mensagem recebida por <tatianeaaaff@hotmail.com> em 14 janeiro, 2018.

RINK, J. Manipulando o tempo : ritmo , métrica e andamento nas Fantasias Op . 116 de Brahms. **Em pauta**, v. 20, n. 20, p. 245–281, 2012.

ROSA, A. R.; BRITO, M. J. DE. “Corpo e Alma” nas organizações: um estudo sobre dominação e construção social dos corpos na organização militar. **Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical**, v. 14, n. 2, p. 194–211, 2010.

SÁ, M. G. DE. Feirantes: Quem São? Como Administram seus Negócios? **Enanpad**, p. 17, 2010.

SANTOS, J. E. DOS. Feiras livres: (re)apropriação do território na/da cidade, neste período técnico-científico-informacional. **Geografia Ensino e Pesquisa**, v. 17, p. 39–56, 2013.

SANTOS, M. **O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos.** 2. ed. São Paulo: Univerisade de São Paulo, 1979.

SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. DE P.; SOARES, A. DE S. Territorialidade e identidade nas organizações: o caso do Mercado Central de Belo Horizonte. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, n. 2, p. 97–126, 2014.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. spe, p. 95–102, 2007.

SCHATZKI, T. R. On Organizations as they happen. **Organization Studies**, v. 27, n. 12, p. 1863–1873, 2006.

SEBRAE. **Flores e Plantas Ornamentais do Brasil**¹, 2015. (Nota técnica).

SERVA, M.; JAIME JÚNIOR, P. Observação participante pesquisa em administração: uma postura antropológica. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 64–79, 1995.

SILVA, D. DE O. et al. CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE DA FEIRA LIVRE DE CRUZ DAS ALMAS-BA SOB A ÓTICA DO PLANEJAMENTO E GESTÃO MUNICIPAL. **Caminhos de Geografia**, v. 15, n. 49, p. 1–13, 2014.

SILVA, A. R. L. DA. **As Práticas Sociais e o “fazer estratégia” um estudo dos comerciantes de hortifrutícolas no mercado da Vila Rubim**. [s.l.] Universidade Federal de Minas Gerais, 2007.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. A PESQUISA CIENTÍFICA. In: GERHARDT, T. E.; DENISE, T. S. (Eds.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. p. 31–42.

SOARES, L. C.; BISPO, M. D. S. A Aprendizagem do Cozinhar à Luz das Práticas Sociais e da Estética Organizacional. **Brazilian Business Review**, p. 247–271, 2017.

STRATI, A. Aesthetic Understanding of Organizational Life. **Academy, The Review, Management**, v. 17, n. 3, p. 568–581, 1992.

STRATI, A. Organizations viewed through the lens of aesthetics. **Organization**, v. 3, n. 2, p. 209–218, 1996.

STRATI, A. Organizational Symbolism as a Social Construction: A Perspective from the Sociology of Knowledge. **Culture**, v. 51, n. 11, 1998.

STRATI, A. The Aesthetic Approach in Organization Studies. In: LINSTEAD, S. (Ed.). **The Aesthetics of Organization**. Sage Publ ed. LONDON: [s.n.]. p. 13–34.

STRATI, A. Putting People in the Picture: Art and Aesthetics in Photography and in Understanding Organizational Life. **Organization Studies**, v. 21, n. X, p. 53–69, 2000b.

STRATI, A. Knowing in practice: Aesthetic understanding and tacit knowledge. In: **Knowing in organizations: a practice-based approach**. Armonk, New York: M.E. Sharpe, 2003. p. 53–75.

STRATI, A. Designing Organizational Life as ‘ Aesth-hypertext ’: Insights to Transform Business Practice. v. 12, n. 6, p. 919–923, 2005a.

STRATI, A. Organizational Artifacts and the Aesthetic Approach. **Artifacts and Organizations: Beyond Mere Symbolism**, p. 23–40, 2005b.

STRATI, A. **Organização e estética**. Tradução Pedro Maia Soares. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007a.

STRATI, A. Sensible Knowledge and Practice-based Learning. **Management Learning**, v. 38, n. 1, p. 61–77, 2007b.

STRATI, A. Aesthetics in teaching organisational studies. **The Handbook of experiential learning and management education**, n. September 2007, 2007c.

STRATI, A. Der ästhetische Ansatz in der Organisationsforschung. **oeconomia - Wechselspiele zwischen Kunst und Wirtschaft**, n. January 2007, p. 97–106, 2007d.

STRATI, A. ‘Dietro le quinte’: la ricerca qualitativa sulla dimensione estetica dell’organizzazione. n. April, 2008a.

STRATI, A. **Aesthetics of Organization**, SAGE, , 2008b. (Nota técnica).

STRATI, A. “Do you do beautiful things?": Aesthetics and art in qualitative methods of organization studies. **The Sage handbook of organizational research methods**, p. 230–245, 2009.

STRATI, A. Aesthetic Understanding of Work and Organizational Life: Approaches and Research Developments. **Sociology Compass**, v. 10, p. 880–893, 2010.

STRATI, A. Becoming or Process: What Future for the Aesthetic Discourse in Organizations. n. January 2013, 2014.

STRATI, A. Ordinary Beauty and Aesthetic Research in Organization Studies. n. September 2010, 2015.

STRATI, A.; MONTAUX, P. G. DE. Introduction: Organizing Aesthetics. **Human Relations**, v. 55, n. 7, p. 755–766, 2002.

SUTHERLAND, I.; JELINEK, J. From Experiential Learning to Aesthetic Knowing: The Arts in Leadership Development. **Advances in Developing Human Resources**, v. 17, n. 3, p. 289–306, 2015.

TAYLOR, S. S. Little Beauties: Aesthetics, Craft Skill, and the Experience of Beautiful Action. **Journal of Management Inquiry**, v. 22, n. 1, p. 69–81, 2013.

TAYLOR, S. S.; HANSEN, H. Finding form: Looking at the field of organizational aesthetics. **Journal of Management Studies**, v. 42, n. 6, p. 1211–1231, 2005.

TRÖNDLE, M. et al. An Integrative and Comprehensive Methodology for Studying Aesthetic Experience in the Field: Merging Movement Tracking, Physiology, and Psychological Data. **Environment and Behavior**, v. 46, n. 1, p. 102–135, 2014.

TSOUKAS, H.; CHIA, R. On Organizational Becoming: Rethinking Organizational Change. **Organization Science**, v. 13, n. 5, p. 567–582, 2002.

VALLADARES, L. Os dez mandamentos da observação participante. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 22, n. 63, p. 153–155, 2007.

VEDANA, V. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. **Horizontes Antropológicos**, v. 19, n. 39, p. 41–68, jun. 2013.

VERGARA, S. C. Organização e estética. Antonio Strati. Rio de Janeiro: FGV, 2007. 332p. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 6, p. 1231–1233, dez. 2008.

WASSERMAN, V.; FRENKEL, M. Organizational Aesthetics: Caught Between Identity Regulation and Culture Jamming. **Organization Science**, v. 22, n. 2, p. 503–521, 2011.

WOOD JR, T. .; CSILLAG, P. Estética organizacional. **O&S**, v. 8, n. 21, p. 35–44, 2001.

GLOSSÁRIO

A

arranjos florais: É a arte de organizar flores, folhagens e outros materiais em composições harmoniosas., 69, 96

E

Enxerto em planta: Popularmente falando, é o corte feito no caule de uma planta enraizada de uma espécie A e no lugar é inserido o caule de uma planta da espécie B. Neste procedimento, prevalece o resultado da espécie B, com o suporte de captação de água e nutrientes da planta A. Esta estratégia dá nova chance a plantas A com pragas por exemplo e dá nova e melhores condições de vida a planta B., 97

F

flores de corte: É a forma com que as flores que são cortadas das plantas que as produziram são comercializadas. Geralmente são vendidas por unidade, dúzia ou mota;, 69, 78, 81, 84, 85, 86, 87, 88, 96

Forro. *ver tabuleiro*

M

Mota: é a forma de comercialização no atacado, geralmente corresponde a um pouco mais do que 2 dúzias;, 120

T

tabuleiro: São tabuas de madeira, geralmente medem 1,00m de largura e dois metros de comprimento, servem para expor os produtos e são apoiados nas estruturas das barracas, que são desmontáveis., 78, 81, 85, 86, 87, 88

X

xepa: São as mercadorias comercializadas próximo ao término da feira, geralmente apresentam menor qualidade e são vendidas por um preço menor., 102

APENDICE A

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(A)O,Sr.(a), _____, foi convidado (a) a participar da pesquisa intitulada “À FLOR DA PELE: EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM UMA FEIRA LIVRE DE VITÓRIA/ES”, sob a responsabilidade de Tatiane Alves Ferreira.

1. JUSTIFICATIVA

Por fim, justifico a importância deste estudo, pelo uso da abordagem da estética organizacional enquanto elemento revelador do conhecimento sensível. Destaco sua relevância, assim, baseada em quatro pilares básicos: (1) por conta do uso das diversas categorias estéticas; (2) pela diversidade estética presente no universo de flores na feira livre; (3) pelo uso da compreensão empática, método específico para investigação da experiência estética; (4) por conta da mobilidade espacial característica da feira livre. Os parágrafos a seguir tratarão de explanar cada um dos pilares apresentados, que justificam o presente estudo.

2. OBJETIVO (S) DA PESQUISA

O presente estudo tem como objetivo geral compreender as experiências estéticas engendradas no comércio de flores na feira livre de Jardim da Penha, em Vitória - Espírito Santo.

3. PROCEDIMENTOS

Será utilizada a metodologia qualitativa e observação participante para coleta dos dados. Para a compreensão da experiência estética, optou-se pela abordagem da compreensão empático-estética, que é específica para sua investigação. As observações serão registradas manualmente em campo, através de notas de campo, para posterior registro em diários de campo com o uso do processador de texto Word.

4. DURAÇÃO E LOCAL DA PESQUISA

Será realizado nos meses de julho a setembro, nos locais de trabalho dos participantes na feira livre de Jardim da Penha.

5. RISCOS E DESCONFORTOS

A participação na pesquisa não envolve grandes riscos, pois apenas será feito o acompanhamento de suas atividades, e solicitado que o participante relate verbalmente e voluntariamente suas opiniões e experiências. Afirmo que se o (a) senhor (a) não quiser responder alguma pergunta sua vontade será respeitada e também poderá encerrar sua participação no momento que achar necessário, sem qualquer prejuízo.

6. BENEFÍCIOS

Ao participar desta pesquisa o (a) senhor (a) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo traga informações importantes sobre o tema proposto. O (a) senhor (a) não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada lhe será pago por sua participação.

7. ACOMPANHAMENTO E ASSISTÊNCIA

Não será disponibilizado nenhuma forma de acompanhamento e assistência ao participante, inclusive considerando benefícios e acompanhamentos posteriores ao encerramento e ou a interrupção da pesquisa. Não será disponibilizada assistência imediata e integral gratuita por danos decorrentes da pesquisa.

8. GARANTIA DE RECUSA EM PARTICIPAR DA PESQUISA E/OU RETIRADA DE CONSENTIMENTO

O (A) Sr. (a) não é obrigado (a) a participar da pesquisa, podendo deixar de participar dela em qualquer momento de sua execução, sem que haja penalidades

ou prejuízos decorrentes de sua recusa. Caso decida retirar seu consentimento, o (a) Sr. (a) não mais será contatado (a) pelo pesquisador.

9. GARANTIA DE MANUTENÇÃO DO SIGILO E PRIVACIDADE

A pesquisadora se compromete a resguardar sua identidade durante todas as fases da pesquisa, inclusive após publicação. Portanto, a pesquisadora coletará informações que serão mantidas de forma confidencial, e sua identidade não será revelada em nenhuma circunstância. Os dados coletados somente poderão ser utilizados em eventos ou publicações científicas, mas jamais identificará os participantes.

10. GARANTIA DE RESSARCIMENTO FINANCEIRO

Fica garantida o ressarcimento financeiro em casos de danos, comprovadamente decorrentes tão somente da participação dessa pesquisa, conforme o que vier a ser decidido judicialmente.

11. GARANTIA DE INDENIZAÇÃO

Fica garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes tão somente da participação dessa pesquisa, conforme o que vier a ser decidido judicialmente.

12. ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

Em caso de dúvidas sobre a pesquisa, eu devo contatar a pesquisadora Tatiane Alves Ferreira, no telefone (27) 99729-3126. O(A) Sr.(a) também pode contatar o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Espírito Santo (CEP/CCS/UFES) através do telefone (27) 3335-7211, e-mail cep.ufes@hotmail.com ou correio: Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos, Prédio Administrativo do CCS, Av. Marechal Campos, 1468, Maruípe, CEP 29.040-090, Vitória - ES, Brasil. O CEP/CCS/UFES tem a função de analisar projetos de pesquisa visando à proteção dos participantes dentro de padrões éticos

nacionais e internacionais. Seu horário de funcionamento é de segunda a sexta-feira, das 8h às 14h.

Declaro que fui verbalmente informado e esclarecido sobre o teor do presente documento, entendendo todos os termos acima expostos, como também, os meus direitos, e que voluntariamente aceito participar deste estudo. Também declaro ter recebido uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinada pela pesquisadora.

Participante da pesquisa

Na qualidade de pesquisador responsável pela pesquisa “À FLOR DA PELE: EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM UMA FEIRA LIVRE DE VITORIA/ES”, eu, Tatiane Alves Ferreira, declaro ter cumprido as exigências do(s) item(s) IV.3 e IV.4 da Resolução CNS 466/12, a qual estabelece diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos.

Vitoria, 09 de junho de 2017.

Tatiane Alves Ferreira

Pesquisadora