



# A PRAGMÁTICA COMUNICATIVA EM UMA FEIRA DE BELÉM

[ ARTIGO ]

**Fábio Rodrigo de Moraes Xavier**

*Universidade do Pará.*

*Faculdade de Comunicação*

**Marina Ramos Neves de Castro**

*Universidade do Pará.*

*Faculdade de Comunicação*

**Fábio Fonseca de Castro**

*Universidade do Pará.*

*Faculdade de Comunicação*

[ RESUMO ABSTRACT RESUMEN ]

Este artigo objetiva refletir sobre a pragmática comunicativa existente na feira do Guamá, localizada em Belém do Pará, na Amazônia brasileira. Nós procuramos observar, a partir de uma aproximação etnográfica, a movimentação social e as práticas de interação comunicativa dos sujeitos ali presentes em relação às dinâmicas de ocupação do espaço e à disposição dos produtos ali vendidos. A investigação evidencia a estruturação organizacional em sua dinâmica intersubjetiva e, a partir dessa perspectiva, observamos o desenvolvimento da ideia de lugar e a identificação que as pessoas desenvolvem com a localidade dentro de processos estéticos. Para reflexão, neste artigo utilizamos textos do teórico Maffesoli em que trata de localidade e práticas sociais no cotidiano. Também utilizamos a obra de Schutz quando interpretamos as práticas sociais através de tipificação nas estruturas sociais; assim como usamos a compreensão de forma social de Simmel.

**Palavras-chave:** Comunicação. Intersubjetividade. Interação. Feira.

This article aims to reflect on the communicative pragmatic present on the Guamá market, located in Belém, in the Brazilian Amazon. We seek to observe, from an ethnographic approach, the social movement and the communicative interaction practices of the subjects there, in relation to the dynamics of space occupation and the disposition of the goods sold there. The research evidences the organizational structure in its intersubjective dynamics, and, from this perspective, we observe the development of the idea of place and identification that people develop with this place within aesthetic processes. For this reflection, this article uses studies by the theorist Maffesoli, who addresses locality and social practices in daily life. We also use a study by Schutz to interpret social practices through typification in social structures; also, we use the understanding on social form by Simmel.

**Keywords:** Communication. Intersubjectivity. Interaction and Market.

El presente artículo objetiva reflexionar sobre la pragmática comunicativa existente en la feria de Guamá, ubicada en Belém do Pará, en la Amazonia brasileña. Se busca observar, a partir de una aproximación etnográfica, el movimiento social y las prácticas de interacción comunicativa de los sujetos allí presentes en relación con las dinámicas de ocupación del espacio y con la disposición de los productos vendidos. Nos proponemos evidenciar la estructuración organizacional en su dinámica intersubjetiva y, desde esa perspectiva, observamos el desarrollo de la idea de lugar y la identificación que las personas desarrollan con ese lugar dentro de procesos estéticos. Para ello utilizamos la teoría de Maffesoli que trata de localidad y prácticas sociales en el cotidiano. También utilizamos la obra de Schutz para interpretar las prácticas sociales por medio de la tipificación en las estructuras sociales, así como la de Simmel para comprender la forma social.

**Palabras clave:** Comunicación. Intersubjetividad. Interacción y Feria.

## Introdução

---

A feira municipal do Guamá localiza-se no cruzamento entre a rua Barão de Igarapé-Miry e a avenida José Bonifácio, no bairro do Guamá, em Belém, capital paraense. Trata-se da segunda maior feira da cidade – perdendo apenas para a feira do Ver-o-Peso. É um espaço tradicional de comercialização de produtos, dedicado à venda de frutas e legumes, carnes e pescados, farinhas, ervas medicinais tradicionais e produtos industrializados convencionais – não se diferenciando, particularmente, das demais feiras de Belém. Ela possui grande movimentação de pessoas e mercadorias e influência na economia local, bem como na estruturação social do bairro e também dos bairros limítrofes do bairro do Guamá (CASTRO, 2013, 2018).

O objetivo deste artigo é compreender as interações sociais temporais quotidianamente presentes nesse espaço em sua pragmática comunicativa. Desta maneira, partimos do pensamento de Maffesoli (1998), que observa que a prática social é estruturada a partir de sua localidade. Também utilizamos Schutz (2012), para o qual a recorrência dessas mesmas práticas que nós podemos perceber como processos de tipificação que ocorre no local. Com a ajuda deste pensador, entendemos o processo comunicativo como um processo de tipificação presente nas estruturas sociais. Ainda recorremos a Simmel (1983) e ao seu conceito de forma social, pois entendemos enquanto formas e conteúdos essas tipificações presentes nos processos de interação; e a Castro (2018) para a compreensão do gosto enquanto processo de construção de formas sociais.

A partir do pensamento de Simmel (2006), compreendemos a feira enquanto um espaço social preenchido por formas e conteúdos (CASTRO, 2013; 2017), ou melhor, por estruturas comunicativas tipificadas que permitem a reprodução de conteúdos, igualmente tipificados, nos quais se assenta a vida social. Como coloca Schutz (2012, p. 92), “o mundo social no qual o homem nasce e no qual ele precisa encontrar seu caminho é experienciado por ele como uma estreita rede de relações sociais, de sistemas de signos e símbolos”. Nessa colocação, podemos perceber a ideia dos sistemas sociais que, em sua tipificação, permitem a reprodução social, ou melhor, a intersubjetividade.

Nós propomos com este artigo entender a movimentação que acontece na feira a partir da perspectiva etnográfica<sup>1</sup> para perceber as variadas articulações, organizações e tipificações presentes no local, de maneira a apreender o processo intersubjetivo enquanto pragmática comunicativa. Com esse propósito, procuramos abordar duas dimensões da vida quotidiana na feira do Guamá a fim de demonstrar tal pragmática: a própria movimentação geral da feira, com a disposição dos produtos e a presença de estruturas estéticas, ou melhor, de formas de gosto; e as estruturas de sentir em comum que estão presentes na feira. Compreendemos que essas formas sociais (SIMMEL, 2006) constituem estruturas comunicacionais intersubjetivas que agenciam aquela vida social.

A pragmática das interações sociais não se dá sem uma perspectiva espacial. A partir

---

1 Que percebe a etnografia enquanto “uma construção teórica que permite a elaboração de conhecimento” (CASTRO, 2018, p. 162).

dessa assertiva, assinalamos que Goffman (1971) salienta a ação do lugar, do espaço e dos usos e práticas comuns ao uso desse espaço na produção dos diferentes sentidos e formas de influências recíprocas entre as pessoas que o frequentam. Assim, observamos que essa perspectiva espacial está presente também na ideia de percepção interacional e nos processos comunicacionais que sustentam essas interações sociais temporais quotidianamente presentes no espaço da feira do Guamá, em sua pragmática comunicativa. A seguir procuramos observar a percepção da feira dentro das expressividades na localidade.

## 2. A feira do Guamá

---

O espaço da feira serve de base para o olhar e a estruturação da intersubjetividade, ou seja, do processo de interação social. Backhaus (1998) explica que o processo intersubjetivo e a interação social são dinâmicos e estruturadores da vida social. Esta ideia também se faz presente em Maffesoli (1998), quando afirma que o processo pragmático comunicativo é um tecido intersubjetivo. Os sujeitos sociais presentes no espaço da feira reproduzem essa lógica, como em toda a vida social, mas as feiras são espaços particularmente sensíveis para que percebamos a dinâmica intersubjetiva presente na vida social, porque nelas as finalidades da compra, da venda e também da simples interação, de estar por estar ou de estar presente, se fazem particularmente claras. Segundo Castro (2013, p. 102),

a interação se processa também no espaço intersubjetivo, que vai provocá-la. Ela é

mais forte quando os elementos pertinentes ao campo da identificação, assim como seu processo, são mais latentes, por exemplo, entre os açougueiros, entre os peixeiros, entre os verdureiros; pois além do espaço coletivo da feira, eles têm também algo mais em comum, que é a própria experiência do fazer a mesma coisa, do lidar com os mesmos elementos – a carne, o peixe, as frutas; eles possuem o mesmo conhecimento sobre seus produtos; eles partilham as mesmas experiências, uns em relação à carne, outros em relação ao peixe, e assim sucessivamente, com a farinha, com as verduras; o todo se encontra em benefício da própria feira, ou seja, daquela vivência coletiva.

Encontramos também essa perspectiva na obra de Simmel (1983), que define a sociedade como um processo fundamental da interação, evitando pensá-la como um complexo que preexiste ao fenômeno interativo:

O que faz com que a “sociedade”, em qualquer dos sentidos válidos da palavra, seja sociedade, são evidentemente as diversas maneiras de interação a que nos referimos. Um aglomerado de homens não constitui uma sociedade só porque exista em cada um deles em separado um conteúdo vital objetivamente determinado ou que o mova subjetivamente. Somente quando a vida desses conteúdos adquire a forma da influência recíproca, só quando se produz a ação de uns sobre os outros – imediatamente ou por intermédio de um terceiro – é que a nova coexistência social [...] se converte numa sociedade (Ibidem, p. 61).

Transpondo a perspectiva de Simmel para o espaço da feira, pode-se perceber como formas sociais de influência recíproca,

repetidas no *continuum* da vida quotidiana, se constituem como estruturas que viabilizam a produção e a reprodução de conteúdos interativos. Vemos aí, também, a perspectiva de Schutz (2012) sobre os processos de tipificação, ou seja, sobre a maneira como a sociedade produz, intersubjetivamente, estruturas que permitem a produção e a reprodução de conteúdos (CASTRO, 2013, p. 37); e, ainda, a perspectiva de Goffman, quando sugere que é “uma forma ou modo de interação através do qual, ou sob cujo formato, este conteúdo obtém realidade social” (GOFFMAN, 1959 apud SMITH, 2004, p. 57).

A movimentação da feira se inicia cedo, com o descarregamento de diversos produtos e com o alvoroço dos feirantes no seu processo de organização. Neste contexto, as perspectivas individuais vão se acomodando às estruturas tipificantes disponíveis, reproduzindo seus modos de ser e de estar, de falar e de dizer. Os feirantes, já nesse primeiro momento do dia, procuram, pragmaticamente, se adequar ao processo intersubjetivo, condição para fazerem negócios e para serem aceitos no macroambiente que é a feira. Trata-se do processo, indicado por Maldonato (2001, p. 17), de “compreensão das dinâmicas fundamentais da constituição individual como processos”.

As negociações e as construções de máscaras (GOFFMAN, 1971), que permitem aos feirantes e aos fregueses da feira ocupar papéis sociais e ser “autorizados” a circular por esse espaço, constituem, efetivamente, formas (SIMMEL, 1983) por meio das quais, pragmaticamente, se adéquam aos padrões de regularidades e tipificações (SCHUTZ, 2008) que, intersubjetivamente, conformam essa constituição individual como processo (MALDONATO, 2001). Processo de quê? De

estar junto, de participar de um ser coletivo que é a própria razão de ser da sociedade.

Essa perspectiva indica a necessidade de pensar a vida social como algo que se desenvolve para além dos processos de individualidade. O indivíduo, com efeito, não se reproduz senão intersubjetivamente. Dessa maneira, a feira não pode ser reduzida, simplesmente, à sua dimensão econômica – enquanto troca, ou enquanto estratégia de construção, numa arena de disputas, do interesse individual. O indivíduo não é sem os outros. Na sua dimensão intersubjetiva, o indivíduo possui, também, dimensões morais, éticas, estéticas e políticas que, enfim, impactam o modo como articula seu interesse pessoal e, portanto, se posiciona na feira. A seguir explanaremos o movimento quotidiano presente na feira do Guamá e o modo como os frequentadores se posicionam na localidade.

### 3. A movimentação

---

Tanto na feira como no seu entorno, é importante notar a sonoridade do ambiente, assim como o cheiro, e que, no decorrer das horas, as pessoas ali começam a falar cada vez mais, e todo o tipo de aroma expande-se pelo ar. Assim,

tudo o que se apresenta nos indivíduos (os *loci* concretos e imediatos da realidade histórica) – impulso, interesse, propósito, inclinação, estado físico, movimento – tudo o que se apresenta neles de modo a engendrar ou mediar efeitos sobre os outros, ou receber tais efeitos (GOFFMAN, 1959, apud SMITH, 2004, p. 57).

Dessa maneira, a sociedade daquele espaço engendra a própria prática, e o contingente da compra, a comunicação a partir da própria intersubjetividade, promove o processo de interações.

Na feira, é possível visualizar todo tipo de informação, desde os valores dos produtos até as grandes placas no teto. As placas informam o setor em que cada mercadoria se localiza, como peixe, carne, erva. Cada produto possui uma área específica e barras relacionadas. É grande a quantidade de pessoas que adentram por diversos setores e saem com variados produtos do local. A feira tem muitas entradas. É aberta nas laterais da avenida José Bonifácio e da passagem Mucajá. É possível notar uma ação econômica de natureza racional: “um intercâmbio de interesses mensuráveis pelo dinheiro (o meio de troca mais pessoal e abstrato da vida humana), mas a economia vê-se autonomizada como esfera cultural, regulando-se por suas próprias leis” (NOBRE, 2005, p. 26). Portanto, não é a economia que regula o processo de interação, sendo apenas mais um elemento.

Dentro dessa expectativa percebe-se que no setor do peixe os feirantes se comunicam com grande intensidade (CASTRO, 2013). Isto ocorre pelo fato de que, na hora do tratamento do produto, o peixeiro puxa conversa com o freguês e também com o seu parceiro de profissão para pedir algo. Quando não estão vendendo, conversam sobre temas diversos, dentre os quais o principal é o futebol. Algumas vezes gritam “Leão!” ou “Papão!” com referência aos dois principais times da capital paraense, Remo e Paysandu. Observamos que nesse processo há a ideia de que “o ‘lugar’ é específico, concreto, conhecido, familiar, delimitado: o ponto de práticas sociais específicas que

nos moldaram e nos formaram e com as quais nossas identidades estão estreitamente ligadas” (HALL, 2003, p. 72).

A partir da reflexão colocada acima, entendemos que a ideia de vivência de Maffesoli (1998) pode ser evocada para compreendermos a relação entre o local, a comunicação e a vivência na conformação da socialidade, ou melhor, de uma dada forma social.

O próprio da vivência é pôr a ênfase sobre a dimensão comunitária da vida social; vindo a mística sublinhar aquilo que une iniciados entre si, aquilo que conforta, de modo misterioso, o vínculo, ao mesmo tempo tênue e sólido, que faz com que essa comunidade seja causa e efeito de um sentimento de pertença que não tem grande coisa a ver com as diversas racionalizações (Ibidem, p. 176).

A comunicação entre o feirante e o freguês não tem muita familiaridade, porém alguns vendedores se propõem a conversar, tendo, dessa maneira, influência na reciprocidade entre o feirante e freguês, em uma expectativa de troca. “É uma síntese imediata dada pelo pensamento simbólico que, na troca como em qualquer outra forma de comunicação, supera a contradição que lhe é inerente de perceber as coisas” (LÉVI-STRAUSS, 2003, p. 40-41). Dentro desse aspecto é possível perceber uma aproximação entre alguns sujeitos no espaço que evoca uma relação de amizade, e que aquilo que poderia ser negativo para a economia dos partícipes da troca acaba por ser algo prazeroso, influenciando no processo de venda.

É importante notar que o espaço de venda de farinha fica no outro lado da rua,

em frente à feira da carne<sup>2</sup>, na perpendicular, de esquina com a rua Barão de Igarapé-Miry e a avenida José Bonifácio (CASTRO; CASTRO, 2017). Existe toda uma variedade de barracas com produtos variados, de roupas a pequenos utensílios domésticos. Neste outro espaço – que também faz parte da feira do Guamá e é formado pelo prédio mais antigo, hoje conhecido como o “prédio da farinha”, pois abarca o maior número de vendedores de farinha –, o produto é visto em grande quantidade, sendo apresentado tradicionalmente em sacas, da forma como é comprado do produtor e do atravessador: farinha de mandioca, farinha de tapioca, goma e tucupi (Ibidem).

Também podemos observar como o produto é disposto nas diferentes barracas, variando de acordo com sua natureza, características e cores. Podemos usar como exemplo o setor de refeição. Há dois momentos principais na área de refeição. O primeiro é o do café, no qual é feita a tapioca, uma iguaria feita da goma da mandioca que, passando por um processo artesanal, torna-se uma farinha branca finíssima, que é peneirada e colocada na frigideira, garnida segundo o desejo do freguês, geralmente com manteiga, e servida envolta em um guardanapo de papel. Também o pão com ovo esquentado na frigideira, sempre tendo

como acompanhamento o café, é muito solicitado pelos frequentadores da feira.

Ao meio-dia, são servidos variados tipos de comida, como carne, frango, peixe, feijão e arroz, feitos ali mesmo nas barracas. Algumas servem o açaí acompanhado de farinha de mandioca ou de tapioca, ou ainda de algum prato salgado, especialmente peixe frito. Observando as barracas de refeições, notamos que é predominante o trabalho feito por mulheres, acompanhadas de suas filhas e netas.

No espaço da feira, podemos observar que há um abrigo para a produção e venda do açaí, onde os frequentadores da feira podem adquirir a polpa da fruta. O local é fechado com vidros e climatizado. Entre o feirante, vendedor de açaí, e o freguês há uma pequena abertura na vidraça, com espaço suficiente para o movimento da venda do produto. Ali, como em outros espaços da feira, é possível encontrar a divisão do trabalho pautada por gênero, idade ou outra variante. Segundo Schutz (2012, p. 91),

Em todos os lugares encontramos divisões por sexo, por idade, e algumas divisões do trabalho condicionadas por aquelas; e organizações do parentesco mais ou menos rígidas que dividem o mundo social em zonas de distância social variável, que vão desde a família nuclear até ao estrangeiro<sup>3</sup>.

Partindo desse paradigma, observa-se que no setor de ervas, legumes e verduras é notável certa hegemonia feminina, pois este

---

2 Observar que é tradicionalmente conhecido como “mercado da carne”, descrito na primeira parte deste trabalho, o mercado que fica na esquina da passagem Mucajá com a avenida José Bonifácio. Nele encontramos uma variedade de produtos, como peixe, enlatados, verduras, legumes, frutos e diversos outros, sendo a carne somente mais um desses produtos. O nome foi dado apenas para diferenciá-lo do prédio mais antigo que fica em frente, na perpendicular, que englobava toda a feira do Guamá e hoje é chamado de “mercado da farinha”. Ambos fazem parte da feira do Guamá (CASTRO, 2013).

---

3 O estrangeiro seria aquele que não faz parte da estrutura familiar do grupo social.

espaço possui quantidades consideráveis de mulheres mais velhas, a maioria acompanhada por suas filhas ou netas. Outra característica que pode ser observada nessas barracas administradas por mulheres é o arranjo dos enfeites e adornos.

Nas barracas de verduras e legumes, nota-se arranjos feitos com pimentinhas – com cheiro-verde no meio e três pimentinhas ao redor, sugerindo uma flor ou um buquê – ou mesmo com algo místico. É importante entender que quem fazia, predominantemente, o processo de arrumação e organização desses produtos eram as feirantes mais velhas, evidenciando dessa forma uma espécie de dominância que é passada de geração em geração: “por toda parte encontramos hierarquias de superioridade e subordinação, de líder e seguidores, daqueles que comandam e daqueles que obedecem. Por toda parte também encontramos um modo de vida que é aceito e que regulamenta relações” (Ibidem, p. 91).

Dentro desse contexto são perceptíveis as articulações e formas de organização vivenciadas dentro dos grupos dos feirantes, assim como a intersubjetividade presente na constatação da movimentação da prática social, sendo o lugar e a comunicação fatores de influência da estruturação espacial entre os sujeitos. O lugar é o espaço de identificação entre alguns indivíduos que reelaboram sua estruturação racional e espacial e o movimento efetivo da feira: “a feira é o local privilegiado, pois os modelos de socialidades ali presentes são mais perenes e fluidos, estabelecidos numa temporalidade do instante, no momento, e, portanto, formam-se de maneira pontual” (CASTRO, 2013, p. 34). Há certo fluxo que colabora para o aspecto das diferentes

expectativas temporais que existem nas relações, desenvolvendo-se para a elaboração entre variados indivíduos que lá estão.

Colaborando para a própria construção social existente naquele espaço, que se desenvolve na feira, observamos uma forma que se amolda ao conteúdo ali estruturado, gerando diferentes ideias de sentido e evocando variadas representações naquele espaço. A prática construída promove influências e estruturas de interação que são concebidas na movimentação do conjunto de conteúdos e formas presentes na feira e que a conformam como tal. A seguir fazemos um levantamento da organização das mercadorias a partir do seu lugar no contexto interacional e da dimensão estética na feira do Guamá.

#### **4. A disposição dos produtos e sua dimensão estética**

---

É importante salientar que a apresentação das mercadorias ofertadas na feira está relacionada com a necessidade expositiva para a venda, ou seja, com certa publicitação daquelas mercadorias e as práticas sociais estabelecidas ali, na feira do Guamá. Desta maneira, salientamos que:

O trabalho que o publicitário tem de dramatizar o valor de seu produto não é diferente do trabalho que uma sociedade tem de embeber suas situações sociais com cerimoniais e com sinais rituais facilitando a orientação dos participantes uns com os outros. Ambos devem usar os limitados recursos “visuais” disponíveis



nas situações sociais para contar uma história; ambos devem transformar acontecimentos de outra forma opacos em uma forma facilmente legível (GOFFMAN, 1979, apud GASTALDO, 2004, p. 117).

Dentro dessa perspectiva, é importante notar as disposições dessas mercadorias e das coisas que conformam aquela feira enquanto tal, ou seja, da cultura material nela presente.

Fazendo uma referência ao pensamento de Godelier sobre os conceitos que Marx utiliza de *Überbau* e *Grundlage*, podemos dizer que o homem não vive nas infraestruturas da feira, mas sim, na sua superestrutura, e de que esta está povoada de sentidos que se evidenciam na cultura material e imaterial, ou ainda, se evidenciam nas interações, nas formas de sociação, ou nas superestruturas das quais Godelier observa a partir de sua interpretação de Marx (CASTRO, 2018, p. 147).

A respeito da cultura que compõe a feira do Guamá, podemos aqui evocar Maffesoli (1998, p. 123) e observar “que uma sociedade não existe senão enquanto se manifesta exteriormente. É somente assim que ela toma forma”. A cultura material seria, em nosso entendimento, aquilo que propicia a expressividade da forma social, isto é, o próprio conteúdo da forma.

Apesar do aspecto econômico presente na feira, já evidenciado aqui, observamos que a vivência ou a experiência de mundo, num “universo simbólico”<sup>4</sup>, engen-

dra interações frequentes e contínuas que geram uma determinada forma de estar junto, caracterizando certo conhecimento e certa forma social – uma percepção de mundo – e, portanto, um processo comunicativo vivente na prática espacial da feira.

O sistema de conhecimento então adquirido – incoerente, inconsistente e apenas parcialmente claro – assume para os membros do grupo de aparência de suficientes coerências, clareza e consistência, conferindo a todos uma possibilidade razoável de compreender e de ser compreendido (SCHUTZ, 2012, p. 93).

Segundo essa ideia, a disposição das mercadorias naquele lugar, da maneira como são expostas, possibilita formas de interação e de comunicação. Aspectos da cultura material, como adornamentos, enfeites e adereços, cheiros, cores, higiene, os produtos intactos, sua disposição e a cultura material que os cerca, assim como a comunicação dos feirantes, são relevantes para que a interação seja efetivada. Assim, a disposição dos objetos presentes na feira passa pela construção de sentidos que, por sua vez, passa pela necessidade da venda propriamente dita, mas não se limita a ela, pois “o conhecimento vinculado a um padrão cultural carrega em si mesmo sua evidência – ou melhor, é tido como certo” (Ibidem, p. 93), corroborando para que as mercadorias, assim como suas disposições estéticas, possibilitem o desenvolvimento de uma expressividade específica pertinente àquele lugar, na sua quotidianidade.

A partir dessas observações, notamos que o setor de frutas – que fica entre

---

4 Compreendido como a soma de interações que constituem, essencialmente, a vida social (MAFFESOLI,

---

1998, p. 123).

os setores de legumes e de verduras, de um lado, e o da carne, de outro; e ao fundo faz limite com o setor das mercearias e da goma – é formado de boxes de concreto em sua base e de ferro na sua parte superior (CASTRO, 2018). A confecção desses boxes de frutas e verduras em grades de ferro leva o feirante a organizar sua mercadoria utilizando quase que a totalidade da lateral do gradeado, aquela que divide com seu vizinho feirante, impedindo uma comunicação mais próxima e constante entre eles. Por outro lado, isso ocorre de maneira muito diferente em relação ao setor do peixe, que tem também seus boxes feitos em concreto, não havendo, contudo, a parte superior em ferro, o que propicia uma comunicação mais aberta e dinâmica entre esses feirantes.

Ainda voltando aos locais de frutas, legumes e verduras, assim como de carne, estes setores evocam certa aparência de racionalidade ou normatividade na disposição dos produtos. Há a presença de “regras que se afirmam como meios conscientes; todas objetivam o cosmo cultural pela combinação entre racionalidade formal e racionalidade instrumental. A normativa e o caráter mundano da vida, com as exigências da cotidianidade” (NOBRE, 2005, p. 35-36) – o que é evidenciado nas formas e nos usos da cultura material presente na feira e da interação entre esses elementos (CASTRO, 2018).

A partir desse entendimento, é possível pensar a feira a partir de certa organização racional em que a economia sofre influência de aspectos das práticas de interação desse espaço. Segundo Castro (2013, p. 34-35):

Essas relações ocorrem nos momentos das trocas, sobretudo das trocas simbólicas

privilegiadas pelo *estar-junto* – do riso, da fala, das posturas corporais, das expressões, dentre outras tantas possíveis a ser abordadas – e, acredito, mais intensas do que as relações econômicas estabelecidas determinam, num a priori, no local.

É importante observar que no início do corredor da carne, da perspectiva de quem entra pela avenida José Bonifácio, existe um pequeno oratório com um altar onde fica uma imagem de Nossa Senhora e há um suporte para colocar velas e flores. Esse pequeno espaço, voltado à religiosidade, é permeado por uma estética do sentir, de caráter religioso e, ao mesmo tempo, banal. Percebemos ali, talvez, aquilo que a que Maffesoli (1998, p. 171) se refere como uma “ambição dessa nova arte de viver [que] é um tipo de contemplação daquilo que é, uma estetização da existência”. Esse pequeno aparato promove uma produção de sentido que se expressa como algo “natural” daquele lugar, da feira do Guamá.

Pela coloração negra observada nos suportes onde são colocadas as velas, pudemos notar que o pequeno promontório é bastante utilizado. As pessoas chegam, colocam seus lumes, ficam por um tempo, talvez em oração, e partem para suas atividades costumeiras<sup>5</sup>. Uns entram na feira, outros apenas transitam por ela naquele momento. A expressividade do local é bem peculiar, com resquícios de atividades de crenças. Assim, podemos intuir que ali está presente a religiosidade – apesar de não estar diretamente vinculada à função de compra, venda

---

5 Pudemos observar, de maneira mais expressiva, talvez porque o altar se localize próximo dos açougueiros, que muitos deles fazem preces para ter melhor venda.

ou troca –, enquanto experiência cotidiana e banal, assimilada de maneira natural, contra o racional normativo localizado ao lado do setor de carne da feira.

Exprime, na longa duração, aquilo que de diversas maneiras se pode chamar de espontaneidade vital, o vitalismo ou “elã vital” (Bergson). Coisas das quais é de bom tom desconfiar, mas cuja fecundidade própria não se pode, todavia, negar. É essa sabedoria popular que está na base da resistência frente a todos os poderes, mas igualmente ela estrutura o essencial dos fenômenos e das situações que constituem a existência de cada um e da sociedade como um todo (Ibidem, p. 173).

Essa sabedoria popular da qual fala Maffesoli (Ibidem) pode ser percebida no acondicionamento dos produtos, nas embalagens, na maneira de embalar, na rodada do saco para fechá-lo com nós, nos envoltórios das folhagens para entregá-las ao freguês, no manuseio dos instrumentos, como balança, cutelo, facão e outros; ou seja, na presença dos elementos que compõem a cultura material da feira (CASTRO, 2013; 2018). Como exemplo, podemos nos referir ao tratamento dado ao caranguejo na hora da venda; à forma como o feirante o coloca dentro de um tanque; como os acondiciona, deixando-os vivos até o momento da venda; à forma como os pega, por trás, evitando ser atingido por suas grandes unhas; ao cuidado que ele deve ter para que o caranguejo não perca as patas e não morra antes de ser vendido.

No feixe de caranguejos, amarrados com uma corda de plástico, é perceptível observar todo o movimento do animal, levado ainda vivo pelo freguês. É importante notar que a forma de acondicionar o

caranguejo tem toda uma estratégia, passada de geração em geração, e que a sabedoria colocada em prática acaba sendo algo natural, por ser exercida quotidianamente por aqueles que detêm seu manuseio cultural.

Nota-se, então, o desenvolvimento de algo banal dentro da cotidianidade, de modo que as pessoas que passam por ali diariamente não percebem toda essa expressividade existente na venda do animal, que é a própria arte da vida daqueles indivíduos.

A arte que vai se observar na superação do funcionalismo arquitetônico ou na do objeto usual. De um tipo de vida a um anúncio doméstico, tudo pretende se tornar obra de criação, tudo pode se compreender como a expressão de uma experiência estética primeira. Portanto, a arte não poderia ser reduzida somente à produção artística, digo aquelas de artista, mas se torna um fato existencial<sup>6</sup> (MAFFESOLI, 1990, p. 12, tradução nossa).

Assim podemos perceber, na comunicação entre os sujeitos e na disposição dos produtos, a cultura material ali existente. Dessa perspectiva, na área do pescado, por exemplo, os produtos ficam na parte da frente, no suporte de azulejo, ou pendurados em ferros em forma de “S”. Em alguns momentos o peixeiro joga água em cima do peixe para que tenha aparência de fresco, e então é perceptível à expressividade de um

---

6 No original: “L’art qui va s’observer dans le dépassement du fonctionnalisme architectural ou dans celui de l’objet usuel. Un cadre de vie à la réclame du design ménager, tout entend devenir œuvre de création, tout peut se comprendre comme l’expression d’une expérience esthétique première. Dès lors, l’art ne saurait être réduit à la seule production artistique, j’entends celle des artistes, mais devient un fait existentiel”.

fator existencial na disposição do produto: a vida, o frescor, o viço.

Na venda de farinha e de outros artigos, como linguiça, charque, conservas, feijão e arroz, os produtos são dispostos em fileiras, em sacos plásticos, em cima de balcões ou em sacas abertas, a exemplo da farinha, do feijão e do arroz. A linguiça, assim como produtos similares, é muitas vezes disposta em “S” ou colocada sobre algum suporte, como balcão ou bancada, enrolada, formando uma espécie de pequeno tonel.

As barracas possuem o cheiro específico dos produtos que comercializam; portanto, assim que adentramos nos respectivos setores, percebemos imediatamente a mudança de odor. Alguns aromas são mais fortes que outros, como os de peixe, charque e carne. Juntamente com o odor, é interessante perceber as diferentes cores do local, o que contribui para o agenciamento de um estar-junto, fruto de “um ambiente que proporciona possibilidades mútuas de monitoramento, [...] em que um indivíduo se encontra acessível aos sentidos nus de todos os outros que estão ‘presentes’, e para quem os outros indivíduos são acessíveis de forma semelhante” (GOFFMAN, 1998, p. 13-14). Isso que é produzido faz com que a feira tenha a carga representativa que propõe toda uma expectativa comunicativa, funcionando como motor para as práticas ali existentes e desenvolvendo dinâmicas essenciais para a cultura da sociedade amazônica.

A relação entre os sujeitos na feira propõe novas compreensões, interações e, desta maneira, é o limiar que promove novos aspectos para a estruturação da venda. É no processo interativo, na sua dinâmica, que encontramos os elementos

que contribuem para processos de aproximação e de incremento de trocas que constroem processos de estruturação na vida social presente.

## Considerações finais

---

Pudemos constatar que no espaço da feira do Guamá a relação dos sujeitos frequentadores possui diversas construções que colaboram para a reverberação das práticas comunicativas, possibilitando o desenvolvimento da expansão da intersubjetividade e das interações sociais a partir dos processos comunicacionais evocados neste artigo.

Levamos também em consideração a diversidade e a dinâmica propiciada pela feira, coisa que, na sua dinâmica, é constituída por elementos e conteúdos diversos – pessoas, objetos, cultura material e imaterial – e possibilita diferentes vivências e experiências comunicacionais, conformando esse espaço enquanto tal: enquanto feira e enquanto estruturação social constituída em sua dinâmica, composta de elementos e conteúdos, assim como de outras formas que ali reverberam (CASTRO, 2017, p. 173-174):

A feira enquanto forma também pode ser evocada enquanto uma forma-interstício. Ou seja, enquanto uma unidade estrutural que conforma um mundo, geradora – mas, também, fruto – de encontros fortuitos, que nasce como uma forma potencial, com a potencialidade de gerar diversas outras formas em seu interior. Ela possui uma estética relacional, uma estética que se forma a partir da materialização

desse encontro e dessas relações que a fomentam e a geram, mas que também se reverberam, nascem, morrem e renascem em seu seio. Trata-se de uma estética relacional que conforma formas; formas de estar-junto que conformam socialidades.

Destarte, é possível perceber diferentes representações no local que interagem, formam e constituem expressividades que colaboram para seu aspecto constitutivo. O aspecto lógico ou econômico possui certa justificativa para a movimentação da localidade, todavia não se pode deixar de lado a própria expressividade que ali existe estruturando a vida social no cotidiano da feira.

No primeiro momento do texto, é possível notar o aspecto de comunidade que ali é evocado, quando percebemos a ideia de forma e conteúdo, vitais para a própria dinâmica de construção da realidade social da feira. Dentro desse contexto, o entendimento do movimento presente é fator de grande relevância, já que possibilita nossa reflexão a partir da interação entre os sujeitos, a cultura material lá existente e a própria percepção interacional, o que permite o desenvolvimento do espaço enquanto uma feira, pois esta é assim percebida a partir da construção do lugar entre os sujeitos que o vivem, que o experienciam pelos processos de identificação elaborados entre aqueles que o frequentam, o que podemos compreender como intersubjetividade.

A partir dessa ideia, percebe-se certa relação de trocas, mas não limitada a trocas de produtos ou mercadorias, ou mesmo econômicas, e sim de trocas de sensibilidades que influenciam na interação e, portanto, influenciam na troca e na venda, um dos elementos que compõem a feira.

No segundo momento, podemos perceber a configuração das relações simbólicas que estão presentes no local e propõem expressividade de existências. Assim, a banalidade da arte é encontrada em toda sua expressividade amazônica no mundo da vida na feira, colaborando, dessa maneira, para a condição de uma expressão cultural. Assim, este artigo pretende proporcionar a compreensão das expectativas presente nas interações banais que se realizam quotidianamente, conformando as práticas sociais temporais comunicativas de uma feira. ■

[ FÁBIO RODRIGO DE MORAES XAVIER ]

Graduado em Comunicação pela Universidade Federal do Pará (UFPA) e pesquisador pelo Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom/UFPA).  
E-mail: fabio.rodrigo.moraes.xavier@gmail.com

[ MARINA RAMOS NEVES DE CASTRO ]

Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Doutora em Antropologia e mestre em Artes pela UFPA. Mestre em Estudos das Sociedades Latino-Americanas pelo Institut des Hautes Études de l'Amérique latine (IHEAL/Paris 3 – Sorbonne Nouvelle).  
E-mail: mnrndecastro@gmail.com

[ FÁBIO FONSECA DE CASTRO ]

Professor da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Doutor em Sociologia por Paris 5 – René Descartes. Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestre em Antropologia pelo Institut des Hautes Études de l'Amérique latine (IHEAL/Paris 3 – Sorbonne Nouvelle).  
E-mail: fabio.fonsecadecastro@gmail.com

## Referências

---

BACKHAUS, Gary. George Simmel as an eidetic social scientist. **Sociological Theory**, Thousand Oaks, v. 16, n. 3, p. 260-281, 1998.

CASTRO, Marina Ramos Neves de. **A arte na sua cotidianidade**: uma percepção de arte na feira do Guamá. 2013. 152 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Ciências da Arte, Universidade Federal do Pará, Belém, 2013.

CASTRO, Marina Ramos Neves de. Aportes teóricos para pensar a feira enquanto forma social. **Revista Sociais e Humanas**, Santa Maria, v. 30, n. 2, p. 169-183, 2017.

CASTRO, Marina Ramos Neves de. **Socialidades e sensibilidades no cotidiano da Feira do Guamá**: uma etnografia das formas sociais do gosto. 2018. 287 f. Tese (Doutorado) – Instituto de Ciências Filosofia e Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.

CASTRO, Marina Ramos Neves de; CASTRO, Fábio Fonseca de. No emaranhado do Guamá: trajetos etnográficos numa feira de Belém. **Ponto Urbe**, São Paulo, n. 20, p. 1-13, 2017. Disponível em: <http://journals.openedition.org/pontourbe/3404>. Acesso em: 27 dez. 2018.

GASTALDO, Édison. Erving Goffman, antropólogo da comunicação. In: GASTALDO, Édison (org.). **Erving Goffman**: o desbravador do cotidiano. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.

GOFFMAN, Erving. **Interactive ritual**: essays on face behaviour. London: Alen Lane, 1971.

GOFFMAN, Erving. A situação negligenciada. In: RIBEIRO, Branca Telles; GARCEZ, Pedro M. (org.). **Sociolinguística interacional**. Porto Alegre: AGE, 1998. p. 11-15.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

LÉVI-STRAUSS, Claude. Introdução à obra de Marcel Mauss e o ensaio sobre dádiva. In: LÉVI-STRAUSS, Claude. **Revista de Sociologia e Política**, São Paulo, v. 14, p. 173-194, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **Au creux des apparences**: pour une éthique de l'esthétique. Paris: Plon, 1990.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**. Tradução: Albert C. Stuckenbruck. Petrópolis: Vozes, 1998.

MALDONATO, Mauro. **A subversão do ser**: identidade, mundo, tempo, espaço fenomenologia de uma mutação. São Paulo: Fundação Petrópolis, 2001.

NOBRE, Renarde Freire. Weber e o racionalismo ocidental. *In*: CARVALHO, Alonso Bezerra; BRANDÃO, Carlos da Fonseca (org.). **Introdução à sociologia da cultura**: Max Weber e Nobert Elias. São Paulo: Avercamp, 2005.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social**. 2. ed. Buenos Aires: Amorrortu, 2008. (Escritos, v. 1).

SCHUTZ, Alfred. **Sobre a fenomenologia e relações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2012.

SIMMEL, Georg. **O problema da sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

SIMMEL, Georg. 2006. Questões fundamentais da sociologia. Rio de Janeiro: Zahar.

SMITH, Greg. Instantâneos “sub specie aeternitatis”: Simmel, Goffman e a sociologia formal. *In*: GASTALDO, Édison (org.). **Erving Goffman**: o desbravador do cotidiano. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.