

Mapas cotidianos da Feira Livre de Cachoeira – BA: cultura, hegemonia e estrutura de sentimento

**Daniela Abreu Matos, Jorge Cardoso Filho,
Jussara Maia e Luiz Henrique Sá da Nova**

Resumo

O artigo analisa discursos empregados por feirantes na constituição de significados para a Feira Livre de Cachoeira, tomando como referências parâmetros sobre cultura como um modo integral de vida. A partir de um esforço exploratório de pesquisa etnográfica articulada à análise cultural, são identificados valores partilhados, práticas e significados que expressam um processo de disputa e resistência, individual e/ou coletiva, frente a modelos sociais hegemônicos. A pesquisa está amparada na hipótese cultural de estrutura de sentimento.

Palavras-Chave

Estrutura de sentimento. Análise cultural. Hegemonia.

Introdução

Situada, atualmente, próximo à entrada da cidade de Cachoeira¹, no recôncavo baiano, e espalhando-se no entorno do Grande Mercado, perto da Igreja dos Remédios, a Feira de Cachoeira traduz sua importância histórica, cultural, econômica e social no funcionamento diário ao longo de quase toda a semana (exceto domingos e segundas), ao contrário da grande maioria das feiras livres brasileiras. Esta atividade intensa aponta para uma condição que é, ao mesmo tempo, especial e rotineira, ao abrigar uma cotidianidade efervescente, marcada por interações sociais que começam antes de o sol nascer, ainda mais movimentada na quarta-feira e no sábado. É uma realidade bem diferente do vaticínio de entusiastas de um modelo de desenvolvimento sem as feiras de rua, que, antes, foram símbolos da modernidade no nascimento do capitalismo mercantil, no final da Idade Média, na Europa. No Brasil, o I Plano Nacional de Desenvolvimento, lançado no governo Médici, em 1970, pretendia substituir as feiras livres por redes de autosserviço

Daniela Abreu Matos | Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Belo Horizonte. Professora Adjunta do Centro de Artes, Humanidades e Letras – CAHL – da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB – e docente permanente do Mestrado em Comunicação/UFRB – UFRB, Cachoeira, Bahia, Brasil. E-mail: d.abreu.matos@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3859-8488>

Jorge Cardoso Filho | Doutor em Comunicação pela UFMG, Belo Horizonte. Professor Adjunto do CAHL da UFRB e docente permanente do Mestrado em Comunicação/UFRB – UFRB, Cachoeira, Bahia, Brasil. E-mail: cardosofilho.jorge@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4276-934X>

Jussara Maia | Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia – UFBA, Bahia. Professora Adjunta do CAHL da UFRB e docente permanente do Mestrado em Comunicação/UFRB – UFRB, Cachoeira, Bahia, Brasil. E-mail: jussaramaia@uol.com.br
<https://orcid.org/0000-0003-3996-6673>

Luiz Henrique Sá da Nova | Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, Bahia. Professor Adjunto do CAHL da UFRB, Cachoeira, Bahia, Brasil. E-mail: luiznova1@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9754-7787>

em grandes mercados, nos centros urbanos, para pôr fim a formas de varejo tradicionais, consideradas antigas e ultrapassadas.

Em pleno século XXI, a Feira de Cachoeira assume posição de destaque como principal centro comercial da cidade histórica, na qual foram travadas as lutas que garantiram a independência do Brasil, ao expulsar do solo baiano as últimas tropas portuguesas². Estão ali mais de duzentas barracas, com uma imensa variedade de produtos, distribuídos a partir de uma ordem simbólica que orienta os locais,

de um lado, para frutas, verduras, legumes, hortaliças, raízes e peixes defumados, ao lado de utensílios domésticos diversos. Mais à frente do mercado, o espaço é disputado por barracas com roupas para todas as idades, gêneros e gostos, adornos e bijuterias infantis e femininas, itens eletrônicos, CDs, DVDs. Alguns feirantes são lavradores e vendem o que conseguem colher com a produção da agricultura familiar, enquanto a grande maioria negocia produtos trazidos de Feira de Santana, grande centro de distribuição de alimentos e segunda maior cidade do Estado, situada a cerca de 74 quilômetros de Cachoeira.

Figura 1: Feira de Cachoeira e o Mercado Público ao fundo



Foto: Thamires Almeida

Figura 2: Feira de Cachoeira e a Igreja dos Remédios ao fundo



Foto: Thamires Almeida

1 A cidade histórica de Cachoeira tem cerca de 30 mil habitantes (dados de 2016) e está distante de Salvador, capital do Estado da Bahia, por 110 quilômetros. Trata-se de uma cidade que recebeu um dos *campi* da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), em 2006, o Centro de Artes, Humanidades e Letras, cujas atividades também incorporaram a cidade de São Félix, vizinha a Cachoeira, separadas pelo rio Paraguassu e unidas pela ponte D. Pedro II.

2 As tropas portuguesas remanescentes no Brasil, após a proclamação da independência, em 07 de setembro de 1822, somente foram expulsas de Salvador em 02 de julho de 1823, graças ao exército brasileiro que se formou na região do Recôncavo baiano. O exército minou o abastecimento de comida vindo do interior do Estado e iniciou, em junho de 1823, uma campanha final para expulsar as tropas portuguesas da cidade de Salvador (ARAÚJO, 2001).

Inicialmente, os primeiros contatos de pesquisa com a Feira de Cachoeira foram feitos em forma de saídas de campo exploratórias, a fim de experimentar um pouco do clima cultural e simbólico desse espaço. Nessas saídas de campo, a equipe – formada por estudantes bolsistas de iniciação científica, iniciação à extensão e voluntários – conversava com feirantes diversificados na busca de entender lógicas que orientavam a organização da feira. Não havia critérios específicos para a escolha das pessoas com quem deveriam conversar; a perspectiva central era percorrer a Feira observando os fluxos de ir e vir das pessoas, as compras realizadas, as negociações empreendidas entre freguês e feirante e conversar, livremente, com aqueles que tivessem disponibilidade e interesse em falar um pouco do dia a dia da Feira livre de Cachoeira. A partir desse primeiro contato espontâneo com a circulação na Feira, algumas entrevistas foram marcadas previamente com quem se disponibilizou a participar como sujeito da pesquisa.

Em termos de instrumentos de coleta de dados foram acionadas duas modalidades: 1) a observação participante, que permitiu observar as dinâmicas empreendidas e, de certo modo, participar delas e 2) a entrevista em profundidade e não estruturada previamente, que estabeleceu um espaço de escuta, com poucas intervenções e sem análise ou julgamentos do que estava sendo dito. Ainda como instrumento de registro, o Diário de Campo foi utilizado, “Assim o caderno funcionará como um registro descritivo de tudo

o que ele vir e presenciar, seja em uma aldeia de índios bororo, seja em uma redação de um grande jornal”. (TRAVANCAS, 2006, p. 126). Foi acionado o recurso de gravação em áudio para as entrevistas e, também, realizado um perfil audiovisual com uma das feirantes, que se dispôs para o registro da sua imagem. Todo esse percurso metodológico, alinhado aos problemas teóricos centrais nessa abordagem, insere a pesquisa em uma prática etnográfica, a partir do campo da comunicação.

Desse modo, percebemos que as falas dos feirantes fazem emergir significados e valores que surgiram em temporalidades sociais diversas e se exprimem como contradições do contemporâneo ao demarcar a tensão entre discursos do rural e do urbano, do campo e da cidade, da tradição e da modernidade. Tais evidências são também identificadas em pesquisas no âmbito da geografia, das ciências sociais e da história, como marcas da permanência de práticas socioculturais camponesas, carregadas de saberes relativos a um modo de vida. Dialogamos também com investigações no âmbito da psicologia social que observam o trabalho dos (das) feirantes como processos de interação simbólica que ocorrem em condições específicas de espaço, tempo, estrutura, ambiente socioeconômico e cultural (SATO, 2012). A autora toma como referência a perspectiva da Escola Sociotécnica para analisar a organização do trabalho na feira livre, a partir do cotidiano constituído de fluxos de ação e significados que constroem

os processos organizativos, resultantes do entrelaçamento das dimensões social e técnica.

O trabalho dos feirantes realiza-se em um ambiente de afazeres multifacetado, sentido inscrito na própria etimologia da palavra, de origem latina, que articula a noção de *feira* à de *comércio*, inserindo a feira como lugar também para diversão, em que os significados são atualizados nos usos para a vida social e cultural. As interações dão-se no espaço público que é tornado, temporariamente, local não especializado de relações de comércio, de trabalho, de turismo, através de práticas sociais que ressignificam o lugar. “Para que esses muitos eixos de significação tenham espaço, no caso da feira livre, um palco é montado. E é esse palco que cria as condições para que os muitos eixos de significado coexistam” (SATO, 2012, p. 95).

É exatamente a observação do modo como as práticas sociais expressam significados, valores e crenças contraditórios, conflitantes e relacionados a experiências sociais formadas em temporalidades distintas que possibilita perceber as formas de disputas por hegemonia na cultura vivida, como destaca Williams (1979). A Feira de Cachoeira é reconhecida aqui em relação ao contexto histórico contemporâneo de consolidação do capitalismo financeiro, em que há a expansão e aprimoramento das formas mais sofisticadas de vendas do varejo, por meio de hipermercados. Neste ambiente, a própria estrutura da feira livre tem se tornado

objeto de inúmeras pesquisas no âmbito das ciências humanas e sociais, em articulação com os estudos da ocupação de espaços urbanos, observada, por alguns pesquisadores como expressão do entrecruzamento das culturas camponesa e urbana e, como tal, capaz de deixar ver as disputas entre práticas do campesinato e da cultura industrial (DOURADO, 2012). Esta abordagem expõe a importância da dimensão da temporalidade como configuradora da feira livre, vinculando a organização dos espaços, relações e práticas sociais a um processo cultural dinâmico e constituído historicamente, em relação com o contexto de sua produção e transformação.

O presente artigo apresenta referências teóricas e conceituais que norteiam o trabalho e discute resultados parciais do projeto de pesquisa e extensão “Mapas Cotidianos do Recôncavo”, especialmente no que concerne aos parâmetros estabelecidos por Raymond Williams (1979) ao compreender a cultura como um modo integral de vida. O projeto tem como objetivo central analisar relações entre comunicação, comunidade, cultura, identidade, vínculos éticos e estéticos, com foco no desenvolvimento de ações de comunicação nas cidades de São Félix e Cachoeira, Bahia. Esta proposta sustenta-se no reconhecimento da importância de construir diálogo com as comunidades do Recôncavo, a partir da observação, do mapeamento e da análise daqueles valores, experiências e práticas sociais que expressam

o fortalecimento/apagamento da cultura local. Insere-se, nesse sentido, como uma problemática pertinente ao campo da Comunicação na medida em que se debruça sobre as mediações culturais que constituem os processos comunicativos cotidianos, suas possibilidades de resignificação e apropriação por parte dos sujeitos envolvidos nas práticas.

Essa perspectiva é tomada como fundamental para olhar as práticas cotidianas dos moradores do recôncavo baiano a partir do processo de construção dos sentidos de comunidade e hegemonia. Mediante a pesquisa etnográfica, a proposta é identificar valores, práticas e significados partilhados que expressam um processo de disputa e resistência, individual e/ou coletiva, frente aos modelos sociais hegemônicos, tradicionalmente abordados nas pesquisas da área de Comunicação. Nesse sentido, entende-se que o campo de pesquisas da Comunicação não se restringe especificamente a um objeto (a mídia), mas a um tipo de abordagem (GUIMARÃES & FRANÇA, 2007) em que as mediações que constituem os processos da vida social são devidamente tematizados.

Os relatos formulados pelos sujeitos são material empírico para a identificação e compreensão das condições em que se dá a negociação entre significados, valores e crenças nas relações sociais. Nestas, os indivíduos produzem sentidos hegemônicos, contrários ou ambíguos, reiterando ou tensionando os limites e pressões que dão

existência a uma estrutura social específica na qual estão inscritos – inclusive nas contradições com a experiência midiaticizada. Busca-se, aqui, registrar marcos teórico-metodológicos e o arcabouço conceitual empregado para realizar a investigação que combina pesquisa etnográfica com um tipo de análise cultural capaz de evidenciar as condições materiais da cultura como é vivida, com suas contradições e ambiguidades, sempre em relação com a constituição da hegemonia. Compreende-se, assim, que as práticas culturais são atravessadas por tensões que expõem o elevado grau de heterogeneidade presente em sua dupla dimensão, de memória e de cultura vivida, portanto, com um grau de abertura para a condição da experiência social em processo.

O trabalho de campo realizado aponta para a configuração de determinados sentidos na relação entre a forma de produção de uma feira livre, com características específicas, e valores instituídos como importantes para os atores sociais que atuam naquele espaço. Duas questões que aparecem com grande recorrência nas falas dos sujeitos que atuam na Feira serão condutoras da reflexão de cunho analítico aqui empreendida. São elas: 1) autonomia do sujeito/feirante a partir da desestabilização da reprodução do modelo hierárquico empregado/empregador como estrutura de dominação de classe, e 2) relação de familiaridade com a ocupação do espaço/lugar que traduz um sentido de memória e tradição como um valor significativo para a comunidade.

Estrutura de sentimento como hipótese cultural

A hipótese cultural de estrutura de sentimento foi proposta por Williams com o objetivo de identificar uma experiência social ainda em processo, a qual, portanto, sequer foi reconhecida como social. Ela seria vivida numa dimensão relativa ao privado ou idiossincrático, que pode revelar mutações e transformações em curso.

A estrutura de sentimento, segundo o autor, está relacionada às formações emergentes, o que implica reconhecer nos movimentos e tendências aqueles aspectos que dão lugar ao novo em contraposição ao hegemônico. Segundo Williams (1979), “as estruturas de sentimento podem ser definidas como experiências sociais em solução, distintas de outras formações semânticas sociais que foram precipitadas e existem de forma mais evidente e imediata” (p. 136).

O conceito, acionado como fio condutor da análise, auxilia a compreensão e a identificação do processo em que se dão disputas em torno do pensamento hegemônico, apontando a tensão entre a produção de sentidos e de práticas. A proposição do artigo é evidenciar o potencial do conceito na identificação de processos de resistência que, mesmo iniciais ou incipientes, atuam na dinâmica de esforços para a constituição de hegemonias alternativas. Toma-se a cultura, enquanto um modo integral de vida, como dimensão articuladora dos processos sociais e políticos, entre aspectos estruturais e aqueles mais pessoais e subjetivos

em que a experiência é vivida e adquire sentido, relacionado elementos exteriores e interiores.

Acionada como conceito metodológico, a noção de estrutura de sentimento é empregada para a realização de análise cultural, a partir dos relatos formulados pelos sujeitos acerca de questões que se instauram nas relações vinculadas ao cotidiano da feira. As falas colhidas são analisadas como produção de sentido que articula a experiência individual e particular àquela instância coletiva e social, expondo, ao mesmo tempo, pressões e limites do hegemônico e os horizontes de criação dos sujeitos, naquela condição histórica específica. “Não há criação de si (*poiesis*) fora de um modo de subjetivação (*assujettissement*) e, portanto, não há criação de si fora das normas que orquestram as formas possíveis que o sujeito deve assumir” (BUTLER, 2015, p. 29).

Reivindica-se, aqui, a importância da apropriação de Williams (1979), que conferiu caráter central ao conceito de Gramsci, de hegemonia, para identificar na cultura o embate, material e simbólico, que a disputa de sentidos encerra. “É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente” (WILLIAMS, 1979, p. 113). Essa compreensão é destacada como um valor definidor da teoria formulada pelo autor e organizadora dos elementos a serem iluminados na percepção do pesquisador, diante

da materialidade social. A razão para esse interesse era o objetivo de identificar aquelas manifestações que expressariam a emergência de uma perspectiva contrária à cultura dominante, antes mesmo de se constituírem como valores, práticas e sentidos, no modo como a experiência social ganha existência.

Na busca por uma análise histórica que considerasse não apenas as “hipóteses de época”, mas também as “relações dinâmicas internas de qualquer processo real” (WILLIAMS, 1979, p.125), o pesquisador identificou a atuação simultânea de temporalidades diversas, a partir do que chamou de elementos dominantes, residuais e emergentes, que exprimem aspectos dinâmicos, historicamente variados e variáveis, atuantes no sistema cultural, com características dominantes.

Nessa perspectiva, os elementos culturais dominantes são aqueles considerados hegemônicos em determinado contexto social; os elementos culturais residuais são aqueles que foram forjados num tempo histórico passado, mas continuam ativos de alguma forma no presente, são atualizados inclusive pelas práticas dominantes. Já os elementos emergentes não são apenas aqueles novos, no sentido da diferença ao que já está, a noção requer um caráter de processo cultural alternativo ou oposto àquele da cultura dominante.

O que importa, finalmente, no entendimento da cultura emergente, em distinção da cultura dominante e residual, é que ela não é nunca apenas uma questão de prática imediata. Na

verdade, depende crucialmente de descobrir novas formas ou adaptações da forma. Repeatedamente, o que temos que observar é, com efeito, uma emergência preliminar, atuante e pressionante, mas ainda não perfeitamente articulado, e não o aparecimento evidente que pode ser identificado com maior confiança. (WILLIAMS, 1979, p.129)

O artigo discute, então, possibilidades de reconhecimento de práticas culturais que acionem elementos emergentes e possam ser reconhecidas como formas de resistência ao instituído no contexto da Feira Livre de Cachoeira, no Recôncavo da Bahia. Como indica Itania Gomes (2011), ao interpretar a emergência da hipótese cultural da estrutura de sentimento em Raymond Williams, buscamos enxergar a articulação entre tradição e criatividade, exterioridade e interioridade, tão cara ao movimento empreendido pelo autor. “É essa relação entre valores e sentidos dominantes e valores e sentidos alternativos e oposicionais que pode nos ajudar a compreender o processo contínuo de renovação, tensionamento, conflito, resistência que caracteriza a hegemonia” (GOMES, 2011, p. 41).

Cultura vivida no cotidiano da Feira

A Feira de Cachoeira é compreendida como espaço que expressa o cotidiano, cuja importância é central à compreensão dos modos de produção e partilha de sentidos na cultura, considerada, nos termos de Williams (1979), como um ‘inteiro modo de vida’.

Deste modo, busca-se relacionar a noção de cultura à materialidade da vida social, com a observação dos sentidos conferidos às práticas sociais rotineiras, avaliadas em sua dimensão histórica. Nesta perspectiva, denominada pelo autor de convergência contemporânea, o conceito evidencia um movimento histórico que “encara a cultura como o sistema de significações mediante o qual necessariamente (se bem que entre outros meios) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” (WILLIAMS, 2011, p.13).

O destaque conferido ao conceito de cultura no âmbito das ciências sociais e humanas, e de maneira central nos trabalhos realizados nos estudos culturais, evidencia sua posição estratégica na sociedade em relação a questões complexas, reconhecendo-a como arena em que têm lugar disputas materiais, discursivas e simbólicas. Este acento é decorrente de profundas transformações registradas, de modo especial, ao longo do século XX, com a consolidação do capitalismo, que envolveu o crescimento e fortalecimento em escala planetária da indústria da comunicação e entretenimento, a ampliação da globalização, com desdobramentos sobre a difusão de produtos culturais, e a intensificação de movimentos migratórios.

Deste modo, as mudanças na cultura acontecem como parte de um processo intrincado, do diálogo que relaciona o ambiente global com alterações ocorridas na esfera da vida local e cotidiana e com a formação da identidade, da subjetividade e do

ator social. É no entrelaçamento dessas esferas, em que é produzida a articulação das dimensões do indivíduo e do social, que é possível perceber as tensões entre valores, significados e práticas sociais, fazendo emergir a dimensão simbólica e material do embate entre hegemonias dominantes e oposicionais ou alternativas. A cultura tem papel central na regulação social, da moralidade e da conduta social na sociedade moderna tardia e, por conta dessa posição, adquiriu importância central para questões de poder (HALL, 1997).

Nessa perspectiva, abordar a hegemonia como conceito articulador implica observar como poder e influência se concentram na dimensão da cultura, considerando que o espaço de atuação de homens e mulheres está delimitado por assimetrias que, numa sociedade de classes, estabelecem limites. Mas é importante perceber a dimensão material da hegemonia que não se restringe ao sistema de valores e crenças conscientes, já que inclui todo o processo social vivido, o modo como este é organizado por significados e valores específicos e dominantes. “Dizer que os ‘homens’ definem e modelam suas vidas só é verdade como abstração. Em toda sociedade concreta há desigualdades específicas nos meios e, portanto, na capacidade de realizar esse processo” (WILLIAMS, 1979, p. 111-112).

Compreender a hegemonia como processo exige perceber como valores, práticas e significados constituem uma ordem social efetiva que traduz resoluções políticas relativas a realidades

econômicas específicas. A ênfase na dimensão processual da hegemonia é fundamental, pois revela uma espécie de abertura que se dá na temporalidade social, já que implica uma contínua atualização, modificação e recriação da hegemonia dominante para lidar com pressões que se manifestam como resistência, contra-hegemonia ou hegemonia alternativa, uma vez que, embora dominante, nenhuma hegemonia é total ou exclusiva. A cultura vivida mostra como a hegemonia opera nas relações de domínio e subordinação como consciência prática, em toda a cultura, no âmbito da política e da economia, na ação social, nas identidades e relações vividas. “As pressões e limites do que se pode ver, em última análise, como sistema econômico, político e cultural, nos parecem pressões e limites de simples experiência e bom senso” (WILLIAMS, 1979, p.113).

Comunidade, práticas emergentes, residuais e hegemônicas

A comunidade cultural identificada para dar início ao processo de interação proposto pelo Projeto “Mapas Cotidianos do Recôncavo” foi a Feira Livre de Cachoeira, devido à sua importância simbólica e material tanto para a vida dos feirantes como para toda a cidade de Cachoeira e sua vizinhança. Reconhecemos esse ambiente como um espaço de saber, onde práticas culturais e diferentes formas de vida são exercitadas e compartilhadas todos os dias e, por isso, conformam um

espaço simbólico reconhecível, ainda que em permanente movimento e atualização.

(...) entendemos que a comunidade não é uma coisa só, ainda que claramente discernível – ela possui fronteiras móveis, uma vez que é atravessada por *espaços simbólicos intertextuais* (aqueles não definidos, mas que todos sabem existir no interior do próprio grupo e fora dele), num fluxo de entrada e saída, de permanência e partida. Dito de outro modo, a comunidade é um espaço e uma situação social, se não em alargamento, mas em permanente construção, um movimento não linear em torno de metáforas unificadoras. (AMARAL FILHO, 2008, p. 75)

O conceito ajuda a compreender parte das mudanças envolvidas na chamada revolução industrial, no século XVIII, com a migração do campo para a cidade, a intensa urbanização, as transformações dos modos de produção, o nascimento da classe trabalhadora, a modificação dos laços comunitários e a constituição da comunidade como sociedade. No entanto, como os sentidos originários de temporalidades diversas coexistem no contemporâneo, ressignificados, é possível observa-los em operação.

Há sempre o risco, contudo, de que a constituição das fronteiras definidoras de uma comunidade seja forjada a partir de um “outro enunciador” que não partilha dos sentidos em comum, o que, portanto, aprisiona, estigmatiza o grupo. Daí a nossa concordância com a proposta de Amaral Filho,

Quando falamos em comunidade, estamos nos referindo a um certo espaço de atuação, espaço que pode ser tanto físico quanto simbólico;

falamos de pertencimento, de elementos em comum que formam determinada comunidade. O problema é que toda denominação de comunidade é uma generalização e, por isso, também é um reducionismo. (AMARAL FILHO, 2008, p.76)

Tendo como ponto de partida essa perspectiva da Feira enquanto um espaço simbólico de compartilhamento de práticas, sentidos e significados, o trabalho de campo que dá origem a este artigo foi realizado por cinco alunas/pesquisadoras, vinculadas ao *Projeto Mapas Cotidianos do Recôncavo*, que realizaram saídas de campo, em duplas, com o objetivo de interagir, observar e registrar a cultura vivida na Feira³. As saídas de campo foram registradas em texto escrito e compartilhadas no grupo, assim como as fotografias tiradas por elas. O debate em torno da experiência gerou um conjunto significativo de problemas que está aqui sistematizado, de forma preliminar, nas duas questões inicialmente apresentadas, que funcionam, na nossa perspectiva, como modos de compreender práticas emergentes e oposicionais.

O trabalho de campo revelou seis sujeitos de diálogo, pessoas que se dispuseram a narrar suas formas de viver a/na Feira de Cachoeira⁴. São elas:

Maria, cachoeirana, que trabalha há um ano na feira; Judite, cachoeirana, com 35 anos de feira, desde os sete anos com a mãe; Sílvia, há 20 anos trabalhando na feira; João há mais de 10 anos trabalha na feira e faz alguns “bicos” de pedreiro e pintor; José, com 72 anos, está na feira há mais de cinquenta anos; e Joaquim, que está na feira há apenas um ano, depois que se aposentou. Embora a interação com eles tenha proporcionado uma gama de material transcrito e de anotações nos diários de campo, neste momento temos o objetivo de focar exclusivamente os aspectos emergentes e residuais das práticas cotidianas desses sujeitos, na articulação com seus processos diários de enfrentamento/aceitação de aspectos políticos, culturais e econômicos hegemônicos.

A partir do trabalho de campo fundamentado, principalmente, em uma escuta atenta, aparecem como prioritárias para análise duas questões que se destacam pela recorrência nas falas dos sujeitos de pesquisa: a primeira, que todos abordaram de algum modo com relevante destaque, é o trabalho na feira como uma possibilidade de autonomia frente a uma cultura de consumo que, em alguma medida, aliena o sujeito da vida cotidiana. A segunda questão, que tem recorrência menor, mas aparece como

3 Nossos agradecimentos às bolsistas de iniciação científica Juliana Leite e Ana Paula Santos e às estudantes vinculadas ao Programa de Iniciação à Extensão (PIBEX-UFRB): Thamires Almeida, Erika Muniz e Emanuele Macedo, do Centro de Artes, Humanidades e Letras da UFRB.

4 A fim de preservar a identidade das fontes, todos os nomes foram alterados, garantindo o sigilo das informações prestadas durante as derivas.

Figura 3



Foto: Juliana Leite

Figura 4



Foto: Thamires Almeida

aspecto muito relevante para o dia a dia e para a constituição de uma ideia de partilha comunitária que se estabelece na feira, é a relação familiar e de pertencimento a esse espaço simbólico. Curiosamente, esse aspecto pode ser interpretado como um resquício da dimensão de sociabilidade comum no campesinato e nas cidades do interior, nas quais os vínculos de consanguinidade são fundamentais para as práticas sociais. Os trechos destacados a seguir são exemplares para o debate sobre a primeira questão identificada:

Na verdade eu não trocaria, porque isso aqui é meu. Se eu quiser vir, eu venho, senão fico em casa. Não trocaria pra trabalhar pra ninguém. O pouco que eu ganho aqui é o suficiente, ninguém manda, ninguém desmanda. A mercadoria é minha, eu compro com meu dinheiro. (MARIA, 2015)

É uma luta, é uma batalha, mas é melhor está aqui do que está na cozinha do branco, passando miséria... Hoje teve uma aqui que veio fazer a feira da branca e me mostrou a lista de produtos com os valores do lado. Vê se pode, como é que já diz os preços se nem veio na feira ainda saber os valores da mercadoria? Isso é muita humilhação! Então é isso aqui a autonomia é minha. (JUDITE, 2015)

As duas falas explicitam a busca do trabalho na feira livre como lugar de autonomia, de tensionamento com a relação empregador/empregado tradicional. O que parece estar em disputa aqui é o valor, hegemonicamente partilhado na cultura capitalista, de que o trabalhador que tem um patrão e, portanto, que vende sua força de trabalho ao capital, está inserido numa lógica coerente e condizente com o capitalismo avançado, cumprindo seu papel social

e gozando de momentos de lazer, eventualmente. Na perspectiva dos próprios feirantes, por sua vez, a autonomia de estabelecer sua própria jornada de trabalho (ou eventualmente, faltar a ela) e os custos das mercadorias que estão vendendo aparecem como principais aspectos valorativos de um modo de vida que, em alguma medida, resiste ao instituído. O trecho a seguir, registrado no diário de campo de uma das alunas/pesquisadoras, também reforça a observação: “Há fortes semelhanças entre as pessoas com quem conseguimos conversar: todos adoram a feira, estão muito contentes com seu trabalho e não pretendem mudar de emprego, já que este lhes traz autonomia e flexibilidade nos horários” (ALMEIDA, 2015).

O conceito de autonomia, proposto para construir um sentido em comum entre as falas, é acionado para dar conta de uma prática de valorização da não submissão às hierarquias socialmente estabelecidas, estas que implicam práticas de dominância dos empregadores para com seus empregados. Propor uma atuação laboral alternativa, mesmo que em condições precárias e muito extenuantes – como aquelas encontradas pelos feirantes – parece funcionar como uma ação de resistência ao padrão hegemônico de inserção produtiva na sociedade. Sobre esse aspecto, consideramos interessante explorar os sentidos para “autonomia” e “flexibilidade de horários” que aparecem nas falas dos feirantes. Autonomia estaria relacionada somente à relação empregado/empregador? Como essa autonomia se expressa no

cotidiano da feira? E a flexibilidade de horários é, de fato, gozada pelos feirantes? Ou é apenas um horizonte da atividade que raramente se expressa no dia a dia? Essas práticas podem nos revelar, por exemplo, de quais maneiras os/as feirantes posicionam-se frente às condições impostas por um capitalismo avançado de consumo, por exemplo, e em quais níveis ocorrem seus processos de resistência e empoderamento.

Embora apareça apenas na fala de Judite, um aspecto que consideramos importante evidenciar é a necessidade de contraposição à “cozinha do branco”, expressão que faz referência a aspectos do passado escravocrata do Brasil, mas que são sistematicamente sentidos no cotidiano das populações pobres e negras. Há, aqui, uma espécie de superposição da categoria do empregador/patrão por uma instância marcadamente étnica que aponta para a compreensão da autonomia como uma dimensão de duplo enfrentamento, à verticalidade da relação capitalista mais comum entre patrão (oa) e empregado(a) e ao caráter de ‘humilhação’ do tratamento ‘da branca’. Isso nos permite interpretar que, embora pertencentes a uma tradição extinta no final do século XIX, aspectos culturais da escravidão são experienciados na submissão ao trabalho doméstico na cozinha e na própria determinação (pelo empregador) do valor que deverá ser pago pelas mercadorias na feira. Ou seja, essa ainda é uma experiência dominante pela qual os feirantes passam.

A segunda questão identificada como articuladora da análise é a tradição familiar que marca o sentimento e a produção simbólica do espaço da barraca – “o ponto” – que aparece como um importante valor para os feirantes. É com orgulho e com um certo sentido de “poder” que eles afirmam essa permanência. Como Silvia, por exemplo, que herdou o ponto da mãe e está nesse espaço há mais de 20 anos, enquanto o ponto que era da avó está com a tia. Ou Maria, que faz destaque, na sua fala, ao fato de que “herdou” o ponto da cunhada.

Essa produção do lugar gera um tipo de pertencimento com o local que fortalece a comunidade que ali se forma; cria um sentido de proteção que afasta os “outros”, aqueles que não possuem essa herança. Constitui-se uma espécie de território simbólico a partir do qual alguns são reconhecidos como originários/locais, da própria feira, e outros como externos a essa comunidade. Se, por um lado, isso fortalece os valores partilhados pelo grupo, por outro lado reforça um sentido de propriedade do espaço que também pode ser excessivamente excludente e reprodutor de marcas hegemônicas nas relações de poder.

Podemos pensar que a comunidade da feira, nessa prática valorativa específica, corre sério risco de fechar-se em si mesma e de não promover as emergências culturais de desestabilização do hegemônico. Daí surge um necessário questionamento acerca dos modos como essa comunidade lida com alteridade,

aspecto ainda a ser tematizado nessa pesquisa.

A própria questão da herança familiar, por exemplo, revela práticas culturais que são típicas do patrimonialismo pré-capitalista.

Ao mesmo tempo, essa intimidade gerada com a proximidade parental gera também problemas característicos desse âmbito, que se revelam à medida que a conversa se desenvolve. Mais adiante, Maria relata que há inveja entre os feirantes, o que dificultaria, segundo ela, o fortalecimento da categoria enquanto comerciantes e o estabelecimento de valores tabelados para as mercadorias.

Aqui na feira, existem muitas pessoas com “olho grande”. A gente compra uma mercadoria cara, pra vender a três reais, tem gente que coloca pra vender mais barato. Se todo mundo vendesse com preços tabelados, todo mundo iria lucrar, seria uma feira ótima. Mas tem muitas pessoas que querem quebrar outras. (MARIA, 2015)

Nesse sentido, a própria autonomia reivindicada como dimensão fundamental do trabalho na feira é, quando relacionada à autonomia para estabelecer os próprios preços (numa relação de livre concorrência, por exemplo), tomada como uma dimensão da lógica do sentimento de inveja (expressa metaforicamente pelo termo “olho grande”) e da tentativa de levar vantagem em cima de outras pessoas (considerando a expressão “quebrar outras”). Reivindica-se, desse modo, o preço da mercadoria tabelada, prática muito comum aos sindicatos de comerciantes,

por exemplo, que, numa tentativa de fazer frente às grandes empresas, estabelece padrões de preços para os produtos.

Observa-se o tensionamento quando a dimensão social da cultura capitalista, sustentada na competitividade em torno do lucro, adquire outros sentidos para os feirantes. Ao tempo em que lidam com disputas dentro do grupo social em relação à ocupação, permanência e renovação dos beneficiários dos espaços na feira, constituem também, de modo ambíguo, um apoio mútuo com a venda de produtos entre os próprios feirantes. Assim, garantem que aquele que poderia ser considerado concorrente possa atender e fidelizar o seu cliente, sem que isso seja visto como oportunidade para forjar uma disputa pelo lucro. Por meio do modo como dão sentido ao seu cotidiano, os sujeitos tensionam e disputam as hegemonias que estão consolidadas na própria estrutura da economia capitalista, questionando, por exemplo, o princípio do lucro como razão suficiente para a realização das escolhas relativas à sobrevivência.

Alguns apontamentos finais

O debate proposto funciona, neste momento, como um ponto de partida, um movimento de abertura a um conjunto de práticas culturais, que, de forma significativa, acionam os sentidos daqueles que vivem e convivem na cidade de Cachoeira, no Recôncavo Baiano. A esse conjunto reconhecemos como a comunidade cultural formada pelos

feirantes de Cachoeira, os quais nos apresentam um sentido de construção e pertencimento de um espaço simbólico que permite essa articulação comum em torno da Feira Livre, ainda que temporária e provisória.

O nosso modo de olhar está amparado por uma tradição de estudos que propõe ver a cultura como “modo integral de vida” e, por isso, como lugar de tensões e disputas em torno da existência e seus sentidos. Diante disso, as narrativas dos feirantes e suas práticas de interação se constituem como locus principal da observação que busca entender como se dão as ações de resistência ao instituído, aquelas que emergem com sentidos oposicionais, mas que estão também marcadas por reverberações do hegemônico.

Percebemos, preliminarmente, que essas práticas culturais observadas emergem tanto com potência contra-hegemônica quanto com características de reprodução dos valores culturais dominantes. Ou seja, há uma forte ambiguidade nas experiências descritas pelos feirantes. Em parte, essa era uma característica já esperada, uma vez que o próprio Raymond Williams chama atenção para a natureza lenta e gradual das mudanças que ocorrem na esfera cultural. No entanto, é necessário maior aprofundamento de mensuração nos vetores de força que indiquem a predominância do emergente ou do dominante nessas experiências.

A indicação inicial desse tensionamento, mapeado empiricamente e objeto dessa reflexão,

evidencia as fissuras do cotidiano como uma arena de intensas disputas culturais. A observação da cultura, seguindo a inspiração de Raymond Williams (1979), implica considerar os aspectos que são, ao mesmo tempo, materiais e simbólicos em torno da hegemonia, como parte da ativação de forças sociais e culturais para a construção de poder e influência. Deste modo, a investigação das tensões da hegemonia exigiu perceber como os sujeitos deram sentido às suas práticas e expectativas sobre a totalidade da vida, incluindo como sentem o cotidiano, como concentram suas energias criativas, como se veem e como veem o mundo. Reconhecidos socialmente como membros das classes populares, os indivíduos assumiram o embate em torno da produção de sentido de suas escolhas laborais ao reivindicar a noção de autonomia, ainda que tenham expressado a apropriação de valores da cultura capitalista neoliberal que combatem, como resíduos de estratégias de dominação empregadas para garantia do lucro nas trocas comerciais.

A materialidade social é considerada como ambiente marcado por assimetrias diversas que foram historicamente constituídas e são continuamente atualizadas na experiência social. É o que Hall (2003) chama da dialética luta cultural, com “linhas complexas da resistência e da aceitação, da recusa e da capitulação que transformam o campo da cultura em uma espécie de campo de batalha permanente, onde não se obtêm vitórias definitivas, mas onde há sempre

posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas” (p. 255).

Apontadas aqui como estruturas de sentimento que articulam a dimensão social da experiência individual, as manifestações de disputas em torno da autonomia como um valor frente às condições oferecidas pelo empregador (a)/patrão (oa) apontam para a intensidade do embate cultural entre o/a trabalhador(a) e a instituição capitalista, dependente de sua força criativa. “É um tipo de sentimento e pensamento que é realmente social e material, mas em fases embrionárias, antes de se tornar uma troca plenamente articulada e definida” (WILLIAMS, 1979, p. 133). Pensamentos, sentimentos e afetos foram coletados e observados como parte de uma experiência social ambígua que, longe da aparência de sociedade assentada em partilhas pacíficas, exprimem o caráter vigoroso da tensão social, política, econômica, cultural e afetiva subjacente.

Referências

- ALMEIDA, Thamires. **Diário de Campo**: derivas sobre a Feira Livre de Cachoeira. 2015 (mimeo).
- AMARAL FILHO, Nemézio. As perigosas fronteiras da “comunidade”: um desafio à Comunicação Comunitária. In: PAIVA, Raquel e SANTOS, Cristiano Henrique. **Comunidade e Contra-Hegemonia**: rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad X; FAPERJ, 2008.
- ARAÚJO, Ubiratan Castro de. **A Guerra da Bahia**. Salvador: CEAO, 2001.

BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo** – crítica à violência ética. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

DOURADO, José Aparecido L. Feiras Livres e reprodução camponesa: interfaces da relação campo-cidade. In: **Anais XXIII Encontro Nacional de Geografia Agrária**, Uberlândia: 2012.

GOMES, Itania. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In: _____; JANOTTI JÚNIOR, Jeder (org). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 29-48.

GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. **Educação & Realidade**, 1997, v. 22, nº 2, p. 15-46.

_____. Notas sobre a desconstrução do 'Popular' (Trad. Adelaine La Guardia Resende) in SOVIK, Liv (Org.) **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**, Belo Horizonte, Editora UFMG; Brasília, Representação da Unesco no Brasil: 2003, 247-264.

JUDITE. **Entrevista. [maio 2015]. Entrevistadora: Erika Muniz**. Cachoeira, 2015. Arquivo mp3. A integral da entrevista encontra-se armazenada em arquivos do Projeto Mapas Cotidianos do Recôncavo.

MARIA. **Entrevista. [março 2015]. Entrevistadora: Juliana Leite**. Cachoeira, 2015. Arquivo mp3. A integral da entrevista encontra-se armazenada em arquivos do Projeto Mapas Cotidianos do Recôncavo.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações - Comunicação, Cultura e Hegemonia**, 4ª, Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2006.

SATO, Leny; SOUZA, Marilene. Contribuindo para desvelar a complexidade do cotidiano através da pesquisa etnográfica em psicologia. **Psicologia USP**, 2001, Vol. 12, No.2, 29-47.

SATO, Leny. **Feira Livre - Organização, Trabalho e Sociabilidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

TRAVANCAS, Isabel. A Etnografia no campo da comunicação de massa. **Rev. Humanidades**, Fortaleza, v. 26, n. 1, p. 125-142, jan./jun. 2011.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

_____. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

Daily maps of the Free Market of Cachoeira-BA: culture, hegemony and structure of feeling

Abstract

The article analyzes the discourses employed by marketers in the constitution of meanings for the Cachoeira Free Fair, take as references parameters on culture as an integral way of life. From an exploratory effort of ethnographic research articulated to cultural analysis, shared values, practices and meanings that express a process of dispute and resistance, individual and/or collective, against hegemonic social models are identified. The research is supported by the cultural hypothesis of feeling structure.

Keywords

Feeling Structure. Cultural Analysis. Hegemony.

Mapas cotidianos de la Feria Libre de Cachoeira-BA: cultura, hegemonía y estructura de sentimiento

Resumen

El artículo analiza discursos empleados por feirantes en la constitución de significados para la Feria Libre de Cachoeira-BA, a partir de parámetros sobre cultura como un modo integral de vida. A partir de un esfuerzo exploratorio de investigación etnográfica articulado el análisis cultural, se identifican valores compartidos, prácticas y significados que expresan un proceso de disputa y resistencia, individual y/o colectiva, frente a modelos sociales hegemónicos. La investigación está amparada en la hipótesis cultural de estructura de sentimiento.

Palabras-clave

Estrutura de Sentimiento. Análisis Cultural. Hegemonía.

ID 1435

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compos, Brasília, v.21, n.3, set/dez. 2018.



Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

E-COMPÓS | www.e-compos.org.br | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

Brasília, v.21, n.3, set/dez. 2018.

A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.

Indexada por Latindex | www.latindex.unam.mx

CONSELHO EDITORIAL

Ada Cristina Machado Silveira, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
Aida Cristina Silva da Costa, Universidade Federal do Pará, Brasil
Alfredo Luiz Paes de Oliveira Suppia, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Ana Regina Barros Rego Leal, Universidade Federal do Piauí, Brasil
André Luiz Martins Lemos, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Angela Cristina Salgueiro Marques, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Ângela Freire Prysthon, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
Anna Cristina Perterra, Western Sidney University, Austrália
Antonio Carlos Hohlfeldt, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Arthur Ituassu, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Bruno Campanella, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Bushra Hameedur Rahman, University of the Punjab, Paquistão, Paquistão
Cárlida Emerim, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
Carlos Del Valle Rojas, Universidad de La Frontera, Chile
Carlos Eduardo Franciscato, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Cláudio Novaes Pinto Coelho, Faculdade Cásper Líbero, Brasil
Danilo Rothberg, Universidade Estadual Paulista, Brasil
Denise Tavares, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Diógenes Lycaríão, Universidade Federal do Ceará, Brasil
Dóris Martínez Vizcarrondo, Universidad de Puerto Rico Mayagüez, Porto Rico
Eduardo Vicente, Universidade de São Paulo, Brasil
Eliza Bachega Casadei, Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP, Brasil
Elvira Gomes dos Reis Freitas, Universidade de Cabo Verde, Cabo Verde
Eneus Trindade, Universidade de São Paulo, Brasil
Erick Felinto de Oliveira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Erick Torrico, Universidad Andina Simón Bolívar, Bolívia, Bolívia
Eryl Vieira Júnior, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil
Fabio La Rocca, Université Paul-Valéry Montpellier 3, França
Fernando Firmino da Silva, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Francisco de Assis, FIAM-FAAM Centro Universitário, Brasil
Francisco Elinaldo Teixeira, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior, Universidade Federal do Tocantins, Brasil
Francisco Sierra Caballero, CIESPAL, Equador
Frederico de Mello Brandão Tavares, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Gabriela Reinaldo, Universidade Federal do Ceará, Brasil
Germán Rey Beltrán, Universidad Nacional de Colombia, Colômbia
Gilson Vieira Monteiro, Universidade Federal do Sul da Bahia, Brasil
Gustavo Daudt Fischer, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Gustavo Hernández Díaz, Universidad Central de Venezuela, Venezuela
Heidi Figueroa Sarriera, Universidad de Puerto Rico, Porto Rico
Ignacio Aguaded, Universidad Huelva, Espanha
Inesita Soares de Araújo, FIOCRUZ, Brasil
Itania Maria Mota Gomes, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Jiani Adriana Bonin, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
João Carlos Ferreira Correia, Universidade da Beira Interior, Portugal
Jonathan Cohen, University of Haifa, Israel
José Afonso da Silva Junior, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
José Luiz Aidar Prado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil
Josette Maria Monzani, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
Juçara Gorski Brittes, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Julián Durazo Hermann, Université du Québec à Montreal, Canadá
Juliana Freire Gutmann, Universidade Federal da Bahia, Brasil

Karla Yolanda Covarrubias, Universidad de Colima, México
Laura Loguercio Cânepa, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
Leonel Azevedo de Aguiar, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Leticia Cantarela Matheus, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Ling Chen, Hong Kong Baptist University, China
Luciana Coutinho Souza, Universidade de Sorocaba, Brasil
Marcel Vieira Barreto Silva, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Marcia Tondato, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil
Márcio Souza Gonçalves, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Maria Ataíde Malcher, Universidade Federal do Pará, Brasil
Maria das Graças Pinto Coelho, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
Maria Elena Hernández Ramirez, Universidad de Guadalajara, México
Maria Elisabete Antonioli, Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP, Brasil
Maria Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Peru
Mariaiva Carlos Barbosa, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Marina Poggi, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
Marli Santos, Faculdade Cásper Líbero, Brasil
Mateus Yuri Passos, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil
Mauricio Mario Monteiro, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil, Brasil
Mayka Castellano, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Mirta Varela, Universidad de Buenos Aires, Argentina
Mozahir Salomão Bruck, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil
Neyla Graciela Pardo Abril, Universidad Nacional de Colombia, Colômbia
Nisia Martins Rosario, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
Olga Guedes Bailey, Nottingham Trent University, Reino Unido
Paolo Demuru, Universidade Paulista, Brasil
Paolo Peverini, LUISS, Itália
Paško Bilić, Institute for Development and International Relations, Croácia
Paula Melani Rocha, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil
Potiguara Mendes Silveira Jr, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
Rafael Cardoso Sampaio, Universidade Federal do Paraná, Brasil
Rafael Tassi Teixeira, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil
Regiane Lucas de Oliveira Garcêz, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Regiane Regina Ribeiro, Universidade Federal do Paraná, Brasil
Renata Pitombo Cidreira, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil
Renato Essenfelder, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil
Roberto Elísio dos Santos, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil
Robson Borges Dias, Universidade Católica de Brasília (UCB), Brasil
Rodolfo Rorato Londero, Universidade Estadual de Londrina, Brasil
Rosario Sanchéz Vilela, Universidad Católica del Uruguay, Uruguai
Roseli Figaro, Universidade de São Paulo, Brasil
Saima Saeed, Jamia Millia Islamia, Índia
Sara Brandellero, Leyden University, Holanda
Simone Maria Andrade Pereira de Sá, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Sônia Caldas Pessoa, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Sun Sun Lim, Singapore University of Technology and Design, Singapura
Tatiana Oliveira Siciliano, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Thais de Mendonça Jorge, Universidade de Brasília, Brasil
Valquíria Michela John, Universidade Federal do Paraná, Brasil
Vicky Mayer, Tulane University, Estados Unidos da América do Norte
Yamile Haber Guerra, Universidad de Oriente, Cuba

CONSELHO CIENTÍFICO

Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil | **Eduardo Antonio de Jesus**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil | **Eduardo Morettin**, Universidade de São Paulo, Brasil | **Irene de Araújo Machado**, Universidade de São Paulo, Brasil

COMISSÃO EDITORIAL

Igor Pinto Sacramento, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil | **Kelly Cristina de Souza Prudencio**, Universidade Federal do Paraná, Brasil | **Miriam de Souza Rossini**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

EDITORES ASSOCIADOS

Rafael Grohmann, Faculdade Cásper Líbero, Brasil | **Thaiane Moreira de Oliveira**, Universidade Federal Fluminense, Brasil

CONSULTORES AD HOC

Ada Machado, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil | **Ana Carolina Escosteguy**, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil | **Andrea França**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil | **Ariane Holzbach**, Universidade Federal Fluminense, Brasil | **Benjamim Picado**, Birkbeck College, Inglaterra | **Bruno Souza Leal**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil | **Eduardo Morettin**, Universidade de São Paulo, Brasil | **Felipe Trotta**, Universidade Federal Fluminense, Brasil | **Francisco Rüdiger**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil | **Gislene da Silva**, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil | **Inês Vitorino**, Universidade Federal do Ceará, Brasil | **Isaltina Gomes**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil | **Jairo Ferreira**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil | **Karina Janz**, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil | **Kati Caetano**, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil | **Lilian França**, Universidade Federal do Sergipe, Brasil | **Liziane Guazina**, Universidade de Brasília, Brasil | **Márcio de Vasconcellos Serelle**, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil | **Marta Maia**, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil | **Maurício de Bragança**, Universidade Federal Fluminense, Brasil | **Nina Velasco e Cruz**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil | **Norval Baitello Jr.**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil | **Pedro Guimarães**, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil | **Priscilla Perazzo**, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil | **Sofia Zanforlin**, International Association of Media and Communication Research, Estados Unidos | **Talitha Ferraz**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil | **Tattiana Teixeira**, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil | **Victa de Carvalho Pereira da Silva**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

EQUIPE DE EDITORAÇÃO

ASSISTENTE EDITORIAL **Marcio Telles** | REVISÃO DE TEXTOS **Fátima Áli** | EDITORAÇÃO ELETRÔNICA **Roka Estúdio**

COMPÓS | www.compos.org.br

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

Marco Roxo

Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFF
marcos-roxo@uol.com.br

Vice-Presidente

Isaltina Gomes

Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFPE
isaltina@gmail.com

Secretária-Geral

Gisela Castro

Programa de Pós-Graduação em Comunicação
e Práticas de Consumo – ESPM
castro.gisela@gmail.com

CONTATO | revistaecompos@gmail.com