

Comunicação banal e cotidiano em um mercado de Belém

MARINA RAMOS NEVES DE CASTRO

Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil

FÁBIO FONSECA DE CASTRO

Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil

ID 2504

Recebido em

16/05/2021

Aceito em

19/01/2022

Este artigo descreve uma pesquisa etnográfica realizada na feira do Guamá, em Belém (PA), durante os anos de 2011 a 2018. Objetivou-se compreender os processos comunicacionais e culturais presentes nas interações sociais desta feira, assim procurou-se descrever as tipificações que conformam a intersubjetividade dos sujeitos sociais que a frequentam. Nesse percurso, descreve-se e discute-se essas tipificações como a forma social de uma *quotidianidade banal* e procura-se pensar nessas tipificações por meio da noção heideggeriana de *falatório (Gerede)*, entendida enquanto processo comunicacional-cultural afeito à banalidade da vida quotidiana.

Palavras-chave: Intersubjetividade. Tipificação. Quotidiano. Falatório. Feira.

Banal and Everyday Communication at a Fair in Belém

This article describes an ethnographic research carried out at the Guamá fair, in Belém (PA), during the years 2011 to 2018. The objective was to understand the communicational and cultural processes present in the social interactions of this fair, thus trying to describe the typifications that make up the intersubjectivity of the social subjects who attend it. In this way, these typifications are described and discussed as the social form of a banal everyday life and an attempt is made to think about these typifications through the Heideggerian notion of chatter (*Gerede*), understood as a communicational-cultural process affected by the banality of everyday life.

Keywords: Intersubjectivity. Typification. Daily life. Chatter. Fair.

Comunicación banal y cotidiana en una feria de Belém

Este artículo describe una investigación etnográfica realizada en la feria de Guamá, en Belém (PA), durante los años 2011 a 2018. El objetivo fue comprender los procesos comunicacionales y culturales presentes en las interacciones sociales de esta feria, intentamos describir las tipificaciones que configuran la intersubjetividad de los sujetos sociales que la asisten. De esta manera, se describen y discuten estas tipificaciones como la forma social de una cotidianidad banal y se intenta pensar estas tipificaciones a través de la noción heideggeriana de habladoría (*Gerede*), entendida como un proceso comunicacional-cultural afecto por la banalidad de la vida cotidiana.

Palabras clave: Intersubjetividad. Tipificación. Vida cotidiana. Charlatorio. Feria.

Marina Ramos **NEVES DE CASTRO**

Doutora em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Pará (UFPA) (2018). Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e *Amazônia* e da Faculdade de Comunicação da mesma instituição. Líder do grupo de pesquisa Socialidades, Intersubjetividades e Sensibilidades Amazônicas (SISA), na mesma universidade.

Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil.

E-mail: mrndecastro@gmail.com

ORCID



Fábio Fonseca **DE CASTRO**

Doutor em Sociologia pela Universidade de Paris V (Sorbonne-Descartes) (2004), com pós-doutorado em Etnometodologia pela Universidade de Montréal. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, da Universidade Federal do Pará (UFPA) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e *Amazônia* da mesma instituição.

Universidade Federal do Pará, Belém, Pará, Brasil.

E-mail: fabiofc@ufpa.br

ORCID



Introdução

A experiência de estar num mercado, ou especificamente numa feira, é, provavelmente, uma experiência comum, de alguma forma sabida por todos, independentemente de peculiaridades locais ou históricas que, não obstante, se fazem presentes em qualquer mercado. Esta experiência envolve um conjunto de sensações auditivas, olfativas, gustativas e táteis, bem como práticas comunicacionais e culturais que, em seu conjunto, conformam uma dada experiência social intersubjetiva. Neste artigo, procuramos refletir sobre a maneira como essa intersubjetividade se produz, percebendo o conjunto das práticas comunicacionais e culturais presentes em uma feira da cidade de Belém, no Pará, em suas *tipificações* (SCHUTZ, 1967) e enquanto experiência de uma *quotidianidade banal* (HEIDEGGER, 1976; 1985; 1992) que se conforma como socialidade (SIMMEL, 1999; 2006).

A discussão presente em Castro (2013) de que o conceito heideggeriano de *Gerede – falatório*, falar banal, repetição, iteração – constitui a experiência comunicativa mais comum do *Dasein*¹ na sua vida cotidiana nos permite explorar a maneira como esse fenômeno se produz na materialidade da vida social. Com essa perspectiva, procuramos apoiar nossa compreensão do *Dasein* na observação de práticas comunicacionais quotidianas realizadas por meio de observações etnográficas, identificando as formas tomadas pelo fenômeno do *Gerede*, ou do *falatório*, e interpretando-as como práticas comunicacionais – perspectiva que nos levou a empreender, no âmbito de nosso grupo de pesquisa, etnografias fenomenológicas, ou seja, observações participantes com forte acento da sociologia fenomenológica² e da fenomenologia hermenêutica,³ muitas vezes apoiadas por etnométodos,⁴ procurando observar a maneira como os indivíduos produzem socialidades⁵ e partilham formas sociais⁶ através da partilha e da ressignificação de conteúdos.

1 *Dasein*, literalmente *ser-aí*, é o neologismo utilizado por Heidegger para falar do homem em sua dimensão existencial, ou seja, no ato de se perceber estando presente no mundo sem ter nenhuma certeza ou precisão sobre o que significa estar no mundo. O *Dasein* somos todos nós, portanto, em nossa dimensão existencial, quando nos percebemos estando presentes numa totalidade que, à força de tentar dominar, explicar ou tranquilizar, podemos chamar de mundo, de vida, de sociedade, de identidade etc.

2 O referencial fundador da sociologia fenomenológica é a obra de Alfred Schutz (1967). Partindo de uma convergência entre o pensamento de Edmund Husserl e o de Max Weber, Schutz procura estabelecer um referencial metodológico com o qual possa realizar investigações fenomenológicas de fenômenos sociais. Para uma sistematização do pensamento de Schutz ver Fonseca de Castro (2013).

3 Compreenda-se, por fenomenologias hermenêuticas, as estratégias fenomenológicas inspiradas pela ruptura provocada pelo pensamento de Heidegger sobre a fenomenologia de Husserl. Coetâneas à sociologia fenomenológica de Alfred Schutz (1967), essas estratégias fenomenológicas procuram superar a dicotomia sujeito/mente (o *ipseísmo* cartesiano), ainda presente em Husserl, e resultam na noção de intersubjetividade.

4 Etnométodos são os métodos que as pessoas utilizam para compreender a vida quotidiana na qual estão inseridas. O termo foi introduzido por Harold Garfinkel no contexto da perspectiva microsociologia presente na Escola de Chicago. Profundamente influenciado pela obra de Talcott Parsons (1937), fundador dessa escola, mas também pela sociologia fenomenológica da Schutz (1967), Garfinkel (1967) propôs a etnometodologia como estratégia de compreensão dos processos sociais a partir da perspectiva dos próprios agentes sociais em sua vida quotidiana.

5 Utilizamos a noção simmeliana de socialidades (SIMMEL, 1999; 2006) preferencialmente à de sociabilidades, comum em certa sociologia da cultura, por entender que, dessa maneira, expressamos melhor nossa percepção dos fenômenos comunicacionais, na medida em que, como coloca esse pensador, a socialidade constitui a essência mesma do fato social, o processo comunicacional de produção do vínculo. Isso nos faz perceber a sociabilidade, por sua vez, como a manifestação desse vínculo enquanto, no universo conceitual de Simmel, a forma tomada pelo fenômeno mais amplo da socialidade, em um determinado contexto ou conteúdo social.

6 Noção fundamental da sociologia de Simmel, a forma social pode ser pensada como o mecanismo, conformado por ações, práticas e ideias, que engendra a unicidade na vida social: aquilo liga as coisas, mesmo as coisas mais opostas, engendrando coesões e, assim, práticas de *estar-junto*, de socialidade. De acordo com Maffesoli (1995), é aquilo que dá sentido à vida.

Metodologia

Neste trabalho, seguimos essas perspectivas metodológicas para discutir a forma que o *falatório* toma numa feira da cidade de Belém, no Pará. Por meio de uma observação participante dividida em dois períodos – um com nove meses de duração, ocorrido entre os anos de 2011 e 2012, e outro com seis meses de duração, ocorrido em 2015 –, procuramos perceber como os conteúdos do mundo coletivamente experienciado contribuem para a produção de interações e socialidades entre os diferentes públicos presentes no espaço da feira e em seus arredores.

A feira observada foi a Feira do Guamá, localizada no bairro homônimo. O Guamá é um bairro populoso, densamente povoado e tido, em Belém, como um espaço popular tradicional da cidade, sendo associado a manifestações tradicionais da cultura local como os cordões de pássaros⁷ e as quadrilhas juninas. Essa feira é o espaço central da vida do bairro. Ela se constituiu como ponto de referência para a sua ocupação e para a sua configuração urbana. No início do século XX, fora o ponto final de uma linha de bondes, o que permitia a ligação de Belém com esse então subúrbio, habitado principalmente por populações ribeirinhas, migrantes do restante do estado. Nela, há dois mercados cobertos e uma vasta extensão de espaços informais de venda. O primeiro desses espaços cobertos constitui uma estrutura em alvenaria, construída na década de 1930, que no passado constituiu o mercado propriamente dito e que hoje, servindo principalmente para a venda de farinha, é chamado de Mercado Velho, ou Mercado da Farinha.

O segundo constitui um espaço amplo, capaz de abrigar 388 boxes de feirantes, construído nos anos 1970 e reformado em 2010-2012. Neste espaço, encontram-se todos os tipos de alimentos, dos hortifrutigranjeiros aos enlatados e plásticos, passando pelos setores de ervas, peixes, carnes brancas e vermelhas, alimentação, relojoaria, etc... Os arredores desses mercados abrigam uma profícua economia, formal e informal, centrada na ação de ambulantes, camelôs e lojas as mais diversas, entre as quais farmácias, supermercado, lojas de material de construção e de confecção. Esse conjunto estende-se por uma área com cerca de oitocentos metros de comprimento que percorre duas avenidas – a José Bonifácio, a Barão de Igarapé-Miry e a tradicional passagem Muçajá.

O objeto de nossa observação foi, como referimos, o *falatório*, dimensão ontológica da existência discutida por Heidegger (1976; 1993) como um estar-no-mundo inautêntico, ou inapropriado (*eigentlich*), o qual procuramos compreender como fenômeno comunicacional e cultural associado à vida cotidiana e por meio do qual se produz as interações sociais. Os fundamentos dessa reflexão estão no conceito heideggeriano de inautenticidade do *Dasein*.⁸ A condição inautêntica é produzida quando o indivíduo perde de vista seus existenciários – ou seja, seus instrumentos de reflexão que são o falar, a compreensão e a facticidade, por meio dos quais ele indaga sobre sua existência e produz a condição da autenticidade –, imergindo, assim, na quotidianidade, ou melhor, nesse estado de dispersão no mundo que, segundo Heidegger, caracteriza a vida cotidiana.

No cotidiano, por meio dessa dispersão, o indivíduo é dominado pela sensação analgésica de pertencimento ao grupo, a uma dada identidade, a um mundo. Trata-se de um mundo de proteção repleto de sínteses e certezas. Nele, caminha-se em direção à explicação, ao consenso, à simplificação e, por essa via, a uma espécie de ideal de plenitude que, embora pleno de ambiguidade e equívoco, apazigua as tensões e as dúvidas naturalmente colocadas no bojo de toda questão ontológica e, particularmente, da ontologia

⁷ Também conhecido como ópera cabocla, os cordões de pássaro são manifestações culturais realizadas durante a quadra junina de Belém. São uma mistura de teatro, música e dança encenados por grupos organizados, muitas vezes com décadas de existência. Para maior aprofundamento sobre o tema, ver Charone (2009).

⁸ Deve-se compreender por *Dasein* o indivíduo, a pessoa quando pensada em sua dimensão existencial, ou seja, como indivíduo confrontado à própria existência. O conceito, evidentemente complexo, pode, aqui, ser sintetizado como a condição reflexiva de um indivíduo incerto de sua condição de sujeito, de “ser humano”, de “pessoa” etc.

existencial. Dá-se aí o fechamento, o distanciamento do *Dasein* em relação à questão sobre o ser. Plenos de certezas, os existenciários se convertem em formas inautênticas: a palavra, o discurso, o falar, se tornam *fatalório*; o compreender se torna mera *curiosidade*; o autêntico, torna-se *inautêntico*.

O *Dasein*, esse indivíduo reflexivo de sua existência, se torna, na sua passagem para o inautêntico, apenas “uma pessoa”, se torna “gente”, se torna “igual” e, assim, se protege do sentimento de provisoriade e de abandono de si mesmo que caracteriza a questão sobre a existência e, portanto, o estado da autenticidade. Ao adentrar no cotidiano, o *Dasein* se protege, sobretudo, da incômoda vertigem de *ser-para-a-morte* que o esmaga e o torna sem razão de ser. Lembremos que o universo da autenticidade corresponde a essa projeção para fora de si-mesmo – *ek-sistenz*, *ex-sistência* – e que, como diz Pasqua (1993, p. 79, tradução nossa), “é uma expulsão por meio da qual o *Dasein* se encontra sem lar”.⁹ A dispersão no mundo do cotidiano é, por isso mesmo, a condição para o reencontro de um conforto que, apesar de ilusório, abriga o *Dasein* na inconveniência de *ex-sistir*, de projetar-se para fora de si mesmo.

E a forma privilegiada dessa dispersão no cotidiano é o *fatalório*,¹⁰ caracterizado por Heidegger (1993, p. 170) como um “desenraizamento existencial”, processo que se tornou dominante com a modernidade e seus aparatos técnicos e que podemos associar às experiências socioculturais da *midiatização* e, eventualmente, a várias formas de mediação presentes em nossa contemporaneidade. Com efeito, quando pensamos nas formas culturais contemporâneas, parece estar presente nelas, em geral, o caráter de estrangeiridade (*Unheimlichkeit*) do *Dasein* que Heidegger observa na contemporaneidade. A crítica de Heidegger à tecnologia tem, em seu centro, essa perspectiva: longe de ser um mal em si mesma, a tecnologia converte-se, no entanto, na prática cultural que dela se utiliza, num instrumento desse “desenraizamento existencial”.

É evidente que o pensamento de um autor complexo e profícuo como Heidegger permite diversas interpretações, não raramente contraditórias. Sem nenhuma pretensão de termos, aqui, a palavra mais clara a respeito do *fatalório* e do inautêntico, observamos, a partir de Meschonnic (1990, p. 190), que a associação entre o *fatalório* (*Gerede*) e o inautêntico (*uneigentlichkeit*) decorre da leitura fenomenológica que Husserl fez, no seu curso de 1905 sobre a questão do tempo, da distinção de Brentano entre *eigentlich*, experiência “intuitiva e adequada”, e *uneigentlich*, “o simbólico”, aquilo que é mediado por signos. Tendo acompanhado esse curso, Heidegger adotou a redução operada por Husserl para discutir a atenção dada pelo *Dasein* à sua própria existência.

O *uneigentlich*, inautêntico, passou a indicar o estatuto de degradação na compreensão, e assim, para Heidegger (1976, p. 168), o *fatalório* se tornou, em primeiro lugar, um compreender precário e medíocre (*durchschnittlichen Verkehens*) e, também, uma ausência de fundamento (*Bodenlosigkeit*) e um estado de fechamento a todo aprofundamento reflexivo (*Verschliessen*) (HEIDEGGER, 1976, p. 169-170). O *fatalório* é o conhecimento banal, o disse-me-disse, a insinuação precária, a repetição, a jocosidade, a piada, o reflexo de coisas ditas anteriormente e ainda presentes na vida cotidiana. Deve-se notar que *Gerede*, o termo do alemão que Heidegger utiliza e que traduzimos por *fatalório*, surge de *Rede*, discurso, e que o prefixo alemão *ge* sugere enfraquecimento, dispersão, decomposição.

Porém, também é preciso notar que o *fatalório* não é um conhecimento sem razão de ser e nem é, digamos assim, inútil. Ao contrário, a sua superficialidade permite, justamente, a intensificação das relações sociais, a ampliação das possibilidades de troca, a solidariedade, o afeto, a produção do *estar-junto*. Este pensamento não está *distante* da discussão de Granovetter (1983) sobre a maneira como o tecido comuni-

⁹ No original: “[...] est une expulsion par laquelle le *Dasein* se retrouve sans abri”.

¹⁰ É importante não confundir quotidianidade com inautenticidade, como, talvez, uma leitura mais superficial do pensamento de Heidegger possa fazer crer. São conceitos diferentes, que se confundem pelo fato de que, como diz o próprio Heidegger (1989, p. 113), ainda que na maioria das vezes, no cotidiano, nós não sejamos nós mesmos, nada impede, ontologicamente, que o sejamos. Com efeito, Heidegger insiste, em vários momentos de sua obra, na “riqueza ontológica” da vida cotidiana (cf. HEIDEGGER, 1985, p. 43; 117; 1992, p. 137-138).

cativo tende a se disseminar com maiores velocidade e intensidade em sociedades nas quais os laços sociais são menos tradicionais – e, portanto, menos densos e sujeitos a controles morais e éticos. Como Heidegger coloca, é através do *fatalório*, nele próprio e contra ele próprio, “que se completa toda verdadeira comunicação, compreensão, interpretação, redescoberta e renovação” (HEIDEGGER, 1976, p. 169).¹¹ Exatamente por essa razão é que Greish (1994) afirma que o *fatalório* nos dita certas formas de compreensão e nos esconde outras.

Quando nos dispomos a indagar o que é o *fatalório* numa feira, estamos indagando sobre a comunicação em sua dimensão cotidiana e sobre os tecidos sociais que se produzem intersubjetivamente, em uma dimensão ontológica, existencial de um grupo de indivíduos, de um conjunto de pessoas que se associam – que estão-conjuntamente-no-mundo – umas às outras, em torno de práticas quotidianas relacionadas a sua vida profissional, pessoal, familiar e que, assim, transcendem a si próprias, que se lançam no mundo da vida quando o indivíduo é tomado por sensações analgésicas de pertencimento ao meio.

A partir dessas reflexões, perguntamo-nos: o que é, na feira, o *fatalório*? Como ele se materializa, nesse espaço, em termos de socialidade e de processos comunicacionais? Como, nessa materialidade, ele traduz o processo que Heidegger descreve como um caminho em direção à inautenticidade existencial? É claro que a ideia de inautenticidade existencial, tal como Heidegger a coloca, diz respeito a um processo compreensível no plano filosófico: trata-se, efetivamente, de uma questão plenamente filosófica. Seria possível passá-la ao plano da vida social?

Descrição da observação

Compreender o *fatalório* significa perceber as formas sociais (SIMMEL, 2006) presentes nas interações comunicacionais quotidianas de um grupo de pessoas. Em outros termos, perceber o tecido intersubjetivo que se autoproduz por meio de referências e tipificações (SCHUTZ, 1967), numa longa conversação que, em sua duração, produz os ritos, os conteúdos (SIMMEL, 2006) e as permanências que permitem, a essas pessoas, a impressão de um *estar-junto* e a própria impressão de realidade. Na etnografia realizada, coletamos inúmeros ocorridos, incontáveis observações que podem ilustrar o *fatalório*. No entanto, por uma necessidade óbvia de síntese, destacaremos apenas dois eventos para exemplificar o fenômeno e fazer nossa discussão. Compreendemos esses eventos como *eventos comunicacionais*, na medida em que nossa observação, seguindo o modelo das etnografias da comunicação (WHITE, 2008; COOREN, 2010) associadas à etnometodologia (GARFINKEL, 1967), procura destacar a interação social, notadamente a interação social grupal, como a matéria-prima que propicia a análise da cultura.

Os dois *eventos comunicacionais* selecionados o foram porque possuem pontos de semelhança: ambos partem de um referencial fotográfico em suporte impresso, ambos referenciam personagens públicos bastante midiaticizados e ambos são motivados pelo mesmo indivíduo. Acreditamos que a escolha desse recorte para ilustrar o *fatalório*, no espaço estudado, nos ajuda a melhor demarcar o fenômeno, mas é importante esclarecer que o *fatalório* independe de suportes e referências midiáticas. Sua dimensão comunicacional precede sua conformação midiática – e assim, tal como ele se produz na vida quotidiana por meio de uma conversação ou de uma interação qualquer, igualmente se produz por meio de suportes tecnológicos, independentemente de quais sejam eles: língua, escrita, sinais, desenho, fotografia, filme, telefone celular, internet, *smartphone* etc. Não obstante, selecionamos esses dois eventos, ambos próximos ao que conforma uma *midiatização*, para que possamos melhor destacar a maneira como os conteúdos midiáticos se fazem presentes nos tecidos intersubjetivos.

¹¹ No original, em Heidegger: “[...] gegen sie volzieht sich alles echte Verstehen, Auslegen und Mitteilen, Wiederentdecken und neu Zueignen”.

1º evento: Tufão

Em nossa pesquisa de campo, fizemos várias imagens fotográficas – ora utilizando uma câmera digital, ora um *smartphone* – dos feirantes. Fizemo-lo não apenas pelo trabalho de coleta de dados e produção de informação própria da etnografia, procurando documentar a cultura material e as práticas de sensibilidade na feira (CASTRO, 2013), mas, também, como uma estratégia de integração e de interação com os feirantes, na medida em que o ato de fotografar permitia aproximações e trocas, inclusive por meio da criação de personagens, através das “poses” e da escolha, pelos feirantes, da maneira como gostariam de ser fotografados. Fizemos imprimir algumas dessas imagens e as ofertamos aos fotografados, situação por meio da qual novas interações se produziam, permitindo o adensamento do diálogo estabelecido.

Nesse processo, percebemos como lhes interessava, tanto quanto ver sua própria imagem, ver a imagem dos colegas. Com efeito, ver essas imagens pretextava novas e múltiplas interações entre eles, e deles conosco. Por exemplo, a situação ocorrida enquanto mostrávamos as imagens ao seu Paulo, peixeiro. Vendo as fotografias, ele as ia comentando de maneira jocosa, usando adjetivos e variando a entonação de sua voz. Nomeava os fotografados por meio de seus apelidos, ou atribuía-lhes novos. Assim, ao perceber a fotografia do seu Marcos Santos, o seu Paulo, em voz alta para se fazer notar por todos, chamou o amigo: “Ei Tufão, vem cá!”. Essa interação ocorreu em outubro de 2012, à época dos capítulos finais da novela *Avenida Brasil*, exibida pela Rede Globo, que tinha um personagem de nome Tufão que fora traído pela esposa e em torno do qual se desenrolava uma das tramas centrais da história. Seu Marcos atendeu ao chamado e, sorrindo, aproximou-se caminhando de maneira matreira, cômica, jogando o corpo de um lado para o outro, aparentemente encenando o personagem Tufão.

Os feirantes próximos riram da cena, mesmo sem terem visto a fotografia. Alguns outros, que estavam mais *distantes* nesse momento, aproximaram-se para vê-la. Aparentemente estabeleciam relações por meio de deduções: imagem/ personagem da novela/ alguma característica física ou intelectual do seu Marcos. Alguma forma de intersubjetividade se produzia ali, da qual nós próprios participávamos, pois, chegando até nós o seu Marcos, de maneira natural, lhe perguntamos: “E aí, Tufão? Tudo bem? Estás atendendo aí?”. As pessoas próximas riram mais ainda, ao que o seu Paulo, mostrando ao seu Marcos a fotografia, indicou, sempre rindo: “É Tufão, né tu?”.

O outro olhou a imagem e disse “Olha eu aí!”, e seu Paulo, respondeu, categórico: “És tu, Tufão!”. Percebemos que a alcunha de Tufão era aplicada a seu Marcos na contingência do momento, não se tratando de uma coisa partilhada com todos, de um apelido, por assim dizer, consolidado. Percebemos que, embora seu Marcos aparecesse na fotografia, ainda não havíamos conversado com ele e nem sabíamos o seu nome. Sentimo-nos constrangidos por tê-lo, há pouco, chamado de Tufão e, mais ainda, ao perceber que, participando de maneira involuntária da brincadeira feita por seu Paulo, havíamos provocado mais risos entre os feirantes próximos. E, contraditoriamente, apesar do apelido evocar “corno” e “chifre”, termos comuns, aparentemente negativos, no universo da feira, seu Marcos continuava sorrindo, e mesmo evidenciando um certo prazer em protagonizar aquela encenação. Com efeito, o episódio permitiu uma maior proximidade entre nós e os feirantes, para os quais a figura de “pesquisador”, naquele momento, ao endossar os gracejos do seu Paulo e ao interagir com todos num plano mais direto, se desfazia bastante de sua dureza e de seus distanciamentos.

Foi como se as portas tivessem sido abertas e tivéssemos adentrado um território intersubjetivo antes inacessível. Participar dos gracejos do grupo, ainda que involuntária e desavisadamente, nos permitiu novos patamares de diálogo e de trocas. Uma dessas evidências foi o fato de seu Marcos, em um minuto a sós conosco, no meio daquela balbúrdia, ter nos contado, num tom mais ou menos confessional, que sua mulher estava “pro interior”. “Iiiiiih, se eles souberem disso aí é que vai ser gozação!”, disse-nos ele, levando

as mãos à testa para acentuar, sempre com autoironia, o embaraço da sua situação. O fato de partilhar conosco essa informação – e, conjuntamente, o fato de se posicionar como vítima da pilhéria em andamento – contribuía, de alguma forma, para nos incluir na cadeia de sentidos que ali se fazia presente, para incluir-nos no grupo, permitir nossa entrada nele, por assim dizer.

Percebemos que, de alguma forma, possuíamos um acesso, digamos, natural àquele tecido intersubjetivo. Isto porque, afinal de contas, também conhecíamos a novela e o personagem Tufão – como todos ali. E, além, disso, nada ali nos era realmente estranho: nem o padrão dos gracejos, nem o padrão das interações e nem o padrão da linguagem. Participávamos igualmente da cultura da feira, no sentido em que autores como Peirano (1995) e Magnani (1998) atribuem às etnografias do próprio ambiente cultural urbano. Talvez vivenciássemos, ali, o jogo da *experience-near versus experience-distant* mencionado por Geertz (1983), no sentido de que, nas tramas da intersubjetividade, nunca estamos, urbanos e midiáticos como somos, realmente *distantes* uns dos outros. Fazer uma etnografia das interações simbólicas, das vivências quotidianas encontradas naquela feira permitia percebermos como o *falatório*, essa língua comum da nossa intersubjetividade, permite mediar nossas relações sociais. Inclusive as relações sociais que se estabelecem em campo.

Adentrar no campo do *falatório* e dele sair para sobre ele refletir equivalia a um jogo metodológico entre, digamos assim, uma “etnografia *near*” e uma “etnografia *distant*”. Com efeito, perceber o *falatório* como tecido social intersubjetivo equivale a empregar etnométodos na pesquisa: usar as categorias criadas no próprio ato comunicacional para descrever o mundo encontrado, recorrer às “categorias nativas” (GARFINKEL, 1967). Com efeito, percebíamos o *falatório* por meios das paráfrases que os agentes sociais utilizavam para mediar sua vida quotidiana. Essas paráfrases, formadas no jogo das significações produzidas pelo discurso, pela referência, pelas injunções e interjeições dos atos de fala, pela dramatização das cenas, pelas paródias e pelo humor, pelas troças e sugestões, pelos fragmentos e *traços* (DERRIDA, 1995), agenciavam o sentido comum. Não um “sentido das coisas”, mas um sentido acordado, pactuado pela construção comum e quotidiana. Um sentido provisório, porque suscetível de toda mudança. Um sentido intencional (HUSSERL, 1992; HEIDEGGER, 1993) porque, não sendo o “sentido de algo”, é, necessariamente, o “sentido de algo para alguém”. Um sentido tipificado (SCHUTZ, 1967), porque resulta de pactuações provisórias coletivamente construídas.

Evidentemente, como discute Lévi-Strauss (1971), tanto o pesquisador quanto o pesquisado possuem um vínculo intersubjetivo comum, independentemente da distância entre suas culturas, uma certa capacidade cognitiva que antecede as diferenças culturais. Na sua intersubjetividade, podemos compreender essa capacidade cognitiva por esse caminho fenomenológico: como provisoriamente, *intencionalidade* e tipificação. Enfim, já mais próximos do grupo mas ainda constrangidos, indagamos: “Como é teu nome, Tufão?”. “É Marcos Santos”. Mais risos. Risos de todos. E, igualmente, nossos.

2º evento: A mulher do Priante

O mesmo peixeiro, seu Paulo, motivou o segundo episódio que gostaríamos de relatar a fim de discutir a questão do *falatório*. Esse episódio se passou certo dia quando ele, ainda cedo, no começo da jornada da feira, ao perceber a capa do *Amazônia*, tabloide popular de grande circulação em Belém, berrou: “Olha a mulher do Priante”. Imediatamente estabeleceu-se uma miríade de processos comunicacionais entre os feirantes e alguns fregueses. Seu Paulo pegou um exemplar do jornal e o levantou, mostrando a todos a capa do dia, que, como em tantos periódicos similares, mostrava uma mulher bonita e de biquíni, fazendo uma pose sensual. Teve início uma imensa galhofa. O episódio, tal como o anterior, passou-se no ano de 2012, durante a campanha para a prefeitura de Belém, na qual o PMDB (atual MDB – Movimento Democrático Brasileiro) apresentava como candidato o deputado federal José Priante, sobrinho do senador Jäder Barbalho e bem conhecido de todos.

Uma ligeira pausa no trabalho e todos procuram observar a capa do tabloide e a foto da modelo seminua – que, efetivamente, para constar, não era a “mulher do Priante”. Muitos riem e alguns discordam, dizendo que não era a “mulher do Priante” e atribuindo-lhe outros casamentos hipotéticos, com personagens da política local, com atores de novela e com astros paraenses do *melody* – o ritmo do momento no Guamá –, sempre em tom de galhofa. Seu Paulo possui certa perícia em dominar aquele ambiente, agendando o riso comum. Com sua indicação, plena de duplos sentidos e referências não explícitas, ele conseguiu mobilizar a atenção de todos nas proximidades, provocando a algazarra, a balbúrdia em torno da publicação. Vários jornais são vendidos e passam de mão em mão. Surge um rumor, uma frase coletiva que aparentemente não chega a se formar. Várias enunciações despontam, em geral *pela metade*, na medida em que são ideias igualmente expostas por meio de sugestões e duplos sentidos, interjeições e exclamações ou, ainda, porque são, simplesmente, cortadas por uma frase enunciada por outra pessoa ou completada por expressões e risos.

Avivadas pela situação, pelo *evento comunicacional*, sucessivas interações se produzem, e alguns indivíduos procuravam envolver a outros, algumas vezes procurando romper certas barreiras de interlocução e ampliar – sempre ampliar, sempre expandir – o tecido social produzido pelo *fatalório*, bem como incluir novas pessoas e produzir mais certeza, mais densidade à rede comunicacional, mais *estar-junto*. Por exemplo, o próprio seu Paulo caminhou até Pingo, a única mulher peixeira na feira do Guamá, e mostrou-lhe a imagem, dizendo-lhe: “Ei Pingo, olha a mulher bonita do Priante aí, ó”. Pingo ri, mas continua seu trabalho. É mulher e é respeitada em toda a feira. Não parece haver espaço, na sua máscara social (GOFFMAN, 2011), para participar de certos gracejos machistas; mas também não pode, simplesmente, combatê-los. Assim, em relação a eles, mantém certo distanciamento: o riso discreto, que garante a manutenção das alianças ou, simplesmente, a fluência dos contatos, e o distanciamento em relação a certos assuntos, pretextado pelo trabalho a fazer, que garante a sua respeitabilidade. Pingo sorriu e dedicou-se com firmeza ao trabalho de limpar o peixe, deixando o assunto passar. Seu Paulo afastou-se, procurando “render” o assunto junto a outras pessoas.

O *fatalório* se produz por extensão e repetição. Mas não por referência. E não por representação. Ele nos lembra o sentido de *alegoria* presente no pensamento de Benjamin (1984; 1996), que, compreendendo-a como um falar esvaziado de referência, não produz re-representação: *allos agorein* = falar de outro, falar do que não é. É em oposição a símbolo, que re-diz, re-significa, re-presentifica algo, como num movimento pendular cujo resultado é a significação: *syn ballein* = ir, voltar, re-ir. O *fatalório* nos lembra, igualmente, o traço de que trata Derrida (1995): aquilo que não transcende o signo, a representação ou o discurso. O *ras-tro*. O traço é próximo ao alegórico: ambos escapam da relação significante/significado/significação. Ambos escapam do ter-sentido. E, ainda, se aproximam, ambos, do *jetzt und so* – o aqui e assim – de que fala Schutz (1967) para explicitar, fenomenologicamente, a *intencionalidade* presente em toda produção de sentidos na vida cotidiana.

Pensadores do cotidiano, tanto Schutz quanto Heidegger o compreendem como *intencionalidade*. Para ambos, o cotidiano é uma experiência vivencial (*Erlebniss*), que se diferencia do gênero de experiência reflexiva (*Erfahrung*) que caracteriza o estado de atenção ou de preocupação (*Sorge*) que, em Heidegger, será associado à autenticidade. Seguindo a lógica de Benjamin (1984), enquanto o *Erfahrung* é da ordem do simbólico, o *Erlebniss* é da ordem do alegórico. No primeiro, prevalece uma atitude reflexiva, que pressupõe efeitos de sentido. No segundo, prevalece uma dimensão mais intuitiva e impressiva. A *intencionalidade* está presente em ambas as formas da experiência – como em tudo o que se refere ao humano – mas, na vivência, na vida cotidiana, a *intencionalidade* acolhe melhor tudo aquilo que é da ordem do *fatalório*: o senso comum, as representações sociais, o banal, tudo aquilo que é massivo, imediato, superficial, trivial.

A galhofa em torno da “mulher do Priante”, na feira, não portava uma referência à “mulher do Priante”. Mesmo porque tal personagem não havia: não era uma questão, não se sabia, pouco importava,

ou mesmo não importava, não era tema presente na intersubjetividade do grupo, tal como não era tema presente na vida pública local quem era ou quem não “a mulher do Priante”. Nem sequer se sabia se havia uma tal personagem. Não se referenciava tal pessoa. O que se nomeava eram vagas possibilidades de dizer algo: de dizer que o político em questão, com seu sucesso e poder, possuiria uma esposa bela; que essa esposa, apesar do sucesso e do poder desse político, poderia se prestar a uma exposição pública como a da imagem do jornal *Amazônia*; que o mundo dos ricos pode se aproximar do mundo da feira; que o jornal *Amazônia* é, notoriamente, inimigo do grupo político do referido candidato; que toda ordem de poder pode ser questionada por meio de zombarias, caçoadas e galhofas...

A brincadeira de seu Paulo era da ordem do alegórico, não da ordem da referência e da representação. Era da ordem do traço, do rastro, da vivência imediata, da *intencionalidade*. Como coloca Heidegger, as condições de produção da linguagem não devem ser vistas como um *a priori* dado, porque elas se produzem intencionalmente. A “mulher do Priante” não era, propriamente, *algo* ou *alguém*, mas, simplesmente, tudo e todos: uma extensão e uma repetição.

Discussão

Em nossa observação concluímos, procurando aplicar a categoria ontológica heideggeriana do *falatório* sobre as formas de socialidade de uma feira de Belém, que o *falatório* vibra sobre si mesmo, em franca repetição, conformando uma região, uma zona, um espaço – físico, mental e/ou temporal – de intensidade contínua que pode ser compreendido como a própria socialidade ou como a própria imanência do espectro comunicacional do fenômeno da socialidade. O *falatório* constitui uma rede complexa de enunciados e de *traços* – no conceito derridiano, arqui-textos, ou textos que não chegam a se formar como tais (DERRIDA, 1995) – que conformam conteúdos e que, assim, preenchem as formas sociais, também podendo moldá-las, engendrâ-las e conformá-las (SIMMEL, 2006; BOURRIAUD, 2009). Existencialmente, pensando com Heidegger (1976; 1993), o *falatório* é um fenômeno de ser-em-comum, de estar-com-outros, um fenômeno com proximidades com o comportamento de massa e que caracteriza o modo inautêntico de estar no mundo, o modo de vivenciar, intersubjetivamente, um mundo dogmatizado pela técnica. Porém, a partir de uma percepção empírica e de sua objetivação como fenômeno presente na vida banal, observável, portanto, o *falatório* é um modo interacional e um conjunto de práticas.

Percebendo como o *falatório* se produz enquanto vivência, ou seja, como um estar-no-mundo imediato, um estar-aí cujo sentido é a extensão e a repetição da sua presença, da sua permanência, observamos que ele precisa vibrar sobre si mesmo para perdurar. E isso nos remete, também, à noção de *platô* (*plateau*), desenvolvida por Deleuze e Guattari (1999) para descrever os espaços de comutação vibrante de sentidos. O que nos leva a pensar o espaço do *falatório*, seja em sua dimensão física ou temporal, como um *platô* no qual os sentidos se ganham à medida que as interações se intensificam. Deleuze e Guattari (1999) definem *platô*, lembremos, como regiões de intensidades contínuas que vibram sobre elas mesmas.

Desejaríamos concluir observando que, nesse contexto, a ideia de *platô* sintetiza a própria noção de intersubjetividade no sentido de uma constelação de processos de significação que só têm sentido quando se validam mutuamente e intencionalmente. E é com esta perspectiva que procuramos abordar a experiência social – e, num plano mais estrito, o *falatório* – em sua dimensão comunicacional: compreendendo a intersubjetividade como o tecido de sociação no qual a comunicação se conforma como fenômeno e, ao mesmo tempo, contribui para a conformação dela, da comunicação, como fenômeno. A comunicação tem no *falatório* um conteúdo que contribui para conformar uma dada forma social, uma forma de *estar-junto*, de experienciar o mundo coletivamente.

Quando procuramos pensar o universo conceitual de Heidegger a partir de uma perspectiva comunicacional, procuramos trazer os instrumentos da filosofia heideggeriana para compreender a dimensão comunicacional presente nas formas sociais. Assim, procuramos criar instrumentos metodológicos aplicáveis à observação de fenômenos sociais em suas dimensões comunicacionais e culturais. Foi procedendo dessa maneira que, em nossa observação etnográfica do fenômeno do *falatório* numa feira, conseguimos perceber três dimensões que, superpostas, se fazem presentes: uma dimensão espaço-temporal, outra de referência e outra de cadeia. Na prática, estas três dimensões conformam um só processo social, e se as decupamos dessa maneira é apenas para possibilitar a sua descrição enquanto fenômeno.

A primeira dessas três dimensões diz respeito ao *platô*, justamente: é o espaço em vibração das mútuas referências, é o onde-se-dá e o quando-se-dá do tecido intersubjetivo. A segunda, a dimensão de referência, equivale ao processo de apropriação e citação de outros eventos de sentido, de outros *eventos comunicacionais* presentes na mídia, especificamente, ou, num plano mais amplo, na vida cotidiana em geral. A terceira, a dimensão de cadeia, significa o percurso de ir de vir da comunicação dentro de um tecido de socialidades: é a forma da rede de conexão, redistribuição, repetição e reprodução dos eventos de sentido sobre a qual se pode perceber certa dimensão de dispersão, talvez fazendo uma epidemiologia dos processos comunicacionais que envolvem o sentido.

Na feira, a dimensão espaço-temporal se dá no percurso dos próprios indivíduos em sua interação. A dimensão espaço-temporal do *falatório* equivale àquele agora e assim (*jetzt und so*) de Schutz (1967), a que anteriormente nos referimos: um presente temporalizado pelas referências que lhe dão sentido. Já a dimensão de referência está presente na cadeia de referências, múltiplas e cruzadas, que envolve o *falatório*. É o eco, a citação, a repetição, as analogias, o zum-zum; ou seja, é tudo aquilo que adensa e dá volume ao *falatório*, é o que faz rir e sustenta o riso, o gracejo, o deboche; e também aquilo que sustenta a interação, o laço, o vínculo e que vagueia pela intersubjetividade que, ao ser capturada, toma forma no *falatório*.

Por sua vez, a dimensão de cadeia do *falatório* corresponde ao que o dissemina na socialidade, por vezes transmutando-o em outros e novos temas e assuntos, emprestando-lhe sentido. Essa dimensão adensa as anteriores. Ela já é a forma concretizada e disseminada, reproduzida e, muitas vezes, estigmatizada da vida social. Estas, acreditamos, são as três dimensões que conformam o *falatório* e que o geram enquanto tal: um estar-no-mundo-com-os-outros impregnado de banalidades, de iterações e de repetições. De quotidianidade, enfim. O *falatório* não só evidencia esse estar-no-mundo inautêntico, como ele é a própria inautenticidade do *Dasein*. Uma inautenticidade que, através dos processos comunicacionais inerentes ao *falatório*, produz e conforma as socialidades. Como já falamos anteriormente, o *falatório* colocaria em evidência, através do conhecimento banal, do disse-me-disse, da insinuação precária, da repetição, da jocosidade, da piada, do reflexo de coisas ditas anteriormente e ainda presentes na vida cotidiana que conformam e mantêm uma forma de estar no mundo, uma forma social, uma sociação – afinal, uma forma social só é possível porque há um processo comunicacional que a conforma e a sustenta, e o *falatório* é um dos conteúdos que participam dessa conformação.

Referências

- BENJAMIN, W. **A origem do drama barroco alemão**. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- _____. **Paris, Capitale du XIXème siècle**: Le livre des passages. Paris: Editions du Cerf, 1996.
- BOURRIAUD, N. **Estética relacional**. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- CASTRO, M. R. N. de. **A arte na sua cotidianidade**: uma percepção de arte na feira do Guamá. 154 f. 2013. Dissertação (Mestrado em Artes) – Programa de Pós-Graduação em Artes, Instituto de Ciências da Arte, Universidade Federal do Pará, Belém, 2013.
- CHARONE, O. O teatro dos pássaros como uma forma de espetáculo pós-moderno. **Ensaio Geral**, v. 1, n. 1, p. 1-9, 2009.
- COOREN, F. **Action and Agency. Dialogue**: Passion, Incarnation and Ventriloquism. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2010.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: Capitalismo e Esquizofrenia – v. 3. Tradução de Aurélio Guerra Neto Etalii. 1. reimp. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.
- DERRIDA, J. **Mal d’archive**: une impression freudienne. Paris: Galilée, 1995.
- FONSECA DE CASTRO, F. Fenomenologia da comunicação em sua quotidianidade. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 36, n. 2, p. 21-39, 2013.
- GARFINKEL, H. **Studies in Ethnomethodology**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1967.
- GEERTZ, C. **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1983.
- GOFFMAN, E. **Ritual de interação**: ensaios sobre o comportamento face a face. Tradução de Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis: Vozes, 2011.
- GRANOVETTER, M. **The Strength of Weak Ties**: a Network Theory Revisited. *Sociological Theory*, v. 1, n. 2, p. 201-233, 1983.
- GREISH, J. **Ontologie et temporalité**. Esquisse d’une interprétation intégrale de Sein und Zeit. Paris: PUF, 1994.
- HEIDEGGER, M. Sein und Zeit. In: HEIDEGGER, M. **Gesamtausgabe**. II vol. Frankfurt: Vittorio Klostermann, 1976.
- _____. **Conferências e escritos filosóficos**. Tradução e notas de Ernildo Stein. São Paulo: Nova Cultura, 1989. (Coleção Os Pensadores).
- _____. **Être et temps**. Paris: Authentica, 1985.

- _____. **Les concepts fondamentaux de la métaphysique:** monde – finitude – solitude. Paris: Gallimard, 1992.
- _____. **Ser e tempo.** 2 vols. 4. ed. Tradução de Marci Sá Cavalcante Schuback. Petrópolis: Vozes, 1993.
- HUSSERL, E. **L’Idée de la phenomenologie.** Paris: PUF, 1992.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Mythologiques.** v. IV: “L’homme nu”. Paris: Plon, 1971.
- MAFFESOLI, M. **A contemplação do mundo.** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MAGNANI, J. G. **Festa no pedaço:** cultura popular e lazer na cidade. São Paulo: Hucitec, 1998.
- MESCHONNIC, H. **Le langage Heidegger.** Paris: PUF, 1990.
- MERLEAU-PONTY, M. **De Mauss a Claude Lévi-Strauss.** Textos Seleccionados. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1984. (Coleção Os Pensadores).
- PASQUA, H. **Introduction à la lecture de Être et temps de Martin Heidegger.** Lausanne: L’Age d’Homme, 1993.
- PARSONS, T. **The Structure of Social Action:** a Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers. Nova York: McGraw-Hill, 1937.
- PEIRANO, M. **A favor da etnografia.** Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- RICOEUR, P. **Temps et récit 3:** Le temps raconté. Paris: Seuil, 1985.
- _____. **Hermenêutica e ideologias.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.
- SCHUTZ, A. **Phenomenology of the Social World.** Evanston: North-Western, 1967.
- SIMMEL, G. **Sociologie:** etudes sur les formes de la socialization. Paris: PUF, 1999. (Coleção Sociologies).
- _____. **Questões fundamentais da sociologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- WHITE, B. **Rumba Rules:** the Politics of Dance Music in Mobutu’s Zaire. Durhan: Duke University Press, 2008.

Informações para textos em coautoria

Concepção e desenho do estudo

Marina Ramos Neves de Castro e Fábio Fonseca de Castro

Aquisição, análise ou interpretação dos dados

Marina Ramos Neves de Castro e Fábio Fonseca de Castro

Redação do manuscrito

Marina Ramos Neves de Castro e Fábio Fonseca de Castro

Revisão crítica do conteúdo intelectual

Marina Ramos Neves de Castro e Fábio Fonseca de Castro

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese

O artigo é resultado da pesquisa “*Socialidades e sensibilidades no cotidiano da feira do Guamã*” e da tese de doutorado *Socialidades e sensibilidades no cotidiano da feira do Guamã*, defendida em 2018 por Marina Ramos Neves de Castro.

Fontes de financiamento

Bolsa de doutorado da Fundação *Amazônia* de Amparo a Estudos e Pesquisas (Fapespa).

Considerações éticas

Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses

Não se aplica.

Apresentação anterior

Pesquisa apresentada no 26º Encontro Nacional da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação, 2017, São Paulo.