

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Programa de Cooperação Acadêmica (Procad) - Comunicação e Mediações em Contextos
Regionais

Relatório final de Iniciação Científica (IC)
Comunicação e Mediações: olhar os pormenores locais

Docente orientador: Prof. Dr. Eneus Trindade

Bolsista de IC: Marcelo dos Santos Marcelino

Período: Jul/2017 a Jun/2018

São Paulo

2018

SUMÁRIO

RESUMO	2
INTRODUÇÃO	3
PARTE 1 - SITE PROCAD: GUARDA E PARTILHA DE MEMÓRIAS	5
PERCURSOS INICIAIS	6
PROCEDIMENTOS E METODOLOGIA	7
RESULTADOS	12
CONCLUSÕES	22
REFERÊNCIAS	22
PARTE 2 - COMPREENDER A FEIRA LIVRE: MARCAS, CONSUMO E MEDIAÇÕES	24
INTRODUÇÃO	24
PRECURSORES	28
METODOLOGIA	30
ANÁLISES	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS	48

RESUMO

Este relatório, como parte das exigências, expõe o conjunto de atividades desenvolvidas durante o ano de vigência da iniciação científica. Destaca-se o projeto de construção de um *website* que reúne as memórias, informações e produções do Programa, com ênfase sobre os modos de organização dos dados no contexto das dinâmicas da mobilidade e disponibilidade de acesso do ambiente digital. Além disso, o período também compreendeu em um projeto de pesquisa sobre as feiras livres da cidade de São Paulo, que sob o aporte de Martín-Barbero (2008) sobre as mediações, possibilitou entender algumas especificidades da identidade marcária dos feirantes para com seus consumidores no contexto de uma atividade econômica essencialmente popular. O conjunto das atividades e os respectivos resultados de cada uma nos encaminham para a compreensão da realidade regional e local sob aportes teórico-metodológicos adequados à complexidade dos objetos, da mesma forma que entende as modulações culturais como fundamentos-base das dinâmicas da comunicação.

Palavras-chave: mediações; comunicação, website; consumo; marcas; popular.

INTRODUÇÃO

A partir de incursões sobre o ambiente e a referida configuração das atividades do Programa de Cooperação Acadêmica - Comunicação e Mediações em Contextos Regionais: Usos Midiáticos, Culturais e Linguagens', sobretudo no que se refere aos registros delas, percebe-se a pertinência de lançar novas orientações para o posicionamento do programa nas novas dinâmicas de apresentação e proposição. Paralelamente a isso, verifica-se a possibilidade de desenvolver novos olhares sobre determinados objetos de estudo e investigação no âmbito de uma iniciação científica (IC). Tomando como fundamento as noções brevemente destacadas, nos colocamos ao planejamento de dois projetos, cujo desenvolvimento se dá de forma paralela no decorrer do período de vigência da bolsa, sob a articulação e apoio de outro discente (Raphael Malanconi Nascimento Chumbo), também envolvido no programa na modalidade iniciação científica, assim como dos demais docentes envolvidos: (1) o desenvolvimento de um *website* contendo informações relevantes sobre o Programa - como corpo de professores vinculados, missões docentes e de estudo, seminários gerais, publicações e pós-doutorados; (2) e a elaboração de um projeto de pesquisa que seja compatível com as perspectivas teórico-metodológicas do Procad e cercado pelo comprometimento com a formação acadêmica no âmbito de uma investigação científica.

No tocante à proposição de um portal com as memórias do Programa, ensaia-se em um primeiro momento a noção da universalização do conhecimento produzido em atividades desenvolvidas nas instituições componentes por meio utilização de ferramentas e recursos digitais que sigam em conformidade e possibilitem a consolidação de um objetivo específico: a disponibilidade dos saberes em múltiplos formatos e contextos. O incremento e aperfeiçoamento das ideias, teorias e fundamentos se apresenta como requerente de novas propostas de adequação e dinamização, o que nos leva a pensar e planejar formas de acompanhar as novas modalizações globais sob a interface da partilha dos resultados entre núcleos de estudo e pesquisa, assim como na inscrição da transparência com as instituições parceiras (órgãos de fomento, centros e universidades conveniadas), elementos essenciais para o aprimoramento do Programa e, conseqüentemente, das atividades internas. A ideia do portal, deste modo, também é acompanhada pela verificação da necessidade de se desenvolver algo que atenda, fundamentalmente, ao princípio da viabilidade de execução, compatível com o tempo disponível no período de vigência da bolsa de IC, bem como os critérios da

acessibilidade e facilidade de alteração, em seguimento e atendimento dos anseios e expectativas atuais e futuras do Programa. Em paralelo, esta tarefa também é seguida de outro projeto voltado à formulação de uma nova identidade visual ao Programa, cujas inspirações muito acompanham as perspectivas e esfera de discussões internas do Procad.

Em referência ao projeto de pesquisa, nos colocamos a pensar sobre um objeto cujas atenções são pouco provenientes da área de comunicação: as feiras livres. Sob o contexto de entender alguns fragmentos que compõem a noção do popular - este expresso em uma das considerações de Jesús Martín-Barbero (2009) como aquelas classes cujos rendimentos são insuficientes para o atravessamento integral da esfera de acesso e consumo de bens não classificados como substanciais, além de historicamente reprimida pelo Estado e outras forças atuantes sob a alegação de uma ideia de nação que pouco se envolveu no atendimento dos interesses de grupos não componentes de um ordenamento hegemônico (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 133-140) - nos guiamos a tratar do objeto sob o contexto das mediações comunicacionais da cultura, tomando como orientação teórico-metodológica as conceituações correspondentes ao mapa das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 16). O enfoque do trabalho está voltado ao estudo das identidades marcárias circulantes e atuantes no ambiente da feira.

Posto algumas considerações sobre as vias de atuação da pesquisa, verifica-se como adequado dividirmos este presente relatório em duas partes: a primeira é dedicada à explanação dos percursos mais operacionais-instrumentais da iniciação quanto ao desenvolvimento do portal, de modo a atender a algumas necessidades relacionadas à difusão, algo reconhecido no decorrer do andamento das atividades desenvolvidas pelo Procad ao longo dos anos de vigência e atuação; enquanto que na segunda parte nos dedicamos à abordagem da própria pesquisa científica mencionada logo anteriormente, com destaque à descrição das atividades em campo e trabalhos concluídos na investigação.

PARTE 1 - SITE PROCAD: GUARDA E PARTILHA DE MEMÓRIAS

PERCURSOS INICIAIS

A partir de um levantamento prévio dos problemas específicos ao Programa no que se refere à difusão de suas atividades, notamos em um primeiro momento a dispersão dos arquivos e documentos referentes aos trabalhos desenvolvidos, algo que também implicou em inconvenientes no momento da reunião das informações consideradas relevantes para o portal. Outro relevante problema a ser considerado diz respeito à ausência de um padrão uniforme para a organização das informações, ou seja, estruturas fixas de apresentação dos conteúdos que indiquem a correspondência temática dos materiais aos seus respectivos núcleos.

Verificado esses problemas, nos colocamos à elaboração de objetivos compatíveis com a estrutura de recursos humanos e tecnológicas disponíveis no Programa.

Objetivo geral

Desenvolver um website contendo as atividades do Procad e que atenda ao princípio da visibilidade, que seja acessível e facilmente modular de acordo com as necessidades do Programa.

Objetivos específicos

1. Elaborar mecânicas que tornem as informações facilmente acessíveis;
 - a. Uma das grandes problemáticas de muitos portais da internet, especialmente os envolvidos e sustentados por sistemas de publicidade, reside na usabilidade e organização das informações. Uma composição eficiente dos dados em seguimento às expectativas dos usuários e mantenedores do conteúdo é tida como um dos maiores desafios.
2. Implementar experiências de uso que sejam agradáveis aos usuários;
 - a. As experiências de uso, no caso do Procad, estariam mais voltadas em auxiliar os usuários na busca de informações relevantes sobre o programa acadêmico, colocando em menor evidência as informações de menor importância.
3. Promover recursos (*features*) que facilitem a organização, disponibilização, manutenção e visualização dos conteúdos do portal.

- a. Neste caso, os recursos implementados e todos os seus respectivos componentes utilizados no *site* deverão estar orientados por princípios que garantam uma efetiva organização dos materiais, além de proverem formas das informações serem facilmente manipuláveis (incremento e retirada de conteúdos) e em acordo com a compatibilidade entre formatos e dispositivos de acesso.

PROCEDIMENTOS E METODOLOGIA

O desenvolvimento de um *website*, logo em um primeiro momento, é requerente da definição de formas de implementação e linguagens específicas para a criação de um produto que tem como finalidade substancial a apresentação de determinados dados¹. Os percursos de trabalhos relacionados ao *front-end*, ou melhor, à elaboração de aplicações que possuem contato direto com os usuários e seus respectivos comportamentos, geralmente são cercados de múltiplas preocupações, como na oferta de boas experiências visuais, compatibilidade entre dispositivos e navegadores (deseja-se o atendimento em maior escala possível) contornos de possíveis problemas nos ambientes não controlados pelo time de desenvolvimento, grau de facilidade de leitura e compreensão do código (regras para ‘identação’ e agrupamento das linhas e tags), adequação de determinadas estruturas e recursos no projeto, entre outros. Nos fundamentando em muito desses princípios, recorreremos à utilização das linguagens HTML (*Hyper Text Markup Language*) e CSS (*Cascading Style Sheets*) para, respectivamente, elaborar a estrutura e os estilos do portal Procad. A escolha de um tipo de desenvolvimento que esteja envolvido na construção de um código mais proprietário, ou seja, que não envolva a elaboração e armazenamento dos dados em plataformas de terceiros², está ligada à perspectiva de conferir maior segurança para os dados do programa, além de evitar eventuais custos e problemas relacionados à limitação de uso das ferramentas que versões mais simples de planos geralmente oferecem. Desta forma, nos

¹ Nesta linha, nos é conveniente apontar que as finalidades deste projeto não estão voltadas, em um primeiro momento, à geração de dados - algo que é de fundamento de uma linguagem de programação, direcionada basicamente à inserção, processamento e retorno -, uma vez que estes já existem e são criados de acordo com as produções acadêmicas do programa. No desenvolvimento do site, nos atentamos a linguagens de marcação, ou seja, aquelas voltadas essencialmente à mostra de informações.

² Exemplos de plataformas são os criadores de site que não envolvem a codificação pura, como o Wix (wix.com).

lançamos a elaborar um projeto que atenda às necessidades específicas do Programa, nos distanciando dos excessos e/ou carências de recursos que possam romper e dissolver as proposições originalmente definidas.

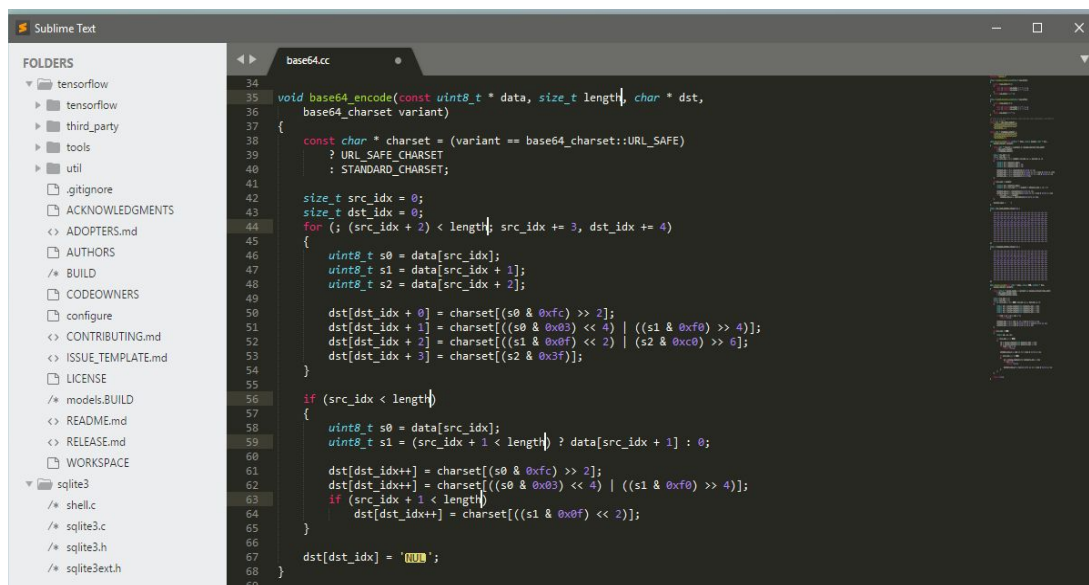
De modo a agilizar os processos relativos ao desenvolvimento, nos dedicamos à utilização de um *framework* - conjunto de documentações voltadas ao suporte e auxílio em ambientes de desenvolvimento em *front-end* e *back-end*) - para a criação de determinados elementos de estilo e usabilidade, como barra de navegação, inserção de responsividade em determinados elementos, entre outros. O Bootstrap, ferramenta criada em 2010 por funcionários do Twitter (BOOTSTRAP, 2018) e escolhida para o processo, é conhecido mundialmente pela facilidade de manuseio e quantidade de elementos que pouco limitam a criatividade no momento da criação: seus componentes dão prioridade ao campo da mobilidade, algo chamado de princípio *mobile-first* - em adequação as novas tecnologias e popularização de dispositivos e aplicativos móveis ao redor do mundo (LELLA, 2018) - além de também se utilizarem de versões e mecânicas recentes do HTML, CSS e JavaScript, possibilitando deste modo maior performance no período de implementação. Um dos recursos mais bem aproveitados da documentação é o sistema de *grids*, utilizados para adequar os elementos da página conforme determinados padrões de tamanhos de tela dos dispositivos de acesso (computadores desktop, notebooks, tablets e smartphones). Apesar do lançamento mais recente da versão 4.0 da biblioteca, nos dedicamos a utilizar a versão 3.0, cujos componentes e documento, além de ainda se mostrarem atuais, são ideais ao que propomos neste projeto.

Definido as linguagens e componentes complementares a serem utilizados, nos colocamos a prescrever o conjunto de aplicações empregadas no desenvolvimento, ou seja, no momento que compreendeu a efetiva implementação do projeto. A criação e montagem dos códigos foram mediados e operacionalizados pelo programa ‘Sublime Text 3’ (SUBLIME, 2018), cuja simplicidade e facilidade de uso são reconhecidas pela comunidade de desenvolvedores da área (PINTO, 2018; HENRY, 2018). O programa possui layout de fácil manuseio, além de bem estruturado para a organização das pastas e arquivos que são correspondentes à aplicação a ser desenvolvida para o Procad.

No que se refere à fase de testes dos componentes implementados, nos torna conveniente expor que ela ocorre concomitantemente às definições dos códigos, algo que é próprio das práticas de desenvolvimento do gênero. Já em relação aos aplicativos usados nessa fase, nos aproveitamos do Google Chrome predominantemente, pois ele, além de

compatível com as aplicações web mais recentes, também é acompanhado de uma grande quantidade de recursos voltados à revisão e validação de trechos do código por meio de mecanismos de análise de desempenho das compilações em termos de carregamento, segurança, uso de memória e performance.

Figura 1 - captura de tela do Sublime



Fonte: sublimetext.com

Organização das informações

Em tratamento aos dados coletados sobre o projeto, nos lançamos a pensar em formas de organizar o denso conjunto de informações produzidas no decorrer da vigência do projeto. Uma das grandes problemáticas verificadas neste percurso diz respeito ao estabelecimento de critérios de relevância: tendo em vista a pertinência de uma noção que aloca determinados grupos de informações em um primeiro plano de mostra, ou seja, maior visibilidade, nos colocamos a elaborar um pequeno modelo de organização e disponibilização das informações.

Apresentação

Aqui levamos em conta informações cujo destaque se mostra como algo fundamental para os usuários, na medida que contextualiza o conjunto que será mostrado logo a seguir. Nesta linha, incluímos os títulos e subtítulos das atividades em páginas específicas. As

informações deste grupo terão maior visibilidade mediante tags específicas de cabeçalho³, indo de <h1> até <h4>:

<h1>: esta primeira tag, cujo tamanho de fonte é de 18 pontos, engloba uma informação pertinente à temática da página, sendo utilizada uma única vez com o intuito de servir de referencial aos conteúdos que seguirão a seguir. A título de exemplificação, tomamos a página que apresenta os professores do Procad: nela, utilizamos a tag <h1> para marcar ‘Equipe’; assim, colocamos em evidência o assunto da página, oferecendo maior contextualização sobre o conteúdo que a página irá mostrar.

<h2>: nesta parte, colocamos em evidência os títulos de cada uma das atividades desenvolvidas;

<h3>: subtítulo das atividades (se houver);

<h4>: aqui destacamos informações de menor relevância em relação aos demais ‘níveis’, mas que tenham importância maior se comparado aos parágrafos e maiores detalhes.

Detalhamentos

Nesta parte caberão as informações respectivas a cada núcleo de trabalho do programa. O critério de alocação das informações divide-se em graus de prioridade: (1.) informações que tidas como substanciais para o entendimento dos usuários no que diz respeito ao trabalho e pesquisa desenvolvidos pelos professores, bolsistas, coordenadores, etc., da mesma forma que podem se mostrar potenciais para um potencial aprofundamento sobre o conteúdo - esta parte engloba, em grande medida, parágrafos (<p>) com pequenos fragmentos dos trabalhos, assim como termos-chave; (2.) informações cuja relevância se mostra mínima para o usuário num primeiro momento, o que inclui dados de ordem burocrática (carga horária, local específico, dias de ocorrência), operacionalização das apresentações e referências bibliográficas dos trabalhos.

Complementares do Programa:

³ Em HTML existe algumas tags específicas para a marcação de conteúdos em que se objetiva maior destaque. Elas vão de <h1> até <h6>, numa gradação de tamanho que parte do primeiro até o último número.

Informações que são próprias do Procad no âmbito institucional. Cabem as informações relacionadas aos órgãos e entidades envolvidas, dados para contato, links externos, entre outros.

Outros destaques

Abordado o breve modelo que fundamentou a estrutura de organização das informações do Procad, também nos colocamos a desenvolver mecanismos de destaque que fujam da esfera dos caracteres e seus respectivos tamanhos de fonte. Muito além de olhar o website a partir do ponto de vista estético, nos apoiamos em determinadas cores para colocar em evidência os conteúdos com base na origem do conteúdo, ou seja, a universidade de onde provém a referida pesquisa e/ou aluno/docente, em conformidade com a proposta de identidade visual desenvolvida pelo outro bolsista. Outro recurso que utilizamos foi o conjunto de símbolos, acompanhados pelos textos e capazes de ampararem e possibilitarem alusões dos usuários a determinados núcleos de informações que certo elemento da página se dedica a mostrar. As imagens, por sua vez, além de utilizadas para compor a dinâmica estética e visual do site, como os fundos (*backgrounds*) e logomarcas do programa, são componentes necessários para conferir um ‘ambiente’ digital com menor densidade textual, muitas vezes inibidor da permanência e progressão dos usuários na página e conteúdos disponíveis.

RESULTADOS

A implementação do website do Programa se mostrou modular no decorrer de grande parte do período de desenvolvimento (julho/2017 a abril/2018), recebendo seguidos *feedbacks* e sugestões de alteração. Tal configuração do percurso de trabalho foi de grande importância para o projeto, uma vez que incorporou o conjunto de saberes de cada um dos envolvidos no Procad. Deste modo, desenvolvemos ao todo um total de 7 páginas com diferentes conteúdos a serem apresentados, acompanhando a perspectiva de organização traçada anteriormente. Os atributos singulares destas páginas são: responsividade, capacidade de se comportarem de modo satisfatório numa grande multiplicidade de dispositivos, inclusive tablets, smartphones, algo ainda pouco levado em conta em muitos sites institucionais e voltados ao trato de questões do âmbito científico, o que inclui grupos de pesquisa e até mesmo revistas

científicas; organizadas, conforme os critérios elencados e tendo em vista a pertinência de determinados tipos de conteúdo e formatos de exibição; modular, capaz de se adequarem a exigências e necessidades momentâneas do programa mantendo as diretrizes de cores, disposição dos elementos e informações, ícones utilizados e configuração dos elementos que agregam as imagens. A seguir, nos colocamos a abordar cada uma das páginas conforme suas especificidades de apresentação, do mesmo modo que alocamos enfoques em alguns pontos tidos como essenciais a cada uma.

1. Início (index)

Página principal do programa, a página de início será a primeira que o(a) usuário(a) irá se deparar quando for direcionado(a) pela URL primária do site (a definir). Nela nos lançamos a utilizar um layout simples, dividido por uma coluna e 3 linhas de conteúdo substanciais para entender o programa e os principais objetivos. A estrutura de organização segue em conformidade com a perspectiva de manter um ambiente apresentável e convidativo, com menor densidade textual possível, da mesma forma que preserva as informações essenciais para a contextualização e possibilite o aprofundamento sobre o Programa e suas respectivas atividades. A barra de navegação, que por sua vez acompanha todos os ambientes do site, contém a logomarca extensa do Procad, além de links que redirecionam os usuários a outras páginas que compõem o site. Informações mais específicas do Programa são colocadas numa divisão intitulada ‘Sobre’, apresentando-o de maneira básica. Logo a seguir, temos informações de contato do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da instituição proponente (PPGCOM/ECA-USP), da mesma forma que a logomarca das demais instituições envolvidas: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Universidade Federal do Rio Grande do Norte e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

2. Equipe

Esta página do programa, como podemos inferir pelo nome, aglomera os docentes envolvidos no Programa, acompanhado de informações que possam levar o usuário a um aprofundamento no conteúdo que o(a) pesquisador(a) desenvolve no programa, assim como no percurso acadêmico próprio. Decidimos por divisões cujos conteúdos sejam básicos, apresentando apenas uma foto, instituição a qual é vinculado(a), áreas de interesse

(palavras-chaves que denotam as linhas e objetos de pesquisa do(a) pesquisador(a) e links para acesso ao Currículo Lattes e e-mail para contato⁴. O uso de cores aqui também é importante para salientar os vínculos dos professores com suas respectivas instituições. O vermelho, verde e amarelo são utilizados para referenciar, respectivamente, a USP, UFMS e UFRN.

Figura 1 - Página inicial do Procad (desktop)



Fonte: autoria.

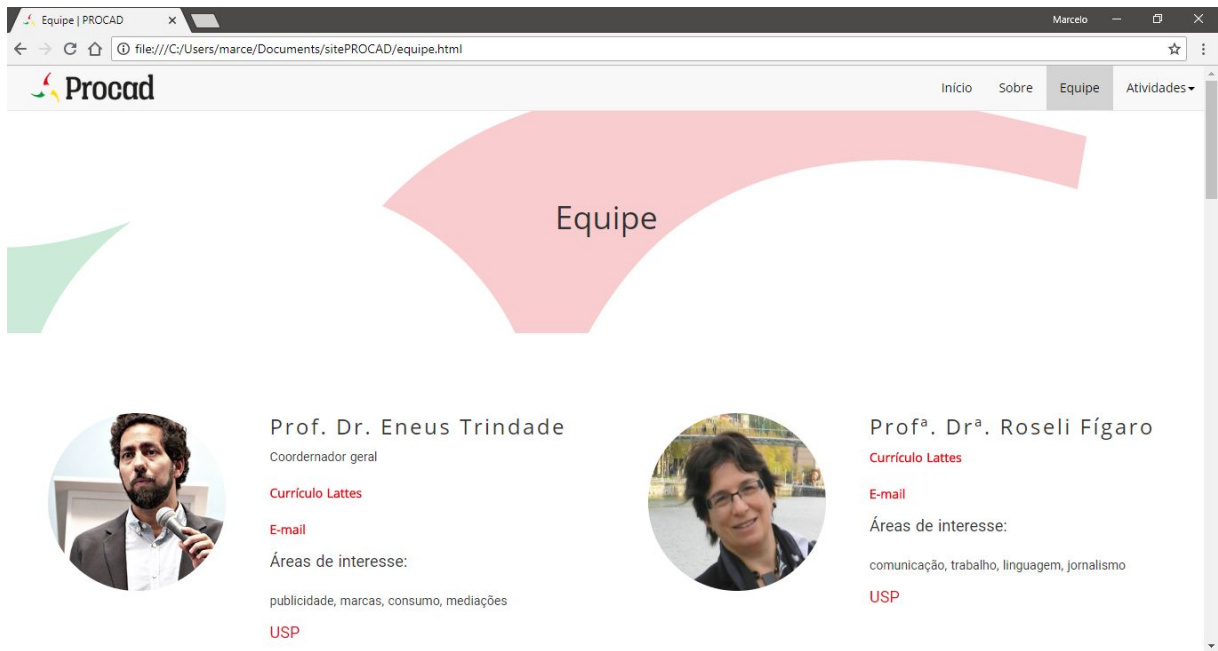
Figura 2 - visualização da primeira página em dispositivos móveis



Fonte: autoria.

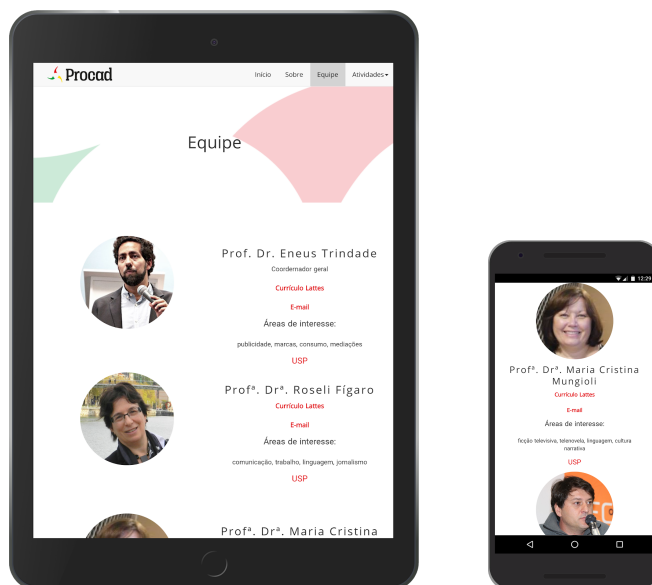
⁴ No e-mail, decidimos pela não exposição direta dos endereços. O usuário só terá acesso após clicar no link, que por sua vez redirecionará o(a) usuário(a) ao aplicativo de e-mail padrão do dispositivo.

Figura 3 - página 'Equipe' (desktop)



Fonte: autoria

Figura 4 + página 'Equipe' em dispositivos móveis



Fonte: autoria

3. Missões Docentes

Nesta alocamos as atividades desenvolvidas pelos professores nas instituições envolvidas no Procad. A escolha de uma página específica para essa modalidade de missão está amparada na noção de que tais conteúdos carregam consigo certas especificidades requerentes de um ambiente próprio para permitir o aprofundamento dos usuários em um dos eixos fundamentais do Programa, além de atenuar possíveis inconvenientes de compreensão contextual em meio a informações cuja semântica seja distante do objetivo final deste tipo de atividade. Nela desenvolvemos uma configuração de página muito inspirada nas revistas científicas eletrônicas, em que informações básicas são colocadas à esquerda (título do artigo/ensaio/trabalho e autoria), acompanhado de um link de acesso ao arquivo em formato PDF no lado direito da página. No entanto, coube alguns incrementos considerados essenciais para a conferência de melhor dinâmica de acesso e leitura: foto dos(as) pesquisadores(as) envolvidos(as) na missão, seguido também de um breve resumo do atividade, carga horária e local de apresentação do seminário. Tais alterações seguem em conformidade com os parâmetros de organização definidos anteriormente: *apresentação*, *detalhamento* e *complementaridade*. A incorporação do link de acesso a um arquivo em PDF no lado direito da tela⁵, por sua vez, está ligada à ideia de conferir menor densidade de conteúdo à página, uma vez que a grande quantidade de cabeçalhos, parágrafos e imagens é tida como inconveniente, especialmente se determinado fragmento da página não for do interesse de quem acessa; dessa forma, o usuário terá acesso ao documento completo da missão, o que inclui objetivos, blocos temáticos e referências bibliográficas, somente se clicar no link.

4. Missões de estudo

Diferentemente da página anterior, a página das missões de estudos possui pouco conteúdo, uma vez que esta modalidade de atividade em questão é constituída apenas de informações referentes aos discentes, disciplinas e períodos de permanência nas universidades conveniadas, o que nos leva a utilizar as tabelas responsivas como ferramenta para agrupar essa pequena quantidade de dados de maneira organizada, aproveitando-se dos espaços disponíveis na página. O layout é simples e tem como enfoque a reunião de informações

⁵ Caso a via de acesso à página seja por meio de um dispositivo móvel de dimensões pequenas, como um celular, o link estará localizado logo abaixo das demais informações disponibilizadas no lado esquerdo.

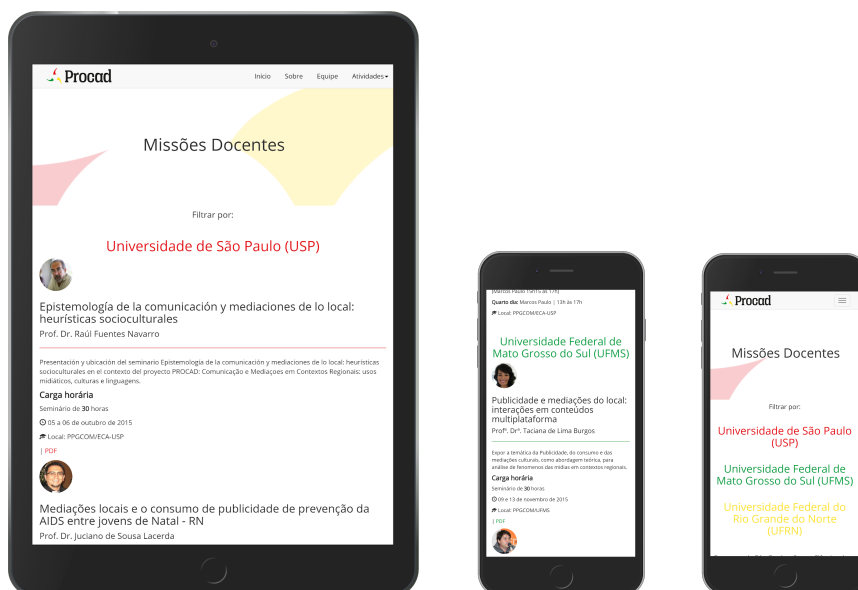
importantes da missão em sucessivas linhas. Em mobile, a tabela é facilmente deslizável para acompanhamento das informações relacionadas a cada um dos discentes envolvidos na atividade..

Figura 5 - página ‘Missões Docentes’ (desktop)



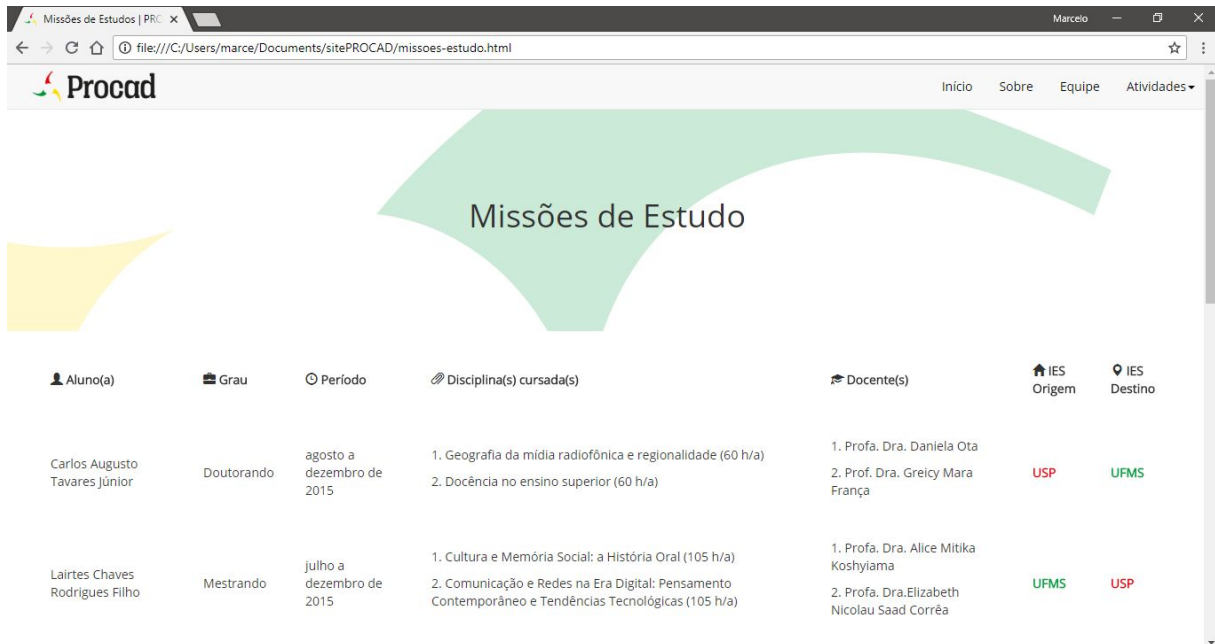
Fonte: autoria.

Figura 6 - página em dispositivos móveis



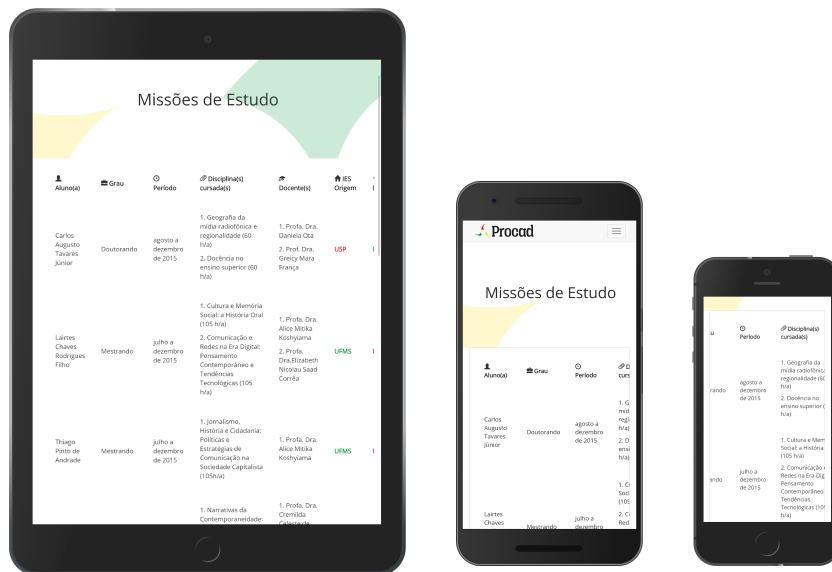
Fonte: autoria.

Figura 7 - página ‘Missões de Estudo’ (desktop)



Fonte: autoria.

Figura 8 - Missões de Estudo (desktop)



Fonte: autoria.

5. Iniciações Científicas

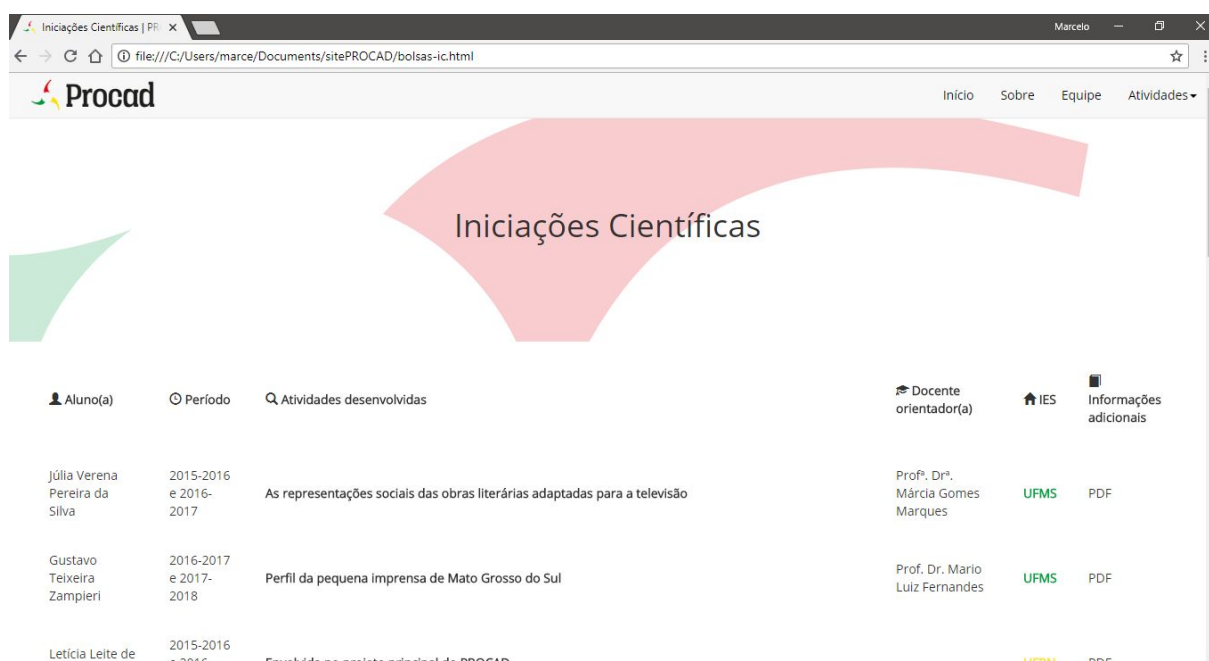
Acompanhando a estrutura da página anterior, esta tem como diferença o realce às atividades desenvolvidas pelos bolsistas. Tal implementação está fundamentada no critério de

conferir maior destaque à produção desenvolvida no âmbito do Programa. Informações relacionadas a cada iniciação científica poderão ser consultadas em documentos disponibilizados pelo site via links da coluna ‘Informações adicionais’, de maneira a possibilitar o aprofundamento nas discussões levantadas pelas atividades dos bolsistas.

6. Seminários

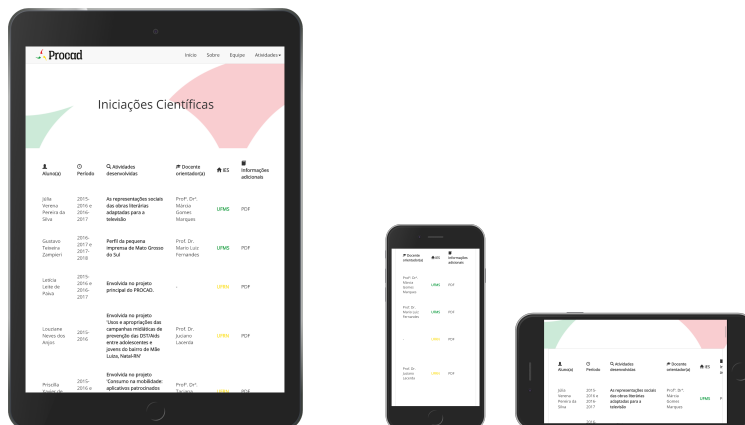
Em ‘Seminários, agrupamos os seminários desenvolvidos pelos docentes do programa, como o ‘I Seminário Avançado Procad USP-UFMS-UFRN: A Cooperação Acadêmica em Ciências da Comunicação’. Na perspectiva de reunir eventos futuros, decidimos pela colocação de informações básicas dos encontros, além de uma pequena miniatura dos participantes e disponibilização de link de acesso a cadernos de resumos, anais e outros documentos relevantes à consulta.

Figura 9 - página Iniciações Científicas (desktop)



Fonte: autoria.

Figura 10 - página 'Iniciações Científicas' (desktop)



Fonte: autoria.

7. Pós-doutorado

Como parte do programa, esta modalidade de atividade agrupa trabalhos desenvolvidos em conjunto por docentes do Programa sob a orientação de outros com a finalidade de obtenção da titulação de pós-doutorado em alguma área de pesquisa. Reunindo até o momento três trabalhos, nos apoiamos em um layout muito parecido com a página das Missões Docentes, porém com maior espaço para adensamento de conteúdos referentes a cada trabalho: aumenta-se o tamanho das imagens, da mesma forma que o volume de caracteres dedicados ao resumo da pesquisa. O link em PDF, por sua vez, redireciona os usuários a documentações importantes do trabalho de pós-doutorado, como projeto e relatório final⁶.

Figura 11 - página 'Seminários' (desktop)



Fonte: autoria.

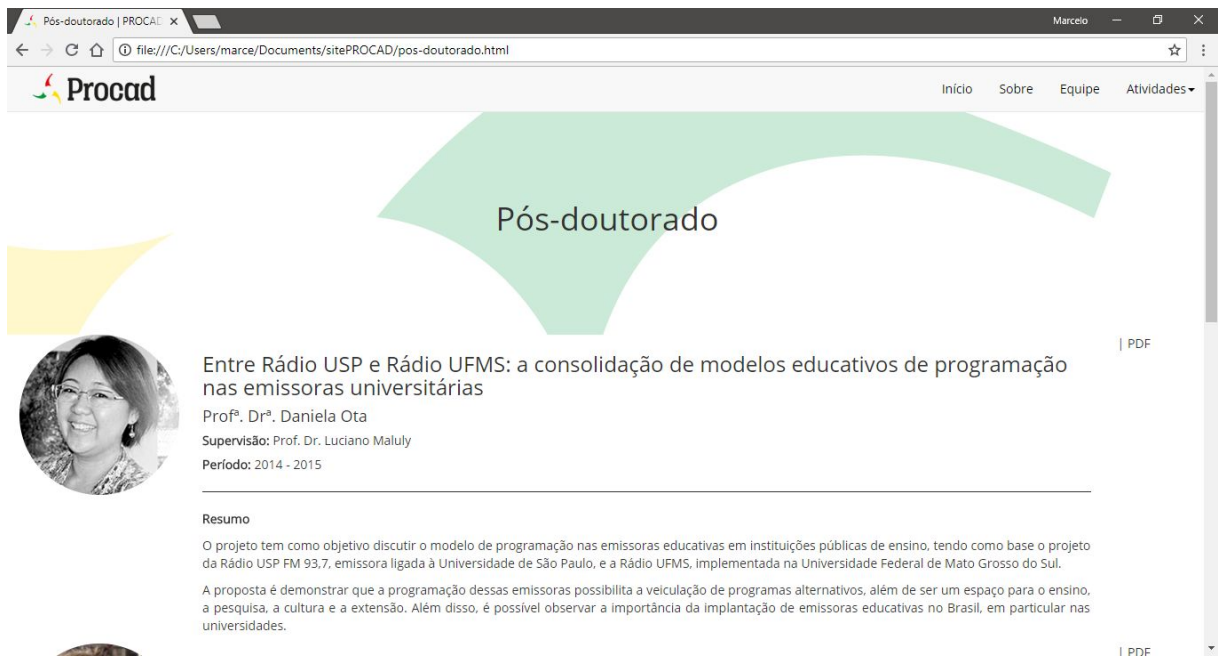
⁶ Em função da limitação a apenas um documento, privilegiamos a disponibilização de um relatório final. No entanto, alguns projetos poderão estar em andamento, o que nos leva a disponibilizar a documentação mais recente da pesquisa, como o projeto de pós-doutoramento.

Figura 12 - página ‘Seminários em dispositivos móveis.



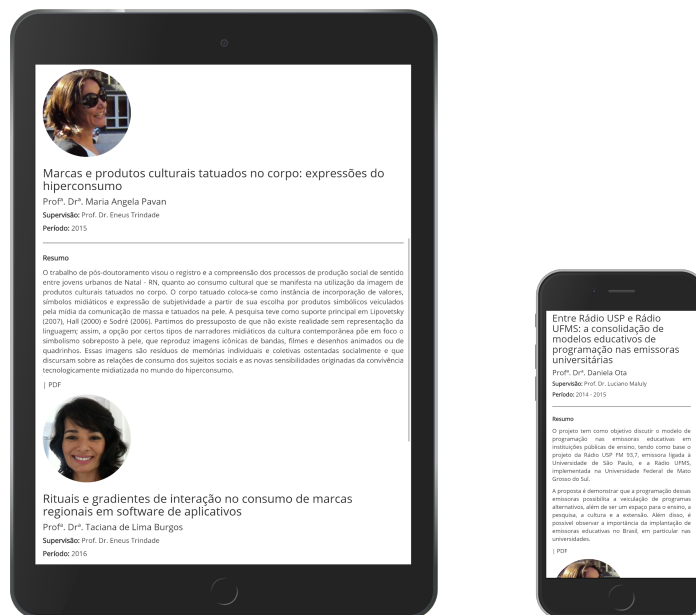
Fonte: autoria.

Figura 13 - página ‘Pós-doutorado’ (desktop)



Fonte: autoria.

Figura 14 - página 'Pós-doutorado' em dispositivos móveis



Fonte: autoria.

CONCLUSÕES

A partir de uma análise do percurso das atividades de trabalho, notamos que os objetivos anteriormente traçados foram atingidos, com exceção da proposta de acessibilidade, ainda pouco explorada. O desenvolvimento ainda se mostra aberto e em vias expansão, a partir do incremento de mais conteúdos e recursos que facilitam a busca e visualização das informações e conteúdos do Programa. Torna-se conveniente o lançamento de novas perspectivas quando pensamos nas possibilidades de acesso ao site, em especial a sua capacidade de ser acessível a pessoas com deficiência visual e auditiva, o que nos leva a formular mecanismos que deem suporte e sejam adaptáveis a este público, muito pouco levado em conta em grande parte dos sites na internet.

Muito além de um repositório centralizador das informações e produções do Programa, nos colocamos a elaborar formas adequadas de disponibilizá-las, apoiado em diretrizes que melhor acompanhem as dinâmicas do Procad no contexto científico e comunicacional, sobretudo no que se refere à universalização dos conhecimentos.

REFERÊNCIAS

BOOTSTRAP. **About Bootstrap.** Disponível em: <<https://getbootstrap.com/docs/4.0/about/overview/>>. Acesso em 04 Jul. 2018.

HENRY, Alan. Life Hacker | Downloads. **Five Best Text Editor.** Disponível em: <<https://lifelifehacker.com/five-best-text-editors-1564907215>>. Acesso em 04 Jul. 2018.

LELLA, Adam. comScore - **Insights. Smartphone Usage Has Doubled in the Past Three Years.** Disponível em: <<https://www.comscore.com/Insights/Blog/Smartphone-Usage-Has-Doubled-in-the-Past-Three-Years>>. Acesso em 04 Jul. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos Meios às Mediações: **Comunicação, Cultura e Hegemonia.** 5a ed. Editora UFRJ: Rio de Janeiro, 2008. 360p.

PINTO, Pedro. PPLWARE | Softwares. **TOP 10 dos melhores editores de texto em 2017.** Disponível em: <<https://pplware.sapo.pt/software/10-dos-melhores-editores-texto-2017/>>. Acesso em 04 Jul. 2018.

SUBLIME. **A sophisticated text editor for code, markup and prose.** Disponível em: <<https://www.sublimetext.com/>>. Acesso em 04 Jul. 2018.

**PARTE 2 - COMPREENDER A FEIRA LIVRE: MARCAS, CONSUMO E
MEDIAÇÕES**

INTRODUÇÃO

A partir do olhar sobre as atividades do espaço urbano e as respectivas apropriações que este possui no âmbito sociocultural, nos lançamos a pensar sobre um objeto pouco estudado no campo da comunicação: as feiras livres da cidade de São Paulo. Historicamente inseridas no tecido da metrópole, as feiras livres sofreram grandes transformações até serem compreendidas como atividade fundamental para o suprimento da demanda de consumo de produtos hortifrutigranjeiros e, deste modo, serem regulamentadas pelo aparelho burocrático municipal (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO PAULO, 2018). Aportando-se a noção de que as feiras livres não somente se constituem como uma prática comercial - voltada exclusivamente ao atendimento de uma lógica simplificada de relação de compra e venda -, nos colocamos a entendê-la como latente componente da sociabilidade, lugar onde a circulação de sentidos e práticas se mostra intensa, do mesmo modo que apresenta dinâmicas modulares de interação entre sujeitos, algo próprio de uma complexidade não muito aparente num primeiro olhar.

Sob o fundamento dessas percepções, nos colocamos a traçar percursos para pensar o objeto feira livre a partir do âmbito comunicacional, ou seja, quais os possíveis atributos e/ou questões que o configuram também como pertinente na pesquisa em comunicação. Além de tudo, busca-se elementos que possam indicar quais os fundamentos teórico-metodológicos adequados para olhá-lo de modo comprometido com a multiplicidade de suas questões. Deste modo, o olhar às práxis culturais do ambiente das feiras livres, substancialmente pertinente e fértil à produção de sentidos que se voltam à circulação e apropriação, é apontado como importante recurso para entender as interações da atividade sob um ponto de vista que privilegie a complexificação dos elementos que compõem a feira livre. Paralelamente a isso e nos servindo da teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero (2008), um dos maiores expoentes dos Estudos Culturais na América Latina, concatenamos os estudos sobre consumo das identidades marcárias como componente desta presente pesquisa. Tal implementação está amparada pela noção da insuficiência de projetos de investigação que abordem as atividades populares na centralidade das discussões.

O desprestígio do popular

No tocante a este último ponto, nos cercamos de algumas dúvidas a respeito do cenário de insuficiência dos estudos de comunicação voltados a atividades situadas no circuito inferior, conceito formulado por Santos (2008, p. 43-48) para designar as atividades cuja tecnologia predominante é o ‘trabalho intensivo’ e “frequentemente local ou localmente adaptada ou recriada” (SATO, 2008, p. 43). Distante do circuito superior, cuja tecnologia empregada é o ‘capital intensivo’, demasiado uso de publicidade e relações de trabalho mais estáveis, o circuito inferior, de um modo geral, é muito pouco explorado, algo que num olhar um pouco menos ingênuo pode ser visto como uma grande problemática para o entendimento de realidades historicamente desprestigiadas e, em um maior nível, a compreensão do subdesenvolvimento ainda persistente em grande parte do Brasil. Concomitante a isso, nos colocamos a observar o popular, que por sua vez dialoga profundamente com o conceito dos circuitos da economia de Santos (2008). Neste caso, a concepção do popular a partir de uma das noções apresentadas por Martín-Barbero (2008) que, aportando a ideia da multiplicidade social existente antes da incorporação e consolidação do Estado moderno, entende-o como classe dissolvida em meio a um processo de enculturação cuja finalidade de construção de um ideal de nação pouco se interessou ao atendimento da ‘vontade geral’, mas sim de demandas de agrupamentos sociais específicos, ensaiadores e requerentes de uma unidade mercantil planejada a partir da incorporação de mecanismos políticos e institucionalizações voltadas ao apagamento das diferenças (Martín-Barbero, 2008, p. 134-135), se torna adequada para o estudo desta atividade, uma vez que dialoga com a perspectiva de Santos (2008).

O aporte das considerações do autor, apesar de construídas a partir de entendimentos sobre os eventos históricos, ainda se mostra pertinente ao contexto atual, em especial se levado em conta as constantes reconfigurações do tecido político-econômico, este acompanhado de profundas transformações que aclaram as novas incorporações do âmbito liberal nas esferas de atividade social, como o trabalho. Além disso, tais perspectivas nos levam ao menos ao delineamento do cenário da feira livre e demais atividades que se enquadram nas perspectivas apresentadas acima: lugar de profundo desprestígio, preenchido por uma deturpada noção de ‘baixa aderência’ e potencialidade de contribuição efetiva à esfera de produção de conhecimento acadêmico. Os esforços de estudo e investigação, desta maneira, se voltam as ‘grandes questões’ da comunicação, formuladas pela prática da conceituação generalizante que pouco se preocupa em entender os pormenores da realidade regional. No âmbito do consumo, o circuito superior e, subsequentemente as grandes marcas,

são expoentes máximos de dominância na esfera de discussão. Apesar de extremamente pertinentes, mesmo com o persistente preconceito no campo da comunicação no que se refere a estudos sobre consumo midiático e das identidades marcárias (TRINDADE e PEREZ, 2016, p. 6), as discussões pouco se direcionam ao âmbito das atividades populares. De modo a conferir outro olhar a esse cenário na academia, nos colocamos a formalizar os propósitos desta presente pesquisa:

Observar e identificar as interações comunicacionais entre feirantes e consumidores em contexto à figura eu-marca do(a) feirante e as mediações para com seus consumidores.

A formalização da máxima objetiva muito leva em conta a noção da complexidade do ambiente da feira livre na formação da identidade marcária do(a) feirante no contexto da circulação dos sentidos e elementos ‘mediacionais’ atuantes, conferidores de múltiplas dinâmicas de reconfiguração local na esfera do consumo. Os vínculos comunicacionais, como evidente no enunciado acima, são reconhecidos como parte do processo de ‘fazer a feira’, uma vez que percebe-se a existência de relações entre sujeitos, independentemente dos tipos ou graus de aproximação. No tocante à noção da ‘figura eu-marca’, compreendemos que as personalidades dos(as) feirantes são protagonista no âmbito da atividade, não somente por causa do posicionamento evidente na atividade, mas também pelo fato de serem sujeitos que efetivamente contribuem/necessitam para/da a ocorrência da feira livre. Em paralelo, destaca-se os objetivos específicos da pesquisa, componentes essenciais à fundamentação de um entendimento maior sobre o objeto no âmbito da comunicação.

Objetivos específicos

1. Verificar as formas dos enunciados na feira livre a partir da momentaneidade e ocorrência de eventos locais;

Neste processo, apela-se essencialmente aos principais constitutivos da imagem da unidade produtiva (feirante e banca), acompanhado das suas próprias visualidades e processos dinâmicos do discurso, como chamamentos.

2. Averiguar a ocorrência de alterações na preferência dos consumidores na feira livre mediante a figura eu-marca do(a) feirante a partir da descrição dos rituais de consumo existentes;

Munido de aparatos da observação, observa-se a necessidade de entender os percursos e apropriações do/ no ambiente da feira livre, sendo a compreensão dos rituais de consumo a síntese desse objetivo mais específico. Em ligação ao objetivo específico descrito anteriormente, as preferências dos consumidores podem acompanhar a dinâmica das formas dos enunciados na feira livre, aliado também à manifestação de outros elementos da feira livre: realização de promoções (do início à xepa), degustação de frutas, arrumação da banca, formas de pagamento (cartões débito/crédito), etc.

3. Relacionar as alterações de preferências com os rituais de consumo na feira livre, em contexto com as demais mediações comunicacionais atuantes;

Neste caso específico, as mediações comunicacionais podem ser compreendidas a partir da observação dos formatos comunicacionais, dinâmica do consumo, institucionalidade local e matrizes culturais.

4. Verificação das interações existentes entre os feirantes, como forma de entender os possíveis níveis de interação existentes na feira livre: oportunidade, fidelidade e confiabilidade;

Os níveis estabelecidos seguem de acordo com as mediações atuantes na feira livre.

PRECURSORES

Tendo em vista a necessidade de se buscar e entender o atual estado de conhecimento sobre o objeto no campo científico, nos colocamos a buscar as considerações sobre a feira livre em diversos campos de conhecimento. De antemão, observamos uma presença notável do objeto feira livre no campo da geografia. Um dos trabalhos mais evidentes disso pode ser verificado em Mascarenhas e Dolzani (2008), que a partir de uma revisão dos eventos de implantação da atividade no território urbano brasileiro, em especial no Rio de Janeiro, expõe as seguidas incorporações e transformações da atividade no espaço das cidades, acompanhado de mudanças que as grandes metrópoles sofreram no decorrer da modernidade: o autor

evidencia o caráter precário das feiras livres no contexto da modernidade: antes tidas como componentes de uma modernização varejista das cidades no século XX (MASCARENHAS e DOLZANI 2008, p. 75-76), as feiras livres agora ocupam posição desprivilegiada e precária em meio as novas dinâmicas do capital, produtor de novas mecânicas e formatos de atendimento das demandas de consumo alimentício, como os supermercados e outros estabelecimentos comerciais voltados ao auto-atendimento. De outro modo, o autor também expõe dimensões do processo que vão além do entendimento econômico ao abordar um projeto de confinamento das feiras livres cariocas em uma ‘linha’ dedicada a atender as demandas da população periférica:

Importante lembrar que o conflito entre feirantes e supermercados não se restringiu às esferas econômica e jurídico-política. No plano do imaginário, recriam-se as feiras livres como territórios do desconforto, do informal, do transtorno, do atraso, do barulho e sujeira das ruas, enquanto os supermercados são massivamente apresentados como portadores do novo, do belo, do conforto, do "american way of life". A grande imprensa, entre 1969 e 1974, intensifica brutalmente o volume de reportagens sobre aspectos negativos das feiras livres (insegurança, sujeira, atravancamento do tráfego), mesmo numa época em que ainda funcionavam com performance bastante satisfatória (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 79).

Sato (2012), por sua vez, realiza observações que partem do ponto de vista da psicologia social: muito além de observar a territorialidade popular de feira livre, a pesquisadora aporta importantes noções para compreendermos a atividade no que se refere a sua organização, dando ênfase em elementos relacionados ao trabalho e ambientação. Uma das considerações tidas como mais notáveis no trabalho da autora diz respeito à multidimensionalidade da feira livre no conjunto de funções e atividades internas. Para ela, a feira livre, pela própria inscrição em um dos lugares que mais evidencia o caráter público das cidades, a rua, é lugar “para trabalhar, passear, fazer compras, mendigar e também pesquisar” (Sato, 2012, p. 25). Outra importante questão levantada pela autora e mais tangente aos propósitos desta pesquisa pode ser verificada em uma de suas observações sobre a montagem da banca na feira livre, que desde a madrugada tem sua arrumação regulada de acordo com critérios individuais, além de seguidas vezes se organizarem em conformidade com as dinâmicas da feira livre no decorrer do seu período de funcionamento (Sato, 2012,, p. 97). A organização diária da banca, por sua vez, difere-se de feira à feira, num composto de diferenças de montagem peculiar a cada situação e lugar:

(...) montar uma loja todo dia remete não apenas ao trabalho fisicamente árduo de montagem e desmontagem das bancas, mas a um nomadismo que exige posicionar-se, a cada dia, em cada feira, em cada lugar, em um ambiente geográfico, social, cultural e econômico diferente; portanto, significa fazer e situar-se num ambiente organizativo diferente (SATO, 2012, p. 171).

Em tratamento específico à comunicação, Maio (2015) destaca e confere tratamento teórico mais específico às mediações espaciais existentes na feira, no mercadão e supermercado e a interface das interações interpessoais nestes estabelecimentos e atividades. Também utilizando como fundamentação teórico-metodológica a teoria de Martín-Barbero (2008), a autora destaca os componentes físicos dos locais como principais instâncias articuladoras das interações face-a-face entre os sujeitos consumidores presentes. Em alguns dos ambientes visitados pela autora em seu estudo, como supermercados e outros pontos de venda onde existem elementos artificiais (gôndolas, prateleiras, caixas), a interação entre consumidores é menor se comparado a ambientes mais abertos, cujas prescrições de pertencimento e reserva de espaços são difusas e muitas vezes pouco admissíveis a definições rigorosas, a exemplo da feira livre, que favorece a manifestação de encontros e interações que excedem o estágio estritamente comercial (Maio, 2015, p. 55-56); nesta atividade em específico, a autora observa, a título de exemplificação, a concorrência entre as bancas na espacialidade limitada como mediação particular impulsionadora de posicionamentos e posturas de disputa que muito se utilizam do grito e demais manifestações enérgicas (Maio, 2015, p. 58).

Tais entendimentos, apesar de parcialmente distantes dos propósitos da pesquisa, são parte de tentativas maiores, e efetivas, de se desenvolver noções iniciais sobre o objeto e, de algum modo, lograr-se à fundamentação de perspectivas que se compatibilizem e acompanhem a complexa configuração do objeto.

METODOLOGIA

Como forma de entendermos o objetivo a partir das dimensões destacadas na pesquisa, nos colocamos a explorar métodos pertinentes a própria incipiência do objeto na área, situação que nos direciona a buscar formas de ver a feira livre que lidem com seus elementos de maneira complexificada. Deste modo, destacamos a observação participante como recurso

metodológico adequado para compreender esta atividade no contexto dos estudos marcários. A escolha do método está debruçada na noção da necessidade de se olhar a feira livre de modo antagônico ao comum, capaz de perceber os pormenores do objeto que, num olhar superficial, somos incapazes de entender. A fuga de leituras simplistas sobre os componentes da feira livre, desamparadas da responsabilidade de tratá-los de maneira que não admita determinismos lógicos reduzidos a relações de causa e efeito, distante das lacunas existentes entre os sujeitos e demais fatores, é tida como essencial na pesquisa. Nesta linha, Sato (2012) aborda sobre a proximidade com o objeto: para ela, a familiaridade muito pode contribuir para a proposição de questões-guia, do mesmo modo que pode se transformar em percalço na definição de novos entendimentos sobre o que é conhecido; a autora lança-se a “transformar o familiar em estranho para ressignificá-lo à luz do outro campo de significados (...)” (SATO, 2012, p. 29).

Na observação participante, nos apoiamos nas definições de Peruzzo (2006), que ao abordar em especificidade o método, compreende-o como modalidade que é própria da pesquisa participante (Peruzzo, 2006, p. 133). Nos critérios da autora, três são os atributos que qualificam o método como tal: 1. inserção do pesquisador no grupo a ser pesquisado, deixando-se vivenciar as situações do ambiente sem necessariamente omitir sua identidade de pesquisador, reservando-se fundamentalmente à observação em campo; 2. autonomia do sujeito pesquisador, ausentando-se da interferência de qualquer membro do grupo na totalidade dos processos da pesquisa; 3. e possibilidade de ser conhecido pelo grupo, bem como as intenções da pesquisa (PERUZZO, 2006, p. 133-134). Nesta investigação, no entanto, nos colocamos a manter a identidade de pesquisador aberta, apesar de reconhecidos os possíveis inconvenientes que a presença do observador em campo poderia trazer; além disso, nos mostramos abertos a qualquer dúvida que poderia surgir por parte dos feirantes e/ou consumidores no local.

Etnografia, observação participante e a pesquisa: algumas ponderações

Apesar da proximidade conceitual do método com a etnografia, como bem observado nas distinções de Peruzzo (2006), que ao apontar a etnografia, um tanto diferente da observação participante, a define como “mais preocupada com os elementos constitutivos do cotidiano que perpassam as relações das pessoas com a mídia na perspectiva da construção de

significados a partir da exposição aos conteúdos do meio de comunicação, no universo da cultura” (Peruzzo, 2006, p. 136), enquanto que a observação participante pode se interessar também pela captação dos processos comunicacionais, temos em vista que tais observações e o próprio cenário de produção da pesquisa, preenchido por questões relacionadas à capacidade de operacionalização da coleta e o relativo curto período de tempo dedicado à observação, nos colocamos à implementação do método de observação participante em relação com a etnografia somente como um servimento inspiracional, ou seja, apenas nos reservando à utilização do método escolhido sob a orientação da busca de formulações que possam oferecer, de algum modo, alguma contribuição teórica para os estudos de comunicação e consumo. Esta decisão na fase metodológica, além de considerar problemática a potencial insuficiência da abordagem, capaz de se voltar a uma superficialidade analítica não desejada, está amparada pelos conceitos de Peirano (2014), que numa profunda observação cotidiana tece a noção de que a etnografia, por si só, ou seja, pela sua aplicabilidade operacional-metodológica em uma pesquisa e somente declarada e reservada como método, não se caracteriza como tal, uma vez que pouco satisfaz os objetivos maiores da etnografia: além de método, também funda-se como uma contribuição teórica ao campo da antropologia. As monografias, em exemplo, são consideradas pela autora como obras que transcendem a ideia da etnografia somente como método e operacionalização voltada à observação participante:

Uso esse exemplo conhecido para ressaltar mais uma vez o fato fundamental de que monografias não são resultado simplesmente de “métodos etnográficos”; elas são formulações teórico-etnográficas. Etnografia não é método; toda etnografia é também teoria. Aos alunos sempre alerta para que desconfiem da afirmação de que um trabalho usou (ou usará) o “método etnográfico”, porque essa afirmação só é válida para os não iniciados. Se é boa etnografia, será também contribuição teórica; mas se for uma descrição jornalística, ou uma curiosidade a mais no mundo de hoje, não trará nenhum aporte teórico (PEIRANO, 2014, p. 383).

A relevância dada à contribuição teórica à antropologia, como observamos, é tida pela autora como fator essencial numa pesquisa pelo fato de ensaiar: a contestação dos sistemas de equilíbrio da antropologia; eliminação da ideia de sistemas fechados; consideração dos rituais e totalidade dos aspectos comunicativos; indicação da alteridade dos sistemas políticos regionais; e a evidência de que as fronteiras sociais não se compatibilizam com as da cultura (PEIRANO, 2014, p. 383).

Apesar das intenções da pesquisa se direcionarem a uma contribuição teórica, também nos deparamos com questões extremamente pertinentes, como o tempo de maturação da presença no local, que a própria dimensão modular da feira livre dificulta: não se sabe quando ela pode acabar - apesar do tempo regulamentado pela prefeitura -, da mesma forma que as objetivações de investigação não se voltam a uma densa descrição textual da ‘ação vivida’ (PEIRANO, 2014, p. 386). As ‘inspirações etnográficas’ recaem, desta forma, na dinâmica operacional e técnica da pesquisa: realização de anotações em campo, buscando olhar os detalhes e regramentos tácitos locais; utilização de diários de campo para a escrita dos percursos de observação; retomada dos escritos; revisões de eventos presenciados sob a reflexão constante das atividades.

Em referência aos diários de campo, notamos que a prática de realizar anotações paralelamente às observações se torna essencial neste trabalho, uma vez que o ambiente da feira livre se mostra aberto à mistura de cheiros, ações e visualidades, que num olhar menos atento poderia não revelar as imbricações que cada um dos componentes que a ela constituem carregam. A descrição das ocorrências, da mesma forma que a exposição dos sentimentos e perspectivas pessoais do observador com o objeto, transcendem a noção de registro, mas ensaiam a perspectiva de um desconhecimento que planeja a captação das peculiaridades do diferente, entendendo-o com base em critérios que pouco levam em conta generalizações e conceituações maiores, mas cumprem o entender das singularidades. Nesta perspectiva, Magnani (1997) expõe a reverência do caderno de campo na pesquisa etnográfica, se apoiando numa perspectiva que considera o artefato como ferramenta de pesquisa capaz de registrar o contexto particular em que os dados foram obtidos, sob a experiência única de estar em contato com o outro em termos de espaço, tempo e códigos (MAGNANI, 1997, p. 10); o autor também opera a ideia de que tais instrumentos sinalizam o estado de aprendizagem, uma inquietude ansiosa por descobertas e elementos capazes de subsidiar compreensões sobre determinada realidade específica, algo que outros formatos de inscrição pouco são capazes:

No entanto, apesar de indispensável no trabalho de campo, e de seu caráter de instrumento usado tanto nos primeiros contatos, como em projetos mais alentados, não se pode evitar, associada ao caderno, uma certa conotação de “coisa de iniciante”: é algo descartável, opõe-se a livro - este sim, “definitivo” - e a relatório, que vai ser lido e avaliado. Caderno evoca e supõe um estado de aprendiz, daquele que, por nada saber, tudo anota, não deixa passar nada (MAGNANI, 1997, p. 11).

Observar duas feiras: definição amostral

Expostas as considerações substanciais do tratamento metodológico da pesquisa, nos colocamos a descrever as definições amostrais e a estrutura operacional da fase de coleta de dados. As observações em campo foram realizadas por meio de visitas regulares em duas feiras livres da cidade de São Paulo: uma delas se localiza na Rua Sampson, no distrito do Brás, conhecido pela grande efervescência comercial, em especial de lojas voltadas à venda de vestuários e tecidos; a segunda se encontra na Rua Madre de Deus (a partir do número 604), no distrito da Mooca, próximo ao Brás, porém com características bem distintas, como o expressivo caráter residencial que planeja à verticalização e cujos montantes de renda se mostram elevados⁷. Os critérios utilizados para a definição deste corpus de pesquisa, além da noção da necessidade de prescrever um recorte preciso, bem como na esquematização da disponibilidade e conveniência logística e temporal, também se voltam ao atendimento dos seguintes fatores: estarem situadas nas regiões do centro ou o chamado ‘centro expandido’, dado a maior facilidade de acesso; manterem consideráveis discrepâncias de ordem social, econômica e geográfica; serem as maiores dentre as outras de cada distrito⁸.

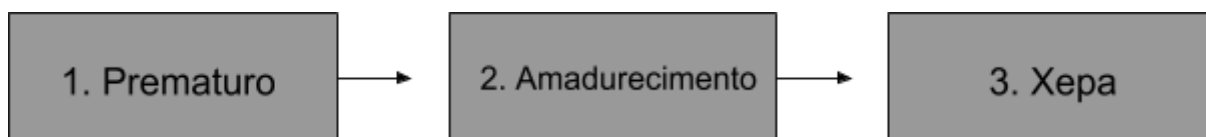
No tocante específico às atividades de coleta, nos dedicamos a realizar visitas em distintos períodos de ocorrência das feiras livres selecionadas. Nos apoiamos na esquemática de visitas que considera a existência de três períodos gerais de atividade: segundo algumas definições de Sato (2012) a respeito do planejamento das atividades diárias e semanais de alguns dos feirantes que compuseram parte de sua pesquisa, a autora parte de um princípio esquemático que elucida a configuração da rotina de trabalho do feirante em múltiplas situações rotineiras: deslocamento à feira, montagem da banca, exposição dos produtos, comercialização, desmontagem e deslocamento ao atacadista para a posterior compra de novos produtos (SATO, 2012, p. 183). A partir deste conjunto exposto pela autora, evidenciamos a necessidade de abstrair e formar três blocos de atuação e operação na feira

⁷ Ambas as feiras ocorrem na quarta-feira, o que nos leva a dedicar um dia de visita em cada feira.

⁸ Nesta última definição, nos apoiamos na base de dados disponibilizada pela Prefeitura de São Paulo num portal online específico, o Feira Maps, dedicado ao mapeamento das feiras livres na cidade: selecionamos no mapa as feiras com maior metragem e quantidade de bancas. Na feira escolhida no Brás, encontramos uma metragem de 508 metros lineares repartidos em 87 bancas, enquanto que na feira da Mooca há 453 metros lineares distribuídos em 71 bancas. Maiores informações poderão ser obtidas em <<http://www9.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/sdte/pesquisa/feiras/>>. Acesso em 16 Jul. 2018.

livre: montagem da banca e exposição da mercadoria⁹, comercialização e desmontagem da banca. Exposto parte do percurso autoral, formula-se a seguinte síntese de entendimento: a totalidade das atividades da feira livre é composta e segue em conformidade com três períodos gerais: o inicial (1. Prematuro), delimitado ao ato de montagem da banca, alocação das mercadorias com alta precificação aos fregueses; intermediário (2. Amadurecimento), conhecido pelo processo de maturação das atividades da feira livre, perceptível no aumento da freguesia e decaimento gradativo dos preços e estoque das mercadorias; e o final (3. Xepa), fase de esgotamento da feira livre, observável a partir da ebulição discursiva-persuasiva na disputa concorrencial entre feirantes, decaimento agressivo dos preços e estoques ainda reservados à venda e aumento massivo na concentração de fregueses circulantes.

Figura 1 - quadro esquemático dos períodos da feira livre



Fonte: autoria.

Tal definição está ligada à ideia de que em cada um dos períodos destacados evoca-se diferentes dinâmicas de interação entre os sujeitos, assim como distintas mediações atuantes no local em função da configuração das atividades. Tal quadro hipotético lançado nessa fase metodológica, no entanto, também se coloca à prova no decorrer da pesquisa, o que não nos leva a considerá-lo como uma espécie de ‘modelo’ que não admite contradições com os dados observados e coletados.

Os horários das visitas, por sua vez, foram definidos da seguinte forma: para o início (1) da feira nos colocamos a começar o percurso de observação a partir das 7 horas da manhã; enquanto que no período de amadurecimento (2) nos dedicamos às atividades de coleta entre 9h30min e 12h; por último, o período de observação da xepa (3) teve início a partir das 12h em diante. Tais detalhamentos da periodização, longe de um seguimento estrito que não acompanhe as modalizações do ambiente, servem apenas de guia para o cumprimento das atividades dessa fase de pesquisa, admitindo, vez ou outra, maiores ou menores intervalos de

⁹ A autora coloca a montagem e a exposição como núcleos de atividades distintos, dado a necessidade da própria linha autoral de desenvolver estudos e enfoques nesses dois processos. No entanto, como forma chegarmos a uma síntese de ideias, verifica-se a necessidade de alocar ambos em um único bloco.

tempo dedicado à observação das atividades. Incrementa-se às visitas a realização de entrevistas com consumidores e feirantes locais logo após o tempo dedicado à observação e anotação, como forma de buscar maiores informações. Para isso, nos apoiamos em um breve roteiro de perguntas¹⁰.

ANÁLISES

Nesta fase da pesquisa, deslocamos atenção aos resultados efetivos de todo o processo. Contemplamos nesse estágio uma síntese dos trabalhos desenvolvidos na fase anterior, amparado nas perspectivas traçadas nos objetivos da pesquisa, aliado a uma exploração e abordagem de temas e questões de forte apelo ao debate e discussão, de modo a permitir maior (e melhor) maturação de alguns pontos levantados. De outra forma, também nos dispomos a elucidar e, de alguma maneira ‘reparar’, alguns conjuntos de valores construídos no decorrer da pesquisa, e que no momento de coleta se mostraram incompatíveis à realidade local. Entendemos que se deparar com situações inusitadas é parte do processo de pesquisa, o que nos auxilia também a pensar sobre as práticas de atribuição conceitual que muitas vezes não se alinham à especificidade dos objetos.

Em tratamento à teoria das mediações, nos dedicamos a elaborar excursões mais aprofundadas sobre as proposições de Martín-Barbero mediante uma espécie de ‘passeio’ pelo mapa das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 16), que terá notável relevância no processo de análise. Tal articulação teórica nos permitirá refletir de maneira mais ampla as noções sobre consumo na feira livre em interface com a figura eu-marca. Desta forma, nos diferenciamos de outros aportes paradigmáticos cujas consistências de abordagem são essência e substancialmente voltadas a uma mecânica de causa e consequência, muito mais direcionadas a um senso que entende a comunicação a partir do binômio produtor-receptor e muito mais preocupados com os efeitos, como bem apontado por França (2001, p. 14) ao abordar o paradigma informacional, tido como inoculador de uma lógica que não admite processos comunicacionais que não abarquem a transmissão exclusivamente bilateral e de fluxo linear. Neste olhar sobre os estudos em comunicação, Sodré (2014, p. 24) aporta a ideia de que a perspectiva teórica da transmissão de informações, voltada à persuasão de massa e

¹⁰ O roteiro de entrevista se encontra em Anexo disponível no seguinte endereço eletrônico: <<https://goo.gl/YttiZR>>. Outros dados da pesquisa, como fotos, áudios e anotações do diário de campo também se encontram anexadas no link.

consolidadora da expressiva consideração da relevante operacionalidade dos dispositivos midiáticos na vida social, ultrapassa até mesmo as conceituações sobre ‘comunicação’, algo que para ele “pode ser um dos fatores responsáveis pelo baixo avanço cognitivo das pesquisas na área” (SODRÉ, 2014, p. 26). Considerações sobre as mediações, como podemos observar em Trindade e Perez (2016), direcionados à compreensão de que os conceitos de midiatização e mediação podem ser lançados à complementaridade, entendendo o segundo como modelo que contém os processos de midiatização, cuja essência teórica pode ser entendida como destaque para entender a complexidade e instabilidade contextual no qual a América Latina se encontra (TRINDADE e PEREZ, 2016, p. 08-09), são de extrema pertinência nesse percurso, uma vez que atendem aos princípios de atendimento das necessidades de compreensão local, posição que, não anulando a possibilidade de diálogo com pontos de vista globalmente dominantes, se mostram muito mais adequados e pertinentes ao contexto regional/local.

O ambiente da feira livre: breves verificações

Ao adentrarmos no ambiente de ambas as feiras, notamos um certo estranhamento por parte dos sujeitos presentes, que vez ou outra olham para os instrumentos de trabalho utilizados: caderno, caneta e celular em mãos. O olhar do pesquisador se difere dos demais olhares de consumidores, muitas vezes já inseridos na ambientação e muito mais corriqueiros¹¹, cuja clareza e familiaridade com os elementos em campo já se mostram consolidadas, ao contrário do olhar de quem experiencia o local e seus respectivos componentes num primeiro momento e munido de percepções externas. Observando logo de início as bancas situadas no começo das feiras¹², locais onde são instaladas bancas de pastéis e de outros alimentos similares, como salgados fritos ou assados, que dividem espaço também com bancas de bebidas naturais (caldo de cana e água de coco) e industrializadas (refrigerantes, sucos, etc.), notamos de antemão certas esquemáticas de organização muito peculiares a cada uma das feiras, do mesmo modo que semelhanças, como na disposição das bancas de comida mencionadas, posicionadas sempre nas esquinas das ruas, conglomerando aos seus entornos

¹¹ É conveniente salientar que tal percepção não desconsidera o fato de que os sujeitos frequentadores da feira livre possuem olhares atentos aos elementos pormenorizados.

¹² Aqui nos prestamos a considerarmos um ponto importante: ao falarmos ‘início da feira livre’, nos colocamos a apresentar um referencial que é proveniente de perspectivas pessoais *in loco*, que muitas vezes não se compatibiliza com demais entendimentos sobre ‘começo/início’ e ‘término’ da feira, dado as diferentes origens dos fluxos de pessoas que transitam na feira.

algumas mesinhas e banquinhos, reservados ao consumo dos produtos por fregueses, que muitas vezes apontam diferentes intenções: encontramos pessoas sentadas e conversando, muitas vezes com seus carrinhos vazios, algo que nos faz compreender um tipo de operacionalidade do modo de consumir na feira livre, prática atravessada por formatos (disposição da banca e seus respectivos ornamentos) e competências receptivas e consumo (modos de operar as significações, singulares a cada indivíduo). Nesses marcadores (formatos e competências), coexiste a mediação de uma ritualidade (ritual de consumo, nos termos desta pesquisa) que, nas palavras de Martín-Barbero, suscita ‘gramáticas da ação’, “que regulam a interação entre os espaços e tempo da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 19). Articulam-se diferentes percepções sobre o ‘fazer a feira’: as bancas de pastéis e salgados podem servir de espaço para a alimentação antes das compras, possibilitando dessa forma a excitação de distintos graus de convivência e sociabilidade mínima entre os indivíduos ali presentes; de outro modo, também podem ser compreendidas como lugar para se alimentar no período posterior às compras, certas vezes ideais ao consumo cujas relações se deem numa praticidade, como o ‘levar pra viagem’ ou consumir rapidamente antes de ir embora. Notamos com as exemplificações dos momentos observados a pertinência dos formatos e das competências de recepção e consumo, estas estabelecidas por elementos (físicos ou não) presentes na feira livre. As práticas comunicativas e a interação entre os sujeitos, por sua vez, são mediadas por rituais de consumo próprios a cada sujeito consumidor. Circulam pela feira livre infinitas formas de olhar a atividade e experienciá-la: diferentes modalidades de percurso - alguns preferem começar dando um ‘passeio’ pela feira e olhando as bancas com preços e/ou produtos mais atrativos; outros preferem dar início às compras a partir de sentidos de prioridade de produtos, cuja memória se inscreve no resgate ‘do que está faltando em casa’; outros consumidores são passantes, que acabam utilizando a rua da feira como rota de ida ao trabalho e vez ou outra compram alguns produtos logo no início das atividades¹³; entre outras formas de interação e apropriação em relação à feira livre que a finitude e as limitações operacionais da observação em pesquisa não são capazes de perceber.

Em concomitância a isso, apontamos que a disposição das bancas na rua é mediada por uma institucionalidade municipal, que regulamenta as feiras e as respectivas bancas com o

¹³ ‘Início’, neste caso, se circunscreve no sentido temporal, ou seja, as pessoas compram produtos logo pela manhã.

intuito de garantir melhor distribuição dos tipos de produto no decorrer de todo o ‘percurso’ criado para os clientes percorrerem e, assim, diminuir as chances de alocação de alguma banca em posição desprivilegiada e garantir a possibilidade de comercialização minimamente ‘justa’ das mercadorias por todos os feirantes (SATO, 2012, p. 172-173). Nestas observações notamos, novamente, a articulação das mediações atuantes no local, que por sua vez atravessam as práticas comunicacionais do local e são moduladoras dos rituais de consumo e vínculos de sentidos criados entre as figuras eu-marca e os consumidores da feira livre. No tocante ao espaço público, abriga-se diferentes tipos de apropriações e significações, momentâneas e em conformidade com o período de permanência da feira livre. As adaptações nos espaços - que num primeiro momento parecem pouco a oferecer, como o pavimento dedicado aos pedestres, e que ao final é transformado em locais que reservam diferentes normas, procedimentos, regramentos tácitos e redes de sentidos, a exemplo das áreas com mesinhas, bancos, cardápios, dispensadores de papel toalha descartável e porta sachês, sugestivos à permanência e cultivo das manifestações materiais e simbólicas que a banca possui -, são parte de um conjunto maior de aspectos que configuram a feira livre como tal: atividade popular expoente de uma espécie de sincretismo de fatores, formuladora de uma enorme diversidade que, paradoxalmente, elabora sua própria singularidade.

Um outro ponto a ser explorado no que tange à diversidade da feira livre pode ser verificado na intersecção de atividades do circuito inferior e populares nas proximidades da feira livre: encontramos pedreiros em obras de edifícios e casas (Mooca), trabalhadores de lojas têxteis fazendo entregas e carregando rolos de tecidos (Brás), além de vendedores ambulantes circulando pelo local (ambos distritos). Este último grupo e atividade recebem atenção especial, dado a proximidade com a feira em termos de configuração organizacional e de trabalho. Além da relação precária e voltada à subsistência e não acumuladora de capital (SATO, 2012, p. 50), o que também os enquadram no circuito inferior da economia, possui uma razoável relação de dependência em relação à feira livre, pois muitos dos vendedores ambulantes realizam a venda dos seus produtos exclusivamente aos feirantes, como algumas mulheres com seus carrinhos carregados de alimentos voltados ao que é comum e culturalmente consumido no café da manhã (leite, pães, presunto, queijo, mortadela, café, bolos); outra parte dos ambulantes aparecem ao fim da feira, dedicando-se ao oferecimento de cervejas ou outras bebidas (alcoólicas ou não) aos trabalhadores, que no momento pós-xepa se dedicam ao atendimento dos últimos fregueses e desmontagem das bancas. Os vendedores

ambulantes operam lógicas próprias com os feirantes, seus principais consumidores¹⁴, muitas vezes regidas por relações de confiança, a exemplo do caso de uma feirante que pede um café para uma das ambulantes enquanto se direciona para outro lado da feira, sem a necessidade de se aproximar e apresentar o dinheiro. Muitas dessas ambulantes¹⁵ utilizam toucas de cabelo e luvas, numa clara tentativa de elaborar o senso do preparo com higiene elevada, atributo capaz de qualificar a identidade marcária de tal forma. Como podemos evidenciar neste último ponto, tais situações encenam tecnicidades perceptivas, essenciais a um constructo de marca que preza pela qualidade do preparo, que apesar de ser feito na rua, lugar conhecido pelas condições muitas vezes adversas a atividades que envolvam a manipulação e consumo de alimentos, segue normas (próprias) de limpeza. Em meio a isso, coexiste entre os ambulantes e os consumidores específicos socialidades, como verificado nos momentos de breves conversas que apresentam certas intimidades, tramas que ilustram a ‘práxis comunicativa’ (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 17)

Universo da feira livre: mediações e vínculos de sentido

Em retomada às noções apresentadas nos objetivos desta pesquisa e atento aos conceitos de ritual de consumo e suas possibilidades de mudança no contexto da feira, algo que ocorre muito a partir das momentaneidades, apesar da relação com memórias, subjetividades e constructos das competências receptivas dos consumidores, nos apoiamos em Trindade e Perez (2014), que concebem a ideia de ritual de consumo de modo transdisciplinar e partir de duas vias, sendo a primeira voltada ao espectro antropológico, concebendo como “relações pessoas-objetos de consumo”, direcionados a uma concepção pautada na transposição de significados que se volta à “manutenção, resistência e/ou transformação das práticas simbólicas daquele sistema cultural estudado” (TRINDADE e PEREZ, 2014, p. 166), e do ponto de vista comunicacional, que o entende como “dispositivo articulador dos sentidos dos produtos/marcas na vida das pessoas” (TRINDADE e PEREZ, 2014, p. 166). Os autores também entendem que os esforços de pesquisa devem estar voltados especificamente a

¹⁴ O consumo de alimentos rápidos e práticos, que dispõem de pouco tempo para serem ingeridos, como sanduíches, cafés e bolos, é muito comum nas feiras livres, dado o pouco tempo que os feirantes têm para se dedicarem ao consumo de refeições mais completas. Isso se torna mais acentuado quando encontramos feirantes que não possuem ajudantes e/ou operam em níveis de atividade muito altas e com baixo número de auxiliares.

¹⁵ Em ambas as feiras, verificou-se que o servimento de alimentos do café da manhã é desempenhada apenas por mulheres, enquanto que na oferta de bebidas foi verificado a predominância de homens.

representações ritualísticas e ao modo de presença (TRINDADE e PEREZ, 2014, p. 167), o que nos coloca a entender que tais perspectivas, em especial a segunda, nos encaminham para a consideração e explanação dos níveis de interação descritos no início deste trabalho: oportunidade, fidelidade e confiabilidade.

Oportunidade: uma exploração da momentaneidade

Neste tipo de vínculo, verifica-se que os eventos inscritos numa momentaneidade são extremamente pertinentes e aproveitados pelos feirantes. Durante as observações em campo, notou-se que grande parte dessas interações ocorriam no momento da xepa, cujos anseios para o término da feira eram evidentes em função do cansaço, que ansiava o rápido escoamento dos produtos, que provavelmente se encontrariam em condições inadequadas para venda no dia posterior. A preocupação dos feirantes no horário da xepa¹⁶ era muito mais voltada ao volume de vendas do que propriamente ao preço, o que evidencia a presença de uma lógica de trabalho e organização que se concentra muito mais no cobrimento dos custos com a finalidade de perder o menos possível do que propriamente a retirada de lucros com as vendas. Situações que seguidas vezes incorporaram tal dinâmica podem ser vistas quando alguns clientes, aparentemente despreziosos, passavam por uma das bancas e eram diretamente chamados a escolherem as frutas na banca e colocarem na sacola pagando um ‘precinho especial’; certas vezes tais aproveitamentos de oportunidades foram acompanhados por ações cuja legitimidade ética pode ser questionada, a exemplo de um feirante que, anunciando o valor de 4 reais de uma bacia de manga em dado momento (“*4 reais a bacia de mangaaa!*”) e passado um rapaz em frente à banca, oferece ela por 3 reais num tom de maior intimidade (“*Três reais aí, amigo! Pra acabar logo!*”), enquanto que logo depois uma outra cliente chega e lhe pergunta o preço, e o feirante responde o primeiro valor (4), continuando a gritar: “*Manda abaixou! 4 reais! Faz 4 reais! Faz 4 a bacia!*”. Tais incongruências, apesar de isoladas e terminantemente não generalizáveis, aclaram a noção de exploração da momentaneidade, ausente de qualquer ‘compromisso’ maior com o cliente consumidor, dado o ambiente situacional.

¹⁶ A xepa na feira do Brás estende-se geralmente até às 15h, tendo início geralmente às 12h30min. Enquanto isso, a xepa na feira do distrito da Mooca termina mais cedo, até 13h30min.

Fidelização: incrementos interacionais

Nesta parte, reside ações e tentativas direcionadas a uma maior intimidade na relação, um pouco mais distante do critério comercial, mas nutrido por anseios direcionados ao agrado: formas de se apresentar (cumprimentos e elogios dedicados) ou oferecer elementos que aludam a alguma bonificação (mais unidades de produtos para pessoas que nunca foram à banca ou compraram grandes quantidades no total). Exemplos representantes dessa modalidade são: serviço de carregamento de frutas para fregueses que estão dispostos a comprar grandes quantidades (algo especificamente observado na feira da Mooca), bem como o aviso que alguns feirantes dão aos consumidores sobre a possibilidade de troca do produto caso estejam em condições aquém do esperado. Recomendações de preparo dos alimentos comprados, modos de armazenamento e usabilidade também encenam esse tipo de nível de interação.

Confiabilidade: ensaio de sociabilidades

Aqui, volta-se a uma manutenção das relações de compra e venda para além de casos isolados, mas consolida as interações consumidor-feirante como encontros voltados à partilha de histórias pessoais e familiares, além de ideias, como no caso de um açougueiro e um freguês, que no início da feira conversaram por alguns minutos com interrogações sobre familiares, trabalho e projetos pessoais, tendo ao final um pequeno ‘puxão de orelha’ por parte do feirante: “*Não vai sumir, hein!?*”. Notamos a existência de algumas ramificações neste nível: uma delas volta-se ao grau moral, ou seja, um conjunto de regramentos relacionados ao caráter do indivíduo, que se presta a gir a partir da verdade, a exemplo da mulher que esquece o abacaxi em uma banca de caldo de cana e foi prontamente avisada por um dos feirantes; outro aspecto disso se volta à questão da oferta de produtos com qualidade, algo prezado por grande parte dos feirantes das feiras estudadas. Outras ações casuais, como o pagamento das despesas das semanas anteriores com cheques, além de formas de pagamento baseadas numa relação de credibilidade informal e ‘crente na palavra’ do freguês foram verificadas em alguns momentos da pesquisa. Tais arranjos aclaram a existência de valores e impressões que são componentes da complexa teia de relações e significados matizados culturalmente, possibilitadores, além dos vínculos de sentido com as figuras eu-marca,

sociabilidades de elevado grau. Verificamos também que tal grau de relação permite dinâmicas mais distintas da figura eu-marca: feirantes com maior tradição nas feiras, ou seja, presença maior no local, geralmente possuem níveis de interação de confiabilidade mais expressivos, como Seu Antônio¹⁷, vendedor de bananas há mais de 10 anos juntamente com sua esposa; o casal têm fregueses consolidados, o que permite até mesmo a escolha de produtos e reserva para as clientes mais fiéis e que confiam no trabalho deles. Neste caso em específico, outra coisa se mostra peculiar: apesar dos preços serem mais elevados em relação a outras bancas, mesmo estando no Brás¹⁸, os produtos são quase todos vendidos, restando poucas unidades ao fim da feira.

Reorganização e adaptações da figura eu-marca: afazeres e tempo

Neste percurso, identifica-se que a figura eu-marca - ou seja, a composição simbólica pertencente à unidade produtiva da feira livre a qual entendemos como a junção entre banca e feirante - se modulariza mediante três importantes fatores do contexto da feira livre: a organização, o tempo e os afazeres essenciais da rotina de trabalho. Tais elementos são partes indissociáveis desta atividade, algo perceptível somente no decorrer de um período maior de observação em campo.

Em relação à organização das bancas e dos próprios feirantes em suas ações, o que se tornou evidente foram as suas reconfigurações, num processo de mutação constante de seus ritmos e disposições, muitas vezes condicionada por sentidos temporais, ou melhor, noções de tempo que pouco são íntimas ao relógio, mas definido por apelos momentâneos do local. Nesta linha, importamos as considerações de Sato (2012), que aborda o fluxo de tempo no horizonte de visibilidade e ação, considerado bastante diversificado (p. 189), algo que a leva a estender tal perspectiva ao apontar que existem adensamentos de atividades de trabalho, como o montar e desmontar das bancas, preparação de mercadorias e atendimento dos fregueses, muitas vezes condicionadas por dimensões relacionadas a espaço, não propriamente temporais: “Não há horários fixos, rigidamente seguidos. Há lugares nos quais os feirantes têm de estar - o local da feira, a casa, o Ceasa, o Mercado, o Mercado Santa Rosa, as chácaras -, o que anuncia a proeminência de atividades de certas etapas” (SATO, 2012, p.

¹⁷ O nome verdadeiro foi omitido para preservar a identidade dos envolvidos.

¹⁸ As mercadorias da feira no Brás têm, em alguns segmentos, preços menores em relação a da Mooca.

190). Logo a seguir, aponta-se que os indícios temporais são considerados marcadores especiais para auxiliar a compreensão sobre tempo, como casos que envolvam a passagem de pessoas com carrinhos cheios, manuseio das mercadorias e sincronização com as atividades de outros feirantes (SATO, 2012, p. 191). Tais concepções, além de serem verificadas no decorrer das atividades de coleta, também se alinham a outras observações: os feirantes se dispõem a arrumar suas bancas de acordo com a percepção do ‘período de transição’, termos que utilizamos nesta pesquisa para denominar os momentos em que há certa percepção de que a feira livre se encaminhará para outra fase. Isso se tornou evidente em enunciados como “*Agora a feira começou*” e “*A feira vai começar agora*”, apontando geralmente para a chegada iminente da xepa a partir da verificação da intensificação do adensamento de pessoas nos corredores de passagem e aumento de gritos de outros feirantes que expressavam alguns decaimentos de preços. Em algumas bancas da feira do Brás, por exemplo, foi verificado que muitos feirantes se aproveitaram predominantemente do horário da xepa, ou seja, da aparição de certos indícios de tempo, para dar início e intensificar as atividades de atendimento e venda (chamamentos, gritaria, negociações de valores, trocos, etc.).

Depreende-se nessas observações que apesar dos sentidos de tempo dos feirantes pouco dialogarem com percepções metrificadas, ou seja, instituídas por numerações específicas e possibilitadoras de determinados modos de regimento das atividades por servirem-se como conjunto referencial, percebe-se que tais dinâmicas perceptivas, em função da própria situação precária das atividades e relações de trabalho, ausentes de seguridades sociais sólidas, muito tem a ver com algumas ponderações de Martín-Barbero (2008) sobre tempo. Abordando o processo de enculturação do popular pelos mecanismos burocráticos voltados aos interesses do capital, o autor tece importantes fundamentos sobre o sentido de tempo, este tendo o caráter cíclico rompido e submetido a uma linearidade direcionada exclusivamente à produção (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 136). O tempo abstrato da produção, para Martín-Barbero,

desvaloriza socialmente os tempos dos sujeitos - individuais ou coletivos - e institui um tempo único e homogêneo - o dos objetos - fragmentável mecanicamente, tempo puro. E irresistível, pois se produz como ‘tempo geral da sociedade’ e da história, uma história cujo ‘segredo’ está na dinâmica da acumulação indefinida e cuja razão suprime toda alteridade ou a torna anacrônica (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 137-138)

Como parte integrante do feirante com sua banca, o tempo é tido como um dos fatores elementares da marca justamente por consolidar a própria dinâmica de apresentação, atuação e posicionamento sobre os produtos da banca, bem como de eventos que ocorrem no local ou de temas externos que vez ou outra estão presentes e são pronunciados no local.

Em complementaridade a essas considerações, aportamos a ideia de que nem sempre essa lógica de ver a feira livre de maneira periodizada, como definido na metodologia desta pesquisa, se mostra aplicável a uma generalidade. Em algumas conversas com alguns feirantes, verificamos que algumas feiras não possuem xepa, tendo todas as mercadorias escoadas sem a necessidade do processo de decaimento de preços se mostrar tão evidente. As feiras que possuem esta dinâmica se posicionam em regiões da cidade cujos rendimentos são muito altos, o que leva os feirantes a considerá-las como ‘feiras boas’. Nesta esfera de discussão sobre a qualidade das feiras livres e os locais onde são instaladas, evidenciou-se em alguns momentos que tais configurações são constantemente alvos de reclamação por parte dos feirantes, que vez ou outra se mostraram descontentes com o ritmo da feira (no caso, a feira do Brás, com maior tempo de duração). Esses sentidos de diferença, justificam, para alguns feirantes, a oferta de produtos de menor qualidade em alguns outros bairros e distritos distantes da região central da cidade.

A constituição da figura eu-marca: novos usos, adaptações e (re)aproveitamentos

Pensar a figura eu-marca na feira livre envolve, antes de tudo, um olhar sobre as condições da atividade e as constantes relações de trabalho existentes, bem como os sentidos que circulam pelo ambiente, constituído por processos que envolvem uma constante usabilidade improvisada dos recursos, em especial dos instrumentos, tidos como rudimentares e parte dos procedimentos que ensaiam a bricolagem, reuso e multiutilização (SATO, 2012, p. 204-212), a exemplo do uso de sacolas plásticas de supermercados e estabelecimentos especializados em produtos do gênero e concorrentes diretos do negócio das feiras apontado pela autora. Tais arranjos, que estão extremamente alinhados com a situação de uma atividade que não possibilita o uso de ornamentos mais sofisticados - preocupação evidente no circuito superior -, também é presente na figura eu-marca dos feirantes com suas respectivas bancas: constatou-se o uso de materiais improvisados em muitos cartazes/*banners*, com seguidas remarcações de preços a partir de colagens; a mostra de novos preços dos produtos que

variava no decorrer da feira é feita por meio da reutilização de papéis do formato A4, que posteriormente são guardados para utilizações futuras; outros já utilizam artifícios que dispensam tais instrumentos, a exemplo das placas de papel plastificado que, além de estarem acompanhadas por imagens ilustrativas dos produtos, também reservam espaço para marcações dos preços à caneta. Assim, conferimos que as preocupações estéticas com os materiais de apresentação dos produtos, o conhecido ‘*merchandising*’ no circuito superior, não se mostram tão intensas, apesar de alguns esforços que se voltam a uma melhor aparência possível.

No entanto, tais processos de apropriação não se restringem somente aos materiais. Observamos nestas dinâmicas uma acentuada presença de significações marcárias distantes do circuito econômico ao qual está inserida, a exemplo as estampas em camisetas, alusivas às marcas do circuito superior, como o logo de Halls em uma das camisetas que o feirante veste para o trabalho na feira, algo que mostra o sincretismo de sentidos existente no ambiente. Apropriações mais complexas, como nas construções enunciativas e chamamentos, também são verificadas: em uma das visitas, um feirante da banca de legumes chama a freguesia para aproveitar os preços baixos da ‘*Black Friday da feira*’; outro uso marcante foi presenciado na fala ‘*Peirinhas Rayovac, as amarelinhas*’, em referência ao famoso e icônico *slogan* da marca de pilhas e baterias. Muito além de um uso fantasioso que planeja a comicidade, tais formulações fazem empréstimos de atributos que qualificam as organizações promocionais (no caso, Black Friday) e os produtos (pilhas Rayovac), numa constante mostra da tensão entre os dois circuitos. Tais manifestações também estão presentes no circuito superior quando supermercados, sacolões e mercadões tentam criar simulacros do ambiente e atmosfera das feiras em espaços interiores, estratégia apontada por Sato (2012, p. 55) como também reveladora da pressão dos supermercados no segmento de hortifrutigranjeiros pelas vias das significações marcárias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao olharmos este percurso de investigação, notamos a densidade da feira livre no contexto do consumo e das identidades de marcas, o que nos leva a entender que as

proposições não se esgotam neste trabalho, mas abarcam múltiplas formas de observar e considerar os componentes constitutivos da atividade. Como forma de aclarar de modo mais aprofundado pesquisas futuras nessa área de estudos em comunicação, Trindade e Perez (2016b) se apoiam na ideia de que os esforços empíricos sobre rituais de consumo devem se apoiar, sobretudo, em “estudos das representações ritualísticas do consumo e dos modos de presença das marcas nos rituais de consumo, vivenciados no cotidiano dos indivíduos em uma dada realidade social” (TRINDADE e PEREZ, 2016b, p. 393). Em maior nível, no entanto, compreendemos a pertinência do objeto feira livre em outras áreas de estudos da comunicação, como comunicação e/como trabalho, elementos que nos parecem indissociáveis ao discutirmos sobre as atividades do circuito na qual a feira livre se encontra.

De outro modo, destacamos que a teoria das mediações, assim como outros aportes teórico-metodológicos que privilegiam os ordenamentos culturais num primeiro plano, são perspectivas legítimas para olhar a feira livre em sua complexidade específica e, num maior plano de diálogo, as relações da atividade num contexto político, social e cultural global. Encaramos tais intenções como motivações extremamente necessárias para compreender as realidades locais, muitas vezes entrelaçadas por conflitos e dinâmicas que olhares voltados a uma simplificação não são capazes de nos fazer perceber. Em paralelo, apesar de destacarmos tais preocupações teóricas, formulamos uma questão que nos parece extremamente pertinente, destacando o *modus operandi* de olhar os objetos empíricos: até que nível os estudos sobre consumo, apesar de ensaiarem vertentes epistemológicas de observação e análise que conferem primazia ao âmbito cultural, também não se utilizem das mecânicas que são próprias de paradigmas que pouco olham as dinâmicas da cultura?

Notamos também que as noções sobre vínculos de sentido ainda parecem poucos exploradas, apesar de verificado um grande esforço no âmbito da pesquisa em comunicação sobre consumo, em evidência: PEREZ e TRINDADE (2016) e TRINDADE (2014), ancorados em debates acerca de mediações e mediação do/no consumo. Talvez as elaborações desta pesquisa possam, mesmo que minimamente, contribuir para as discussões em campo e/ou oferecerem subsídios para pensar outras vias de exploração do tema.

REFERÊNCIAS

FRANÇA, Vera Veiga. Paradigmas da Comunicação : conhecer o quê?. **C-Legenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, [S.l.], n. 05, jan. 2001. ISSN 1519-0617. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/314>>. Acesso em: 11 Jul. 2018.

MAGNANI, José Guilherme Cantor . O (velho e bom) caderno de campo. **Revista Sexta-Feira - Antropologia, Artes e Humanidades**, São Paulo, n. 1, p. 8-11, maio. 1997. Disponível em: <http://www.usp.br/revistasexta/files/n1-web_1.pdf>. Acesso em: 16 Jul. 2018.

MAIO, Ana Maria Dantas de. Conversa na feira, no supermercado e no mercadão: como as mediações do espaço físico condicionam a interação face a face em ambientes organizacionais. In: GONÇALVES, Elizabeth Moraes; GIACOMINI FILHO, Gino (Org.). **Comunicação orgânica na sociedade**. 1. ed. São Caetano do Sul: [s.n.], 2015. cap. 4, p. 49-63. v.1. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/textos/002734868.pdf>>. Acesso em: 14 Jul. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos Meios às Mediações: **Comunicação, Cultura e Hegemonia**. 5a ed. Editora UFRJ: Rio de Janeiro, 2008. 360p.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C. S. Feira Livre: Territorialidade Popular e Cultura na Metrópole Contemporânea. **Revista Ateliê Geográfico**. Goiânia - GO, v. 2, n. 2, p. 72-87, ago. 2008.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**., Porto Alegre , v. 20, n. 42, p. 377-391, Dec. 2014 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832014000200015&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 14 Jul 2018.<http://dx.doi.org/10.1590/s0104-71832014000200015>.

PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. Para pensar as dimensões do consumo midiaticizado: teoria, metodologia e aspectos empíricos. **Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura**. v. 14, nº 3, 2016. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/13485/0>>. Acesso em 18 Jul. 2018.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006. 384 pp.

SANTOS, Milton. O Espaço Dividido: **Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos**. 2a edição. São Paulo: Edusp, 2008.

SATO, Leny. Feira Livre: **Organização, Trabalho e Sociabilidade**. São Paulo: Edusp, 2012.

SODRÉ, Muniz. A ciência do comum: **notas para o método comunicacional**. Petrópolis, Vozes, 2014.

TRINDADE, Eneus. Mediações e Mdiatizações do Consumo. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Foz do Iguaçu - PR. v. 1, n. 1, p. 1-15, 2 a 5 de setembro de 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-0253-1.pdf>>. Acesso em: 18 Jul. 2018.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Os rituais de consumo como dispositivos midiáticos para a construção de vínculos entre marcas e consumidores. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 29, p. 157-171, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/artigo%2010%20alceu%2029%20-%20pp%20157-171.pdf>>. Acesso em: 18 Jul. 2018.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. O LUGAR DO SUJEITO CONSUMIDOR ENTRE MEDIAÇÕES E MDIATIZAÇÃO DO CONSUMO: uma perspectiva latino americana. **Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XXV Encontro Anual da Compós.**, Goiânia, v. 1, n. 1, p. 1-17, jun. 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/olugardosujeitoconsumidorcompletocompos2o16_3334.pdf>. Acesso em: 13 Jul. 2018.