

MÍDIA, INTERSUBJETIVIDADE E QUOTIDIANIDADE: Etnografia das práticas comunicacionais em uma feira de Belém¹

MEDIA, INTERSUBJECTIVITY AND EVERYDAY LIFE: Ethnography of communication practices at a fair in Belém

Fábio Fonseca de Castro²

Marina Ramos Neves de Castro³

Resumo: O artigo descreve uma pesquisa etnográfica com apoio da etnometodologia realizada numa feira da cidade de Belém, Pará em dois momentos temporais: um com nove meses de duração em 2011-12 e outro com seis meses de duração, em 2015. Observando os processos comunicacionais e culturais presentes nas interações sociais dessa feira, procura-se descrever as tipificações (Schutz, 1967) que conforma a intersubjetividade dos sujeitos sociais que a frequentam. Nesse percurso, descreve-se e discute-se essas tipificações como a forma social (Simmel, 1999; Simmel, 2006) de uma quotidianidade banal (Heidegger, 1976; Heidegger, 1985; Heidegger 1992) e procura-se pensar nessas tipificações por meio da noção heideggeriana de falatório (Gerede), entendida enquanto processo comunicacional-cultural afeito à banalidade da vida quotidiana.

Palavras-chave: Intersubjetividade; Tipificação, Quotidiano.

Abstract: This article describes an ethnographic research with the support of ethnomethodology held on a market in the city of Belém, Pará in two periods: the first one with nine months in 2011-12 and the other one with six months in 2015. Observing the communicational and cultural processes present in the social interactions present in this market, we try to describe the typifications (Schutz, 1967) that conforms intersubjectivity of social subjects who attend there. Along the way, we describes and discusses these typifications as social forms (Simmel, 1999; Simmel, 2006) of a banal everyday life (Heidegger, 1976, Heidegger, 1985; Heidegger 1992) and we seek to reflect on these typifications through Heidegger's notion of iddle talk (Gerede), understood as communication and cultural process accustomed to the banality of everyday life.

Palavras key: Intersubjectivity; Typification; Everyday Life.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

² Professor do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, da Faculdade de Comunicação e do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará. Doutor em sociologia. Email: fabiofc@ufpa.br.

³ Doutoranda em antropologia no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Pará. Mestre em Estudo das Sociedades Latino-Americanas e mestre em Artes. Email: mrndecastro@gmail.com.

1. Introdução

Este artigo sintetiza uma pesquisa da campo de quinze meses que pode ser compreendida como uma etnografia da comunicação, ou, mais especificamente, como uma etnografia dos processos comunicacionais intersubjetivos. Ele reúne uma parte dos resultados dessa observação e procura fazer uma discussão de ordem teórico-metodológica a respeito das relações entre comunicação e cultura. Nesse horizonte, procuramos abrir um diálogo entre a pesquisa em comunicação, a sociologia fenomenológica e a etnometodologia, procurando perceber como os tecidos intersubjetivos da comunicação cotidiana reproduzem, por meio de processos de tipificação (Schutz 1967) os tecidos da comunicação midiática.

A experiência de estar num mercado, ou especificamente numa feira, é, provavelmente, uma experiência comum, de alguma forma sabida por todos, independentemente de peculiaridades locais ou históricas que, não obstante, se fazem presentes em qualquer mercado. Essa experiência envolve um conjunto de sensações auditivas, olfativas, gustativas e táteis, bem como práticas comunicacionais e culturais que, em seu conjunto, conformam uma dada experiência social intersubjetiva. Neste artigo procuramos refletir sobre a maneira como essa intersubjetividade se produz, percebendo o conjunto das práticas comunicacionais e culturais presentes em uma feira da cidade de Belém, Pará, em suas *tipificações* (Schutz 1967) e enquanto experiência de uma *quotidianidade banal* (Heidegger 1976; Heidegger 1985; Heidegger 1992) que se conforma como socialidade (Simmel 1999; Simmel 2006).

A discussão presente em Castro (2013: p. 23) de que o conceito heideggeriano de *Gerede* – *falatório*, falar banal, repetição, iteração – constitui a experiência comunicativa mais comum do *Dasein*⁴, na sua vida cotidiana, nos permite explorar a maneira como esse fenômeno se produz na materialidade da vida social. Com essa perspectiva, procuramos apoiar nossa compreensão do *Dasein* na observação de práticas comunicacionais quotidianas, realizadas por meio de observações etnográficas, identificando as formas tomadas pelo fenômeno do *Gerede*, ou do *falatório* e interpretando-as como práticas comunicacionais, perspectiva que nos levou a empreender, no âmbito de nosso grupo de pesquisa, etnografias fenomenológicas, ou seja, observações participantes com forte acento da sociologia fenomenológica⁵ e da fenomenologia hermenêutica⁶, muitas vezes apoiadas por etnométodos⁷, procurando observar a maneira como os indivíduos produzem socialidades⁸ e partilham formas sociais⁹ através da partilha e da resignificação de conteúdos.

⁴ *Dasein*, literalmente *ser-aí*, é o neologismo utilizado por Heidegger para falar do homem em sua dimensão existencial, ou seja, no ato de se perceber estando presente no mundo sem ter nenhuma certeza ou precisão sobre o que significa estar no mundo. O *Dasein* somos todos nós, portanto, em nossa dimensão existencial, quando nos percebemos estando presentes numa totalidade que, à força de tentar dominar, explicar ou tranquilizar, podemos chamar de mundo, de vida, de sociedade, de identidade, etc

⁵ O referencial fundador da sociologia fenomenológica é a obra de Alfred Schutz (1967). Partindo de uma convergência entre o pensamento de Edmund Husserl e o de Max Weber, Schutz procura estabelecer um referencial metodológico com o qual possa realizar investigações fenomenológicas de fenômenos sociais. Para uma sistematização do pensamento de Schutz ver Castro (2012).

⁶ Compreenda-se, por fenomenologias hermenêuticas, as estratégias fenomenológicas inspiradas pela ruptura provocada pelo pensamento de Heidegger sobre a fenomenologia de Husserl. Coetâneas à sociologia fenomenológica de Alfred Schutz (1967), essas estratégias fenomenológicas procuram superar a dicotomia sujeito/mente (o *ipseísmo* cartesiano), ainda presentes em Husserl e resultam na noção de intersubjetividade.

⁷ Etnométodos significam os “métodos” que as pessoas utilizam para compreender a vida quotidiana na qual estão inseridas. O termo foi introduzido por Harold Garfinkel no contexto da perspectiva microsociologia presente na Escola de Chicago. Profundamente influenciado pela obra de Talcott Parsons (1939), fundador dessa escola, mas também pela sociologia fenomenológica da Schutz (1967), Garfinkel (1967) propôs a etnometodologia como estratégia de compreensão dos processos sociais a partir da perspectiva dos próprios agentes sociais em sua vida quotidiana.

⁸ Utilizamos a noção simmeliana de socialidades (Simmel, 1999, 2006) preferencialmente à de sociabilidades, comum em certa sociologia da cultura, por entender que, dessa maneira, expressamos melhor nossa percepção dos fenômenos comunicacionais, à medida em que, como coloca esse pensador, a socialidade constitui a essência mesma do fato social, o processo comunicacional de produção do vínculo.

2. Metodologia

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

A feira observada foi a Feira do Guamá, localizada no bairro homônimo. O Guamá é um bairro populoso, densamente povoado, e tido, em Belém, como um espaço popular tradicional da cidade, associado a manifestações tradicionais da cultura local como os cordões de pássaros¹⁰ e quadrilhas juninas. Essa feira é o espaço central da vida do bairro. Ela se constituiu como ponto de referência para a sua ocupação e para a sua configuração urbana. No início do século XX fôra o ponto final de uma linha de bondes, o que permitia a ligação de Belém com esse então subúrbio, habitado principalmente por populações ribeirinhas, migrantes do restante do estado. Nela, há dois mercados cobertos e uma vasta extensão de espaços informais de venda. O

Isso nos faz perceber a sociabilidade, por sua vez, como a manifestação desse vínculo: enquanto, no universo conceitual de Simmel, a forma tomada pelo fenômeno mais amplo da socialidade, em determinado contexto ou conteúdo social.

⁹ Noção fundamental da sociologia de Simmel, a forma social pode ser pensada como o mecanismo, conformado por ações, práticas e idéias, que engendra a unicidade na vida social: aquilo liga as coisas, mesmo as coisas mais opostas, engendrando coesões e, assim, práticas de estar-junto, de socialidade. De acordo com Maffesoli (2005: p. 87), é aquilo que dá sentido à vida.

¹⁰ Também conhecido como ópera cabocla, os cordões de pássaro são manifestações culturais realizadas durante a quadra junina de Belém. São uma mistura de teatro, música e dança encenados por grupos organizados, muitas vezes com décadas de existência. Para maior aprofundamento sobre o tema ver Charone, 2009.

primeiro desses espaços cobertos constitui uma estrutura em alvenaria, construída na década de 1930, que no passado constituiu o mercado propriamente dito e que, hoje, servindo principalmente para a venda de farinha, é chamado de Mercado Velho, ou Mercado da Farinha. O segundo constitui um espaço amplo, capaz de abrigar 388 boxes de feirantes, construído nos anos 1970 e reformado em 2010-2012. Neste espaço, encontram-se todos os tipos de alimentos, dos hortifrutigranjeiros aos enlatados e plásticos, passando pelos setores de ervas, peixes, carnes brancas e vermelhas, alimentação, relojoaria, etc... Os arredores desses mercados abrigam imensa economia, formal e informal, centrada na ação de ambulantes, camelôs e lojas as mais diversas, dentre as quais farmácias, supermercado, lojas de material de construção e de confecção. Esse conjunto estende-se por uma área com cerca de 800m de comprimento que percorre duas avenidas - José Bonifácio e Barão de Igarapé-Miry, e a tradicional passagem Mucajá.

O objeto de nossa observação foi, como referimos, o *fatalório*, dimensão ontológica da existência discutida por Heidegger (1976/1993) como um estar-no-mundo inautêntico, ou inapropriado (*eigentlich*), o qual procuramos compreender como fenômeno comunicacional e cultural associado à vida cotidiana e por meio do qual se produzem as interações sociais.

Os fundamentos dessa reflexão estão no conceito heideggeriano de inautenticidade do *Dasein*¹¹. A condição inautêntica é produzida quando o indivíduo perde de vista seus existenciários – ou seja, seus instrumentos de reflexão que são o

¹¹ Deve-se compreender por *Dasein* o indivíduo, a pessoa, quando pensado em sua dimensão existencial, ou seja, como indivíduo confrontado à própria existência. O conceito, evidentemente complexo, pode, aqui, ser sintetizado como a condição reflexiva de um indivíduo incerto de sua condição de sujeito, de “ser humano”, de “pessoa”, etc.

falar, a compreensão e a facticidade, por meio dos quais indaga sobre sua existência e produz a condição da autenticidade – imergindo assim na quotidianidade, ou melhor, nesse estado de dispersão no mundo que, segundo Heidegger, caracteriza a vida cotidiana.

No quotidiano, por meio dessa dispersão, o indivíduo é dominado pela sensação analgésica de pertencimento ao grupo, a uma dada identidade, a um mundo. Trata-se de um mundo de proteção repleto de sínteses e certezas. Nele, caminha-se em direção à explicação, ao consenso, à simplificação e, por essa via, a uma espécie de ideal de plenitude que, embora pleno de ambiguidade e equívoco, apazigua as tensões e as dúvidas naturalmente colocadas no bojo de toda questão ontológica e, particularmente, da ontologia existencial. Dá-se aí o fechamento, o distanciamento, do *Dasein*, em relação à questão sobre o ser. Plenos de certezas, os existenciários se convertem em formas inautênticas: a palavra, o discurso, o falar, se tornam *falatório*; o compreender se torna mera *curiosidade*; o autêntico, devém *inautêntico*. O *Dasein*, esse indivíduo reflexivo de sua existência, se torna, na sua passagem para o inautêntico, apenas “uma pessoa”, se torna “gente”, se torna “igual” e, assim, se protege do sentimento de provisoriedade e de abandono de si mesmo que caracteriza a questão sobre a existência e, portanto, o estado da autenticidade. Ao adentrar no quotidiano, o *Dasein* se protege, sobretudo, da incômoda vertigem de *ser-para-a-morte* que o esmaga e o torna sem razão de ser. Lembremos que o universo da autenticidade corresponde a essa projeção para fora de si-mesmo – *ek-sistenz*, ex-sistência – e que, como diz Pasqua, “*est une expulsion par laquelle le Dasein se retrouve sans abri*” (Pasqua 1993: 79). A dispersão no mundo do quotidiano é, por isso mesmo, a condição para o reencontro de um

conforto que, apesar de ilusório, abriga o *Dasein* na inconveniência de *ex-sistir*, de projetar-se para fora de si mesmo.

E a forma privilegiada dessa dispersão no cotidiano é o *falatório*¹², caracterizado por Heidegger como um “desenraizamento existencial” (Heidegger 1993: 170), processo que se tornou dominante com a modernidade e seus aparatos técnicos e que podemos associar às experiências socioculturais da midiaticização e, eventualmente, a várias formas de mediação presentes em nossa contemporaneidade. Com efeito, quando pensamos nas formas culturais contemporâneas, parece estar presente, em geral, nelas, o caráter de estrangeiridade (*Unheimlichkeit*) do *Dasein* que Heidegger observa na contemporaneidade. A crítica de Heidegger à tecnologia tem, em seu centro, essa perspectiva: longe de ser um mal em si mesma, a tecnologia converte-se, no entanto, na prática cultural que dela se utiliza, num instrumento desse “desenraizamento existencial”.

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

¹² É importante não confundir quotidianidade com inautenticidade, como, talvez, uma leitura mais superficial do pensamento de Heidegger possa fazer crer. São conceitos diferentes, que se confundem pelo fato de que, como diz o próprio Heidegger (1989: p. 113), ainda que na maioria das vezes, no cotidiano, nós não sejamos nós mesmos, nada impede, ontologicamente, que o sejamos. Com efeito, Heidegger insiste, em vários momentos de sua obra, na “riqueza ontológica” da vida cotidiana (Cf. Heidegger, 1985: p. 43 e Heidegger, 1985: p. 117; Heidegger 1992, p. 137-138).

curso, Heidegger adotou a redução operada por Husserl para discutir a atenção dada pelo *Dasein* à sua própria existência. O *uneigentlich*, inautêntico, passou a indicar o estatuto de degradação na compreensão e assim, para Heidegger, o *falatório* se tornou, em primeiro lugar, um compreender precário e medíocre (*durchschnittlichen Vertehens*) (Heidegger 1976: 168), e, também, uma ausência de fundamento (*Bodenlosigkeit*) (Heidegger 1976: 169) e um estado de fechamento a todo aprofundamento reflexivo (*Verschliessen*) (Heidegger 1976: 170). O *falatório* é o conhecimento banal, o disse-me-disse, a insinuação precária, a repetição, a jocosidade, a piada, o reflexo de coisas ditas anteriormente e ainda presentes na vida quotidiana. Deve-se notar que *Gerede*, o termo do alemão que Heidegger utiliza e que traduzimos por *falatório*, surge de *Rede*, discurso, e que o prefixo alemão *-ge* sugere enfraquecimento, dispersão, decomposição.

Porém, também é preciso notar que o *falatório* não é um conhecimento sem razão de ser e nem é, digamos assim, inútil. Ao contrário, a sua superficialidade permite, justamente, a intensificação das relações sociais, a ampliação das possibilidades de troca, a solidariedade, o afeto, a produção do estar-junto. Esse pensamento não está distante da discussão de Granovetter (1983) sobre a maneira como o tecido comunicativo tende a se disseminar com maior velocidade e intensidade em sociedades nas quais os laços sociais são menos tradicionais – e, portanto, menos densos e sujeitos a controles morais e éticos. Como Heidegger coloca, é através do *falatório*, nele próprio e contra ele próprio, que se completa toda verdadeira comunicação, compreensão, interpretação, redescoberta e renovação¹³ (Heidegger, 1976: p. 169). Exatamente por essa razão é que Greish afirma que o *falatório* nos dita certas formas de compreensão e nos esconde outras (Greisch 1994: 219).

¹³ No original, em Heidegger: “*gegen sie volzieht sich alles echte Verstehen, Auslegen und Mitteilen, Wiederentdecken und neu Zueignen*” (Heidegger, 1976: p. 169).

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

A partir dessas reflexões, perguntamo-nos: o que é, na feira, o *falatório*? Como ele se materializa, nesse espaço, em termos de socialidade e de processos comunicacionais? Como, nessa materialidade, ele traduz o processo que Heidegger descreve como um caminho em direção à inautenticidade existencial?

É claro que a ideia de inautenticidade existencial, tal como Heidegger a coloca, diz respeito a um processo compreensível no plano filosófico: trata-se, efetivamente, de uma questão plenamente filosófica. Seria possível passá-la ao plano da vida social?

3. Descrição da observação

Compreender o *falatório* significa perceber as formas sociais (Simmel 2006) presentes nas interações comunicacionais cotidianas de um grupo de pessoas. Em outros termos, perceber o tecido intersubjetivo (Schutz 1967) que se autoproduz por meio de referências e tipificações (Schutz 1967), numa longa conversação que, em sua duração, produz os ritos, os conteúdos (Simmel 2006: 60) e as permanências que permitem, a essas pessoas, a impressão de um estar-junto e a própria impressão de

realidade. Na etnografia realizada coletamos inúmeros ocorridos, incontáveis observações, que podem ilustrar o *falatório*. No entanto, por uma necessidade óbvia de síntese, destacaremos apenas dois eventos para exemplificar o fenômeno e fazer nossa discussão.

Compreendemos esses eventos como *eventos comunicacionais*, à medida em que nossa observação, seguindo o modelo das etnografias da comunicação (White 2008; Cooren 2010) associados à etnometodologia (Garfinkel, 1967), procura destacar a interação social, notadamente a interação social grupal, como a matéria prima que propicia a análise da cultura.

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

3.1 O 1º evento: Tufão

Em nossa pesquisa de campo fizemos várias imagens fotográficas - ora utilizando uma câmera digital, ora um *smartphone* - dos feirantes. Fizemo-lo não apenas no trabalho de coleta de dados e produção de informação própria da etnografia, procurando documentar a cultura material e as práticas de sensibilidade na feira (Castro, M. 2013) mas, também, como uma estratégia de integração e de interação com os feirantes, à medida em que o ato de fotografar permitia aproximações e trocas, inclusive por meio da criação de personagens, através das “poses” e da escolha, pelos feirantes, da maneira como gostariam de ser fotografados. Fizemos imprimir algumas dessas imagens e as ofertamos aos fotografados, situação por meio da qual novas interações se produziam, permitindo o adensamento do diálogo estabelecido.

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

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

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

Foi como se as portas tivessem sido abertas e tivéssemos adentrado num território intersubjetivo antes inacessível. Participar dos gracejos do grupo, ainda que involuntária e desavisadamente, nos permitiu novos patamares de diálogo e de trocas. Uma dessas evidências foi o fato de Seu Marcos, em um minuto a sós conosco, no meio daquela balbúrdia, ter nos contado, num tom mais ou menos confessional, que sua mulher estava “pro interior”. “Iiiiiih, se eles souberem disso aí é que vai ser gozação!”, disse-nos ele, levando as mãos à testa para acentuar, sempre com auto-ironia, o embaraço da sua situação. O fato de partilhar conosco essa informação – e, conjuntamente, o fato de se posicionar como vítima da pilhéria em andamento – contribuía, de alguma forma, para nos incluir na cadeia de sentidos que ali se fazia presente: para incluir-nos no grupo, permitir nossa entrada nele, por assim dizer.

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

Adentrar no campo do *falatório* e dele sair para sobre ele refletir, equivalia a um jogo metodológico entre, digamos assim, uma “etnografia *near*” e uma “etnografia *distant*”. Com efeito, perceber o *falatório* como tecido social intersubjetivo equivale a empregar etnométodos na pesquisa: usar as categorias criadas no próprio ato comunicacional para descrever o mundo encontrado, recorrer às “categorias nativas” (Garfinkel, 1967).

Com efeito, percebíamos o *falatório* por meios das paráfrases que os agentes sociais utilizavam para mediar a sua vida cotidiana. Essas paráfrases, formadas no jogo das significações produzidas pelo discurso, pela referência, pelas injunções e interjeições dos atos de fala, pela dramatização das cenas, pelas paródias e pelo humor, pelas troças e sugestões, pelos fragmentos e *traços* (Derrida 1999), agenciavam o sentido comum. Não um “sentido das coisas”, mas um sentido acordado, pactuado pela construção comum e cotidiana. Um sentido provisório, porque suscetível de toda mudança. Um sentido intencional (Husserl 1992; Heidegger 1993), porque, não sendo o “sentido de algo”, é, necessariamente, o “sentido de algo para alguém”. Um sentido tipificado (Schtuz 1967), porque resulta de pactuações provisórias coletivamente construídas.

Evidentemente, como discute Lévi-Strauss (1971: 28), tanto o pesquisador como o pesquisado possuem um vínculo intersubjetivo comum, independentemente da distancia entre suas culturas: certa capacidade cognitiva que antecede as diferenças culturais. Na sua intersubjetividade, podemos compreender essa capacidade cognitiva por esse caminho fenomenológico: como provisoriamente, intencionalidade e tipificação.

Enfim, já mais próximos do grupo mas ainda constrangidos, indagamos: “Como é teu nome, Tufão?”. “É Marcos Santos”. Mais risos. Risos de todos. E, igualmente, nossos.

3.2 O 2º evento: *A mulher do Priante*

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

Imensa galhofa. Ligeira pausa no trabalho e todos procuram observar a capa do tablóide e a foto da modelo seminua que, efetivamente, para constar, não era a “mulher do Priante”. Muitos riem e alguns discordam, dizendo que não era a “mulher do Priante” e atribuindo-lhe outros casamentos hipotéticos, com personagens da política local, com atores de novela e com astros paraenses do *melody* – o ritmo do momento no Guamá, sempre em tom de galhofa. Seu Paulo possui certa perícia em dominar aquele ambiente, agendando o riso comum. Com sua indicação, plena de duplo sentido e de

referências não explícitas, ele conseguiu mobilizar a atenção de todos nas proximidades, provocando a algazarra, a balburdia, em torno da publicação. Vários jornais são vendidos e passam de mão em mão. Surge um rumor, uma frase coletiva que aparentemente não chega a se formar. Várias enunciações despontam, em geral *pela metade*, à medida em que são idéias igualmente expostas por meio de sugestões e duplos sentidos, interjeições e exclamações ou, ainda, porque são, simplesmente, cortadas por uma frase enunciada por outra pessoa ou completada pelas expressões e risos.

Avivada pela situação, pelo *evento comunicacional*, sucessivas interações se produziam e alguns indivíduos procuravam envolver a outros, algumas vezes procurando romper certas barreiras de interlocução e ampliar – sempre ampliar, sempre expandir – o tecido social produzido pelo *falatório*. Como a incluir novas pessoas e produzir mais certeza, mais densidade à rede comunicacional, mais *estar-junto*.

Por exemplo, o próprio Seu Paulo, caminhou até Pingo, a única mulher peixeira na feira do Guamá e mostrou-lhe a imagem, dizendo-lhe: “Ei Pingo, olha a mulher bonita do Priante aí, ó”. Pingo ri, mas continua seu trabalho. É mulher e é respeitada em toda a feira. Não parece haver espaço, na sua máscara social (Goffman 2011), para participar de certos gracejos machistas; mas também não pode, simplesmente, combatê-los. Assim, em relação a eles, mantém certo distanciamento: o riso discreto, que garante a manutenção das alianças ou, simplesmente, a fluência dos contatos, e o distanciamento em relação a certos assuntos, pretextado pelo trabalho a fazer, que garante a sua respeitabilidade. Pingo sorriu e dedicou-se com firmeza ao trabalho de limpar o peixe, deixando o assunto passar. Seu Paulo afastou-se, procurando “render” o assunto junto a outras pessoas.

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

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

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

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

4. Discussão

Em nossa observação concluímos, procurando aplicar a categoria ontológica heideggeriana do *falatório* sobre as formas de socialidade de uma feira de Belém, que o *falatório* vibra sobre si mesmo, em franca repetição, conformando uma região, uma

zona, um espaço – físico, mental e/ou temporal – de intensidade contínua que pode ser compreendido como a própria socialidade, ou como a própria imanência do espectro comunicacional do fenômeno da socialidade. O *falatório* constitui uma rede complexa de enunciados e de traços – no conceito derridiano, arqui-textos, ou textos que não chegam a se formar como tais (Derrida 1995) – que conformam conteúdos e que, assim, preenchem as formas sociais, também podendo moldá-las, engendrará-las e conformá-las (Simmel, 2006; Bourriaud 2009). Existencialmente, pensando com Heidegger (1976; 1993), o *falatório* é um fenômeno de ser-em-comum, de estar-com-outros, um fenômeno com proximidades ao comportamento de massa e que caracteriza o modo inautêntico de estar no mundo, o modo de vivenciar, intersubjetivamente, um mundo dogmatizado pela técnica. Porém, a partir de uma percepção empírica e de sua objetivação como fenômeno presente na vida banal, observável, portanto, o *falatório* é um modo interacional e um conjunto de práticas.

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

Desejaríamos concluir observando que, nesse contexto, a ideia de *platô* sintetiza a própria noção de intersubjetividade, no sentido de uma constelação de processos de significação que só têm sentido quando se validam mutuamente e intencionalmente.

É com essa perspectiva que procuramos abordar a experiência social – e, num plano mais estrito, o *falatório* – em sua dimensão comunicacional: compreendendo a intersubjetividade como o tecido de sociação no qual a comunicação se conforma como fenômeno, e, ao mesmo tempo contribui para a conformação dela, da comunicação, como fenômeno. A comunicação tem no *falatório* um conteúdo que contribui para conformar uma dada forma social, uma forma de estar-junto, de experienciar o mundo coletivamente.

Quando procuramos pensar o universo conceitual de Heidegger a partir de uma perspectiva comunicacional procuramos a trazer os instrumentos da filosofia heideggeriana para compreender a dimensão comunicacional presente nas formas sociais. Assim, procuramos criar instrumentos metodológicos aplicáveis à observação de fenômenos sociais em suas dimensões comunicacionais e culturais.

Foi procedendo dessa maneira que, em nossa observação etnográfica do fenômeno do *falatório* numa feira, conseguimos perceber três dimensões que, superpostas, se fazem presentes: uma dimensão espaço-temporal, outra de referência e outra de cadeia. Na prática, essas três dimensões conformam um só processo social, e se as decupamos dessa maneira é apenas para possibilitar a sua descrição enquanto fenômeno.

A primeira dessas três dimensões diz respeito ao platô, justamente: é o espaço em vibração das mútuas referências, é o onde-se-dá e o quando-se-dá do tecido

intersubjetivo. A segunda, a dimensão de referência, equivale ao processo de apropriação e citação de outros eventos de sentido, de outros eventos comunicacionais, presentes na mídia, especificamente ou, num plano mais amplo, na vida cotidiana em geral. A terceira, a dimensão de cadeia, significa o percurso de ir de vir da comunicação dentro de um tecido de socialidades: é a forma da rede de conexão, redistribuição, repetição e reprodução dos eventos de sentido, sobre a qual se pode perceber certa dimensão de dispersão, talvez fazendo uma epidemiologia dos processos comunicacionais que envolvem o sentido.

Na feira, a dimensão espaço-temporal se dá no percurso dos próprios indivíduos em sua interação. A dimensão espaço-temporal do *falatório* equivale àquele agora e assim (*jetzt und so*) de Schutz (1967), que acima referimos: um presente temporalizado pela referências que lhe dão sentido.

Já a dimensão de referência está presente na cadeia de referências, múltiplas e cruzadas, que envolve o *falatório*. É o eco, a citação, a repetição, as analogias, o zum-zum; ou seja, é tudo aquilo que adensa e dá volume ao *falatório*, é o que faz rir e que sustenta o riso, o gracejo, o deboche; e também sustenta a interação, o laço, o vínculo, e que vagueia pela intersubjetividade que, ao ser capturado, toma forma no *falatório*.

Por sua vez, a dimensão de cadeia do *falatório* corresponde ao que o dissemina na socialidade, por vezes transmutando-o em outros e novos temas e assuntos, emprestando-lhe sentido. Essa dimensão adensa as anteriores. Ela já é a forma concretizada e disseminada, reproduzida, e, muitas vezes, estigmatizada da vida social.

Essas, acreditamos, são as três dimensões que conformam o *falatório* e que o geram enquanto tal: um estar-no-mundo-com-os-outros impregnado de banalidades, de

iterações e de repetições. De quotidianidade, enfim. O *falatório* não só evidencia esse estar-no-mundo inautêntico, como ele é a própria inautenticidade do *Dasein*. Uma inautenticidade que, através dos processos comunicacionais inerentes ao *falatório*, produz e conforma as socialidades. Como já falamos anteriormente, o *falatório* colocaria em evidência, através do conhecimento banal, do disse-me-disse, da insinuação precária, da repetição, da jocosidade, da piada, do reflexo de coisas ditas anteriormente e ainda presentes na vida quotidiana que conformam e mantêm uma forma de estar no mundo, uma forma social, uma sociação, afinal uma forma social só é possível porque há um processo comunicacional que a conforma e a sustenta, e o falatório é um desses conteúdos que participam dessa conformação.

Referência

- BENJAMIN, Walter. 1984. A origem do drama barroco alemão. São Paulo: Brasiliense.
- _____. 1996. Paris, Capitale du XIXème siècle. Le livre des passages. Paris: Editions du Cerf.
- BOURRIAUD, Nicolas. 2009. Estética Relacional. São Paulo, Ed. Martins Fontes.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. 2013. “Fenomenologia da comunicação em sua quotidianidade”. InterCom, Revista brasileira de ciências da comunicação, 36 (4): 21-39.
- _____. 2014. “Linguagem e comunicação em Heidegger”. Galáxia (PUC-SP), 27 (1): 85-94.
- _____. 2012. “A sociologia fenomenológica de Alfred Schutz”. Ciências Sociais Unisinos 48 (1): 52-60.
- CASTRO, Marina R.N. 2013. A arte na sua cotidianidade: Uma percepção de arte na feira do Guamá. Belém. Dissertação (Mestrado em Artes) – Instituto de Ciências da Arte, Universidade Federal do Pará.
- CHARONE, Olinda. 2009. “O teatro dos pássaros como uma forma de espetáculo pós-moderno”. Ensaio Geral, 1 (1): 1-9.
- COOREN, François. 2010. Action and Agency In: Dialogue: Passion, incarnation and ventriloquism. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- DERRIDA, Jacques. 1995. Mal d'archive, une impression freudienne. Paris: Galilée.
- GEERTZ, Clifford. 1983. Nova luz sobre a antropologia. Rio: Jorge Zahar.

- GOFFMAN, Erving. 2011. Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face. Petrópolis: Vozes.
- GRANOVETTER, Mark. 1983. The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1 (2): 201–233.
- GREISH, Jean. 1994. Ontologie et temporalité. Esquisse d'une interprétation intégrale de Sein und Zeit. Paris: Presses Universitaires de France.
- HEIDEGGER, Martin. 1976. Sein und Zeit. In: Gesamtausgabe. Frankfurt, Vittorio Klostermann, II vol.
- _____. 1985. Être et temps. Paris: Authentica.
- _____. 1992. Les concepts fondamentaux de la métaphysique: Monde – Finitude – Solitude. Paris, Gallimard, 1992.
- _____. 1993. Ser e Tempo, 2 vols, 4a ed. Petrópolis: Vozes.
- HUSSERL, Edmund. 1992. L'Idée de la phenomenologie. Paris: Presses universitaires de France.
- MAFFESOLI, Michel. 1995. A contemplação do mundo. Porto Alegre: Artes e Ofícios.
- MAGNANI, José Guilherme. 1998. Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade. São Paulo : Hucitec.
- MESCHONNIC, Henri. 1990. Le langage Heidegger. Paris, PUF.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. 1984. De Mauss a Claude Lévi-Strauss. Textos Seleccionados. São Paulo: Editora Abril Cultural, coleção Os Pensadores.
- PASQUA, Hervé. 1993. Introduction à la lecture de Être et temps de Martin Heidegger. Lausanne: L'Age d'Homme.
- PARSONS, Talcott. 1937. The Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers. New York: McGraw-Hill.
- PEIRANO, Mariza. 1995. A favor da etnografia. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.
- RICOEUR, Paul. 1985. Temps et récit 3 : Le temps raconté. Paris: Seuil.
- _____. 2011. Hermenêutica e ideologias, 2ª Ed.. Petrópolis: Vozes.
- SCHUTZ, Alfred. 1967. Phenomenology of the social world. Evanston: North-western.
- SIMMEL, Georg. 1999. Sociologie. Etudes sur les formes de la socialization. Paris: Presses Universitaires de France (PUF), coleção Sociologies.
- _____. 2006. Questões fundamentais da sociologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- WHITE, Bob. 2008. Rumba Rules: The Politics of Dance Music in Mobutu's Zaire. Durhan: Duke University Press.