



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - UFBA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

TAIZ VIEIRA ALFAYA

**Feiraguay ou Chinafeira? Um estudo organizacional sobre a
inserção de chineses no Feiraguay, Feira de Santana - Bahia**

Salvador
2018

Taiz Vieira Alfaya

Feiraguay ou Chinafeira? Um estudo organizacional sobre a inserção de chineses no Feiraguay, Feira de Santana - Bahia

Tese apresentada ao Núcleo de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Administração.

Orientadora: Prof^a Dr^a Mônica de Aguiar Mac-Allister da Silva

Salvador
2018

Escola de Administração - UFBA

A366 Alfaya, Taiz Vieira.

Feiraguay ou Chinafeira? um estudo organizacional sobre a inserção de chineses no Feiraguay, Feira de Santana - Bahia / Taiz Vieira Alfaya. – 2018.

241 f.

Orientadora: Profa. Dra. Mônica de Aguiar Mac-Allister da Silva.
Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2018.

1. Comerciantes chineses – Feira de Santana (BA). 2. Etnologia.
3. Comercio – Feira de Santana (BA). 4. Concorrência. 5. Ética comercial.
6. Relações étnicas – Feira de Santana (BA). 7. Chineses – Segregação – Feira de Santana (BA). 8. Concorrência desleal. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

CDD – 381.431029

Epígrafe

*Ainda que eu falasse a língua dos homens
E falasse a língua dos anjos
Sem amor, eu nada seria*

*É só o amor, é só o amor
Que conhece o que é verdade
O amor é bom, não quer o mal
Não sente inveja ou se envaidece*

*O amor é o fogo que arde sem se ver
É ferida que dói e não se sente
É um contentamento descontente
É dor que desatina sem doer*

*Ainda que eu falasse a língua dos homens
E falasse a língua dos anjos
Sem amor, eu nada seria*

*É um não querer mais que bem querer
É solitário andar por entre a gente
É um não contentar-se de contente
É cuidar que se ganha em se perder*

*É um estar-se preso por vontade
É servir a quem vence, o vencedor
É um ter com quem nos mata a lealdade
Tão contrario a si é o mesmo amor*

*Estou acordado e todos dormem
Todos dormem, todos dormem
Agora vejo em parte
Mas então veremos face a face*

*É só o amor, é só o amor
Que conhece o que é verdade*

*Ainda que eu falasse a língua dos homens
E falasse a língua dos anjos
Sem amor, eu nada seria (...)*

Monte Castelo – Legião Urbana.

TAIZ VIEIRA ALFAYA

Feiraguay ou Chinafeira? Um estudo organizacional sobre a inserção de chineses no Feiraguay, Feira de Santana - Bahia

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de doutora em Administração, Escola de Administração, da Universidade Federal da Bahia.

Banca Examinadora

Mônica Aguiar Mac-Allister da Silva - Orientadora _____
Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia – UFBA
Professora Associada da Universidade Federal da Bahia

Manuela Ramos da Silva – Coorientadora _____
Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia – UFBA
Professora Adjunta da Universidade Federal de Sergipe – UFES

Tania Maria Diederichs Fischer _____
Doutora em Administração pela Universidade de São Paulo – USP
Professora Titular da Universidade Federal da Bahia

Luiz Alex Silva Saraiva _____
Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG
Professor Adjunto da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG

Lindomar Pinto da Silva _____
Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia – UFBA
Professor adjunto da Universidade Salvador – UNIFACS

Dedico esta tese a todos os itapagipanos com quem aprendi a importância da nossa origem, a todos os feirenses por terem me acolhido e a todos os imigrantes que deixam sua terra para se aventurar em terras alheias e desconhecidas. Por trás da opção de migrar, há sempre algum sofrimento e sempre muito que se deixar para trás.

AGRADECIMENTOS

Escrever uma tese, ingressar em um programa de doutorado não é algo simples. Foram os melhores e os piores 4 anos da minha vida. Eu não seria capaz de descrever as cirandas que percorri e as voltas que dei no mundo em torno de mim mesma, o meu mundo. Provei o doce sabor do céu de brigadeiro, descii ao inferno em chamas mil vezes e voltei com o gosto amargo na boca. Me embriaguei de alegria e me envenenei com o meu próprio veneno. Morri e ressuscitei muitas vezes, fui ao epicentro de incontáveis furacões e hoje, apenas hoje, consigo olhar o horizonte e vislumbrar segundos de paz como contrapartida a tudo que renunciei nesse período. Já parei de olhar o horizonte, pois tenho o receio que estes segundos de paz já se esgotem. Para chegar até esta linha e poder ver e reconhecer esta paz, encontrei com gente de todo tipo, pessoas legais, pessoas chatas, chatíssimas para ser mais exata, pessoas por quem me apaixonei e hoje amo, todas elas importantes ao longo desse processo e por isso não serei econômica aqui e agradecerei a todas.

A primeira pessoa a quem vou agradecer é ao meu filho João Manuel. Tê-lo em minha vida é a minha maior alegria, é encontrar o amor, reconhecer o divino, acreditar no bem e saber que onde eu estiver, ele também estará. Ele esteve aqui enquanto eu escrevia este texto e tivemos o seguinte diálogo:

João Manuel: Mima, o que você está fazendo?

Taiz: Escrevendo os agradecimentos da tese.

João Manuel: Você já acabou a tese?

Taiz: Quase, filho, estou quase lá.

João Manuel: Eu quero que você acabe logo esta tese para eu andar pela escola e os meninos dizerem: olha lá aquele menino, a mãe dele escreveu uma tese massa sobre o Feiraguay.

Não sei se é uma tese massa e também não consigo vislumbrar esse tipo de reconhecimento, mas você, meu filho, mesmo com apenas 8 anos (quando eu depositar esse documento já terá 9), foi a pessoa que mais compreendeu as minhas dores e as minhas dificuldades. Mima te ama mais que o mundo. Se sou uma mãe feliz com um filho tão especial é porque antes eu fui uma filha muito amada. Na minha infância faltou tudo, absolutamente tudo, mas nunca me faltou o amor, o amor da minha mãe Angelina. Mãe, foi o seu amor que me salvou e ao seu amor eu sou grata todos os dias. Sou filha, sou mãe e fui

esposa. Talvez por causa do momento não consiga ser mais justa nos agradecimentos, mas agradeço a você por ter me permitido ser a mãe de Joao Manuel, minha maior alegria.

Ugo é o meu irmão. Assumi cedo o papel de pai na minha vida, mas foi um pai carrasco, rigoroso. Crescemos e hoje acho que você se sente ainda um pouco meu pai e tem as suas dificuldades em lidar com nossos sentimentos, mas agradeço a você hoje no momento de conclusão desta etapa por todo o apoio e, principalmente, por ser um padrinho que realmente entende o que significa essa palavra. Ugo ampliou a família quando se uniu a Sara, a quem eu agradeço pelo equilíbrio e por todo o carinho e paciência com minha mãe.

A academia é um ambiente árido e não é uma carreira simples, sobreviver na academia sozinha, na minha cabeça é algo difícilimo, sobreviver à escrita de uma tese de maneira solo também, para mim, teria sido algo impossível, portanto, agradeço especialmente a minha querida orientadora, Prof^a Dra. Mônica Aguiar Mac-Allister da Silva, por ter sido a melhor orientadora que eu poderia ter tido e com quem eu divido qualquer fruto que possa vir a colher desta tese. À Prof^a Mônica, prometo, todos os dias, honrar a sua dedicação e competência me esforçando para ser para os meus estudantes, pelo menos um pouco do que você significou para mim durante essa árdua trajetória. Muito obrigada.

Outros professores foram muito importantes, tanto no meu ingresso quanto na minha formação nessa escola. Agradeço ao Professor Ernani Marques pelo incentivo em persistir e avançar no processo seletivo. Agradeço ao Professor Reginaldo pelo lindo exemplo de gentileza e humildade, tenho muita vaidade em ter recebido a influência de um intelectual da sua estatura em minha formação.

Ainda no NPGA, duas figuras foram essenciais nessa trajetória: Anaelia e Dacy. Anaelia, resolvedora de problema, sabe tudo o que acontece e o que irá acontecer. Sim, ela prevê o futuro e se eu fosse dar um conselho para alguém que ingressa nesse programa, seria: ouça Anaelia. A você, que me recebeu tão bem ainda lá atrás quando era aluna especial, sou só gratidão, bem como sou toda gratidão pelo carinho, doçura e cuidado com que Dacy sempre tratou a mim e a todos.

Saindo da escola de Administração, agradeço também e muito ao Professor Doutor Vivas Garcia do DMMC, onde cursei a disciplina de sistemas complexos, disciplina decisória para que eu enxergasse o meu objeto de modo mais claro. À Professora Dr^a Leticia Fantinel, rendo meus agradecimentos pelas contribuições no meu exame de qualificação sobre o método etnográfico e ao Professor Dr. Rafael Alcadipani, agradeço pelo estímulo de ida ao campo e pelos diálogos voluntários sobre o fazer etnográfico.

O Professor Dr Luiz Alex Saraiva me conheceu recém-ingressa aqui no NPGA, logo reconhecemos afinidades e, certamente, fora da UFBA foi a pessoa que mais me avaliou e que de perto acompanhou toda a minha trajetória. Rigoroso e sempre preciso nas suas contribuições, com o Prof Luiz Alex aprendi a escutar críticas (as mais duras), mas aprendi também que na esquina, após a crítica que contribui, há uma luz que dará sentido a todo o resto e, numa analogia bem pertinente, é como andar no arco-íris em busca do pote de ouro, a caminhada é longa, mas os benefícios são para toda a vida. Muito obrigada Professor Luiz Alex, por tudo e também por aceitar o convite para ser meu examinador.

A Profa Dra Tania Fischer eu agradeço pelo exemplo e pelo legado que deixou para o campo da Administração. Com a Profa Tania aprendi que uma tese de doutorado faz muito mais sentido se no final esta puder contribuir de alguma forma para que a sociedade onde vivemos melhore e esse foi o fio condutor de todo o meu estudo.

Os outros professores a quem eu preciso agradecer são meus colegas de trabalho da Faculdade Anísio Teixeira – FAT, eu adoro trabalhar na FAT com vocês meus colegas! E aqui aproveito para agradecer ao apoio a mim prestado por toda equipe de colaboradores da FAT nesse árduo período. Meus agradecimentos especiais, porém, são para o Prof Dr. Lindomar Pinto Silva, além de um amigo que encontrei, foi um grande guia intelectual, iluminou muito os meus argumentos, me incentivou no ingresso e no percurso e a quem devo parte da minha trajetória; por tudo isso, muito me honra sua presença a compor a minha banca examinadora. Não existe no mundo uma coordenadora melhor que a Prof^a Dr^a Ana Rita Sacramento. Para mim, um exemplo raro de competência, organização e amor. Com você eu só aprendo, minha chefe. Ao Professor Zé Maria Dias, agradeço pelo exemplo de seriedade e pela confiança e apoio, particularmente em alguns momentos de dificuldades.

No primeiro dia de aula sentamos juntas na mesma fila. Mal sabíamos que ali nascia o grupo mais seleto desse programa (rs): As Exclusivas. Mayara, dedicada e organizada, ocupa todos os espaços com amor. Mônica, equilíbrio, sensatez e coragem, quantos universos seremos capazes de desvendar juntas? Silvana, coragem, independência e tantas outras competências que eu não sou capaz de listar aqui. Ah, muito importante: foi Silvana, a minha companheira de estudos dominicais em métodos quantitativos. Juntas, lacramos a prova e jamais me esquecerei disso. Formamos uma aliança rara e preciosa, e a isso dou muito valor.

Ives, além de amor, outra palavra que eu escolheria para me referir a você é companheirismo. Somos companheiros desde aquele copo com água que lhe ofereci em algumas das tantas avaliações a que fomos submetidos. Nessa reta final, contudo, tenho

certeza que eu não conseguiria os progressos que obtive sem o seu companheirismo. Elisa é uma das minhas grandes conquistas nesse processo inteiro. Sou feliz e grata por ter me aproximado de alguém tão especial como é você. Edivania, com você eu aprendi tanto sobre a vida, sobre o cosmo, sobre tudo o que é desconhecido (...) obrigada, amiga. Amo muito vocês, meus companheiros de percurso e agora da vida.

Trata-se de um ambiente árido o ambiente acadêmico, contudo, em meio a tanta aridez, uma família se formou, uma família de irmãos, os *Los Hermanos*, todos os filhos de uma única mãe, a nossa mãe acadêmica, a Prof^a Mônica. Aos meus queridos irmãos de orientação, agradeço aos meus *hermanos*: Aurélio, Cláudio, Fabiana, Fábio, Manuela, Maria do Socorro, Maribel, Nid e Rísia por sermos um exemplo de força, união e de solidariedade em um lugar onde as dores são agudas e os tombos são frequentes; não é fácil, mas com o nosso amor qualquer caminho é mais seguro.

A hermana Manuela ascendeu ao status de coorientadora e a ela agradeço pelas contribuições especialmente nessa reta final.

O meu trabalho é a extensão do meu lar, e como em um lar comum, existem os irmãos, não por laços consanguíneos, irmãos desses que se reconhecem e foi assim conosco, os integrantes do NDR. Luiz Alberto foi o meu primeiro grande amigo na cidade, muito antes do NDR existir e a ele agradeço a paciência, o apoio e especialmente a aceitação de tudo o que eu sou, livre de julgamentos e cheio de amor. A segunda integrante do NDR se chama Elizabete, ela é como uma irmã mais nova, a quem eu devo proteger. A ela agradeço pela solidariedade, presença constante e por ampliar minha família me oferecendo um docinho com nome de Bia. O último e não menos importante integrante desse grupo é Joubert, amigo com quem tenho muitas afinidades e que dividiu comigo angústias desse processo de doutoramento, sendo cuidadoso em me ajudar nas revisões e compreensivo com as minhas malcriações. Meus amigos queridos, amo muito a todos vocês.

Tenho amigas que vêm lá do meu passado, mas que estão presentes na minha vida diariamente. Antes não éramos tão amigas assim, mas, com o apoio da tecnologia, ampliamos nossos laços de modo irreversível, o que para mim é razão de grande vaidade. Agradeço as minhas amigas de Itapagipe: Aline e Amanda pelo companheirismo, pela escuta sempre atenta, apoio e especialmente por juntas podermos desfrutar as descobertas, gracinhas e fofuras de Luíza que enche os nossos dias de alegria, mesmo os piores dias.

A Carol agradeço por ser essa amiga lúcida, chatinha (eu acho a chatice dela engraçada), mas presente, solidária e assertiva em todos os momentos que solicitada e não

solicitada também. Agradeço à Carol por ter trazido San para minha vida. San é a tradução da serenidade e um amigo tão especial que me faltam palavras (...) e a vocês juntos agradeço por todo apoio na edição das imagens que ilustram esta tese, mas a minha enorme gratidão é porque juntos vocês trouxeram ao mundo e ao meu mundo uma flor de nome Jasmim, afilhada de coração, que parece ter chegado para nos mostrar o quão legal esse mundo é; acompanhar o seu crescimento tem sido uma das grandes alegrias dessa fase tensa da vida.

Em Feira sou imigrante, e cheguei aqui com uma certeza: já tenho muitos amigos e não preciso de novos, mas a minha avó já dizia: “falamos uma coisa e a vida se encarrega de nos desmentir”. Assim, fui desmentida e que bom que o fui, pois, se aqui permaneci, foi porque tive a chance e a honra de dizer que sou amiga da pessoa mais legal, solidária, educada e dona de todas as virtudes que uma pessoa que é boa possui. A melhor pessoa dessa cidade tem nome e o seu nome é Danyela Fogagnoli. Ela me provou que havia espaço na minha vida para ela e que ninguém constrói nada sozinho. Por tudo, e especialmente pelos últimos meses em que você testemunhou cada evento que vivi sem soltar a minha mão uma única vez sequer, vou agradecer todos os dias e, se eu viver mais 100 anos e, durante todos os dias desses 100 anos, eu agradecer, não sei se será o suficiente.

Danyela chegou e não veio sozinha, porque ela é casada com um homem que, além de muito honrado, é um cara muito legal, amigo Wagner, você jamais poderia ficar de fora destas páginas, talvez um dos poucos que entenderam a importância dessa escolha tão árdua. E ela fez mais, apresentou a mais dócil pessoa a quem tive a chance de conhecer, a querida amiga Adriana. Depois de tudo que vivi, não sei se acredito mais em acaso, pois a dócil Adriana é casada com Charles. Sabem quem é Charles? Ele está entre as figuras centrais para construção desta tese, pois foi ele a pessoa que contrariou o que TODAS, absolutamente TODAS as pessoas disseram que eu jamais conseguiria: a aproximação e a entrevista com chineses no Feiraguay. As entrevistas mediadas por Charles com esses chineses foram decisórias para o alcance dos meus resultados e por-isso e pela sua amizade, sou muito grata.

A minha querida amiga Tati, lhe agradeço por todos os anos de amizade e em especial pelo cuidado e atenção nos últimos meses, e à amada Aline Paula, agradeço por estar presente e vigilante, ainda que de longe sempre e assim, de longe, sempre dá um jeito de se aproximar quando a sua presença se faz necessária.

Agradeço especialmente a minha equipe de funcionárias composta por Jucely, quase uma governanta, sempre tomando decisões e a Joseane, anjo que acompanha todos os passos

de João Manuel; ambas viabilizaram toda a minha ausência, para que este momento final fosse possível.

Agradeço aos gestores da AVAMFS, em especial a Rodrigo e a Sandro, que muito contribuíram para a operacionalização do estudo empírico, sendo solícitos e valorizando o estudo. Agradeço a Grazi, por ter aberto as portas e a intimidade da sua loja e me permitido de tão perto coletar os meus dados.

RESUMO

Esta tese trata dos chineses no Feiraguay, centro comercial de referência localizado na cidade de Feira de Santana - Bahia. O objetivo geral é compreender a inserção de chineses no Feiraguay, o que se desdobra nos seguintes objetivos específicos: descrever o Feiraguay; descrever as práticas dos chineses no Feiraguay; analisar as interpretações dos agentes do campo sobre as práticas dos chineses no Feiraguay; interpretar os capitais dos agentes do campo na relação com os chineses no Feiraguay. Trata-se de uma pesquisa indutiva e qualitativa, com uso do método etnográfico, tendo como técnicas: observação direta e participante, entrevistas, pesquisa documental, descrição densa e elaboração de diários de campo. Dar voz aos agentes do campo foi um compromisso assumido desde o início da pesquisa o que resultou no registro e valorização das polifonias. Do estudo de campo emergem as categorias êmicas de análise: ameaça, segregação, controle, ilegalidade, informalidade, invasão e política. Quando vistas estas categorias, o Feiraguay assume a perspectiva de arena simbólica de disputas onde os agentes, comerciantes chineses e comerciantes brasileiros travam lutas pelo espaço de comércio. A partir do campo são feitas as escolhas teóricas ancoradas nos conceitos de espaço social, campo, *habitus* e dos capitais: econômico, social, cultural e simbólico de Bourdieu; sendo esses conceitos usados como categorias éticas de análise. A interpretação da inserção dos chineses no Feiraguay é feita por meio da identificação das práticas e disposições que formam o *habitus* dos comerciantes chineses e dos comerciantes brasileiros e que influenciam o hibridismo das lógicas de funcionamento do campo, as quais são baseadas em disputas. Com o intuito de apontar uma classe de agentes dominantes no Feiraguay, foram examinados os capitais de cada grupo. Por fim, o conceito de violência simbólica surge como uma resposta à atuação da classe dominante no Feiraguay que atua sobre uma classe dominada e que, por sua vez, se mostra cúmplice dessa dominação.

Palavras-Chaves: Centro comercial; Chinês; Etnografia.

ABSTRACT

This paper deals with the Chinese people at Feiraguay, a reference commercial center located in the city of Feira de Santana - Bahia. The general objective is to understand the insertion of Chinese at Feiraguay, which leads to the following specific goals: to describe Feiraguay; describe the practices of the Chinese at Feiraguay; to analyze the interpretations from the field agents on the practices of the Chinese at Feiraguay; to interpret the capitals of the field agents regarding to their relationship with the Chinese at Feiraguay. It is an inductive and qualitative research, using the ethnographic method, having as techniques: direct and participant observation, interview, documentary research, dense description and elaboration of field diaries. Giving voice to the field agents was a commitment made since the beginning of the research, which resulted in the recording and valuation of polyphonies. From the field study emerges the emic categories of analysis: threat, segregation, control, illegality, informality, invasion and politics. When overviewed those categories, Feiraguay assumes the perspective of a symbolic arena of disputes where field agents, Chinese merchants and Brazilian merchants fight for trade space. From the field are made the theoretical choices anchored in the concepts of social space, field, habitus and capital: economic, social, cultural and symbolic by Bourdieu; being these concepts used as ethical categories of analysis. The interpretation of the insertion of the Chinese at Feiraguay was made from the identification of the practices and dispositions that form the habitus of Chinese merchants and Brazilian merchants and which influence the hybridity of the logics of the field operation, which are based on disputes. With the intention of pointing out a class of dominant agents at Feiraguay, the capitals of each group were examined. Finally, the concept of symbolic violence emerges as a response to the ruling class's performance at Feiraguay that acts on a dominated class and, in its turn, is complicit in this domination.

Keywords: Commercial center; Chinese; Ethnography.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	A feira semanal da cidade – 1960	22
Figura 2	Feira da Praça João Pedreira – 1990	24
Figura 3	Mapa de Feira de Santana.....	25
Figura 4	Fachada do Feiraguay.....	27
Figura 5	Telhado lateral do Feiraguay.....	27
Quadro 1	Autores dos textos selecionados para a revisão de literatura.....	41
Figura 6	Indicação dos principais estados do Nordeste que publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa.....	43
Figura 7	Indicação dos principais estados da região Sudeste que publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa.....	44
Figura 8	Indicação dos principais estados da região Sul que publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa.....	46
Quadro 2	Relação de entrevistados.....	95
Quadro 3	Demais agentes participantes da pesquisa	97
Quadro 4	Principais diferenças entre a abordagem êmica e a abordagem ética	97
Quadro 5	Categoria êmicas e seus descritores.....	97
Quadro 6	Categorias éticas e seus descritores	102
Figura 9	Minha visão da banca dos chineses de onde realizei a observação participante	102
Figura 10	Parte do mix de produtos do boxe da E-20	104
Figura 11	Foto atual do boxe onde realizei a observação participante	106
Figura 12	Foto atual do boxe onde realizei a observação participante	106
Figura 13	Interior do boxe onde realizei a observação participante	107
Figura 14	Loja que a E-20 abriu nos entornos do Feiraguay após o fim da observação participante empreendida	108
Figura 15	Foto aérea do Feiraguay e destaque do início dos corredores comerciais que circundam o Feiraguay	126
Figura 16	Fachada da loja de bolsas dos chineses no entorno do Feiraguay	127

Figura 17	Em destaque a Praça Presidente Médici	128
Figura 18	Boxe da Entrevistada 20	130
Figura 19	Boxe planejado pelo seu proprietário no Feiraguay	131
Quadro 6	Grupos de produtos comercializados com Feiraguay	138
Quadro 7	Relação das marcas de produtos cujas réplicas adaptam o nome da marca e/ou o logos e compõem o <i>mix</i> de oferta no Feiraguay	140
Figura 20	Imagem da página da S-20 em rede social	139
Figura 21	Imagem de um boxe de óculos no Feiraguay	174
Figura 22	Imagem de um boxe de óculos no Feiraguay	175
Figura 23	Imagem de um boxe de óculos no Feiraguay	176
Figura 24	Planta com a ocupação dos chineses no Feiraguay	181
Figura 25	Capital Econômico	204
Figura 26	Capital Social.....	208
Figura 27	Capital Cultural	212
Figura 28	Capital Simbólico.....	215

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADI	Divisão Administração da informação
AP	Divisão Administração Pública
ANPAD	Associação de Pós-Graduação em Administração
ANPUH	Associação Nacional de História
AVAMFS	Associação dos Vendedores Ambulantes de Feira de Santana
CAF	Centro de Abastecimento de Feira de Santana
CDL	Centro de Dirigentes Lojistas
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
CMPU	Conferência Municipal de Política Urbana
CON	Divisão de Contabilidade
DMCC	Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Difusão do Conhecimento
EORS	Divisão dos Estudos Organizacionais
EPQ	Divisão de Ensino e Pesquisa em Administração
ESO	Divisão de Estratégia em Organizações
FGTS	Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIN	Divisão de Finanças
GCT	Divisão Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação
GOL	Divisão Gestão de Operação e Logística
GPR	Divisão de Gestão de Pessoas e Relações e Trabalho
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JUCEB	Junta Comercial do Estado da Bahia
MKT	Divisão de Marketing
MPE's	Micros e Pequenas Empresas
NPGA	Núcleo de Pós-Graduação em Administração
OMC	Organização Mundial do Comércio
PPDRU	Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano
PIB	Produto Interno Bruto
SICOMFS	Sindicato do Comércio de Feira de Santana
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UNIFACS	Universidade Salvador
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	20
2	CONSTRUÇÃO DO ESTUDO SOBRE A INSERÇÃO DOS CHINESES NO FEIRAGUAY	34
2.1	ESCOLHAS NO CAMPO DO AFETO	34
2.2	ESCOLHAS NO CAMPO CIENTÍFICO.....	38
2.2.1	Exploração do conhecimento	39
2.2.1.1	Estudos sobre imigração chinesa no Brasil e sua presença no comércio brasileiro.....	40
2.2.1.2	Estudos sobre as organizações de comércio com formato de centro comercial	47
2.2.1.3	Estudos baseados na obra de Bourdieu	55
2.2.2	Escolhas epistemológicas	57
2.2.3	Escolhas teóricas	62
2.2.3.1	O espaço social	63
2.2.3.2	Campo	66
2.2.3.3	<i>Habitus</i>	70
2.2.3.4	Os capitais como ferramentas de dominação	73
2.2.3.4.1	<u>Capital econômico</u>	75
2.2.3.4.2	<u>Capital social</u>	76
2.2.3.4.3	<u>Capital cultural</u>	78
2.2.3.4.4	<u>Capital simbólico</u>	80
2.2.4	Escolhas metodológicas	82
2.2.4.1	O método	83
2.2.4.2	Procedimentos metodológicos	86
2.2.4.3	Etnografando o Feiraguay	99
3.	ESTUDO SOBRE A INSERÇÃO DOS CHINESES NO FEIRAGUAY	118
3.1	DESCRIÇÃO DO FEIRAGUAY	118
3.2	OS CHINESES NO FEIRAGUAY	149
3.2.1	Práticas dos comerciantes chineses no Feiraguay	149
3.2.2	Interpretação sobre os chineses no Feiraguay por meio das categorias êmicas	165

3.2.2.1	Ameaça	167
3.2.2.2	Controle	176
3.2.2.3	Ilegalidade	178
3.2.2.4	Informalidade	181
3.2.2.5	Invasão	185
3.2.2.6	Política	187
3.2.2.7	Segregação	189
3.3	DIÁLOGO ENTRE BOURDIEU E OS CHINESES NO FEIRAGUAY	191
3.3.1	O capital econômico dos chineses no campo Feiraguay	193
3.3.2	O capital social dos chineses no campo Feiraguay	196
3.3.3	O capital cultural dos chineses no campo Feiraguay	201
3.3.4	O capital simbólico dos chineses no campo Feiraguay	205
3.3.5	Há uma classe dominante no Feiraguay?	208
4.	CONCLUSÃO	211
	REFERÊNCIAS	221
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES BRASILEIROS	236
	APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES CHINESES	237
	APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES/DISTRIBUIDORES	238
	APÊNDICE D - DEMAIS IMAGENS DO FEIRAGUAY	239

1. INTRODUÇÃO

Os chineses formam a nação mais populosa do planeta, e a diáspora chinesa é a maior do mundo na atualidade, o que, de acordo com Yokata (2014), não é um fenômeno recente e trata-se de um movimento crescente. Ainda segundo o autor, Pequim prevê que haja aproximadamente 45 milhões de chineses distribuídos no globo, o que compõe o maior contingente de imigrantes do mundo. “Grande parte são [sic] descendentes dos que deixaram o país nas sucessivas ondas migratórias que ocorreram a partir do fim do século 19” (YOKATA, 2014, p.1).

Os chineses estão em todos os lugares. Inicialmente os que deixaram o país no século 19 eram, em sua maioria, pobres e analfabetos. Segundo Yokata (2014), esses chineses partiram para realizar atividade de construção de linhas férreas na região Oeste dos Estados Unidos e em mineradoras de ouro canadenses. Esta presença se estendeu até o Panamá, onde boa parte da equipe de trabalhadores da obra do Canal do Panamá era composta por chineses, e esta emigração permanece crescente por outras razões como, por exemplo, a ampliação da entrada de estudantes chineses em universidades norte-americanas.

No Brasil, os primeiros chineses que chegaram foram para o cultivo de chás na região Sudeste. Essa empreitada não foi bem sucedida, mas resultou no estabelecimento de chineses no país (GÓES, 2014; LIMA, 2005, JYE; SHYU; MENEZES JÚNIOR, 2009).

Os chineses se concentravam inicialmente na região Sudeste, mas, de acordo com Góes (2014), diversos fatores, como o cenário político atual marcado por crises e a expansão econômica do capital, tornou a região Nordeste uma nova opção para as migrações internacionais, antes mais limitadas às regiões Sul e Sudeste. Para o estudioso do fenômeno:

Assim, vê-se uma migração mundial norte-sul e sul-sul mais diversificada e, dentro do Brasil outras regiões, também, absorvem parte desses novos imigrantes. É claro que a região Sudeste e o estado de São Paulo não deixaram o seu protagonismo, como no caso da imigração boliviana, peruana e até chinesa, mas se quer chamar a atenção para o fato de que o Nordeste tem sido preferido por imigrantes chineses que pretendem aproveitar essa expansão econômica. (GÓES, 2014, p 6).

De acordo com Góes (2014), na região Nordeste, além do estado da Bahia, existe o registro de asiáticos chineses e tawineses nos estados de Pernambuco e Sergipe.

Atualmente os asiáticos consideram a região Nordeste como um caminho alternativo aos grandes centros urbanos do Sudeste; como afirma Góes (2014, p. 14): “alguns imigrantes têm visto a região Sudeste como lugares saturados para os negócios.”

Embora os chineses estejam presentes em todas as regiões do país, mais recentemente essa presença vem sendo direcionada para o Nordeste, sendo esse fenômeno social negligenciado pelo campo da Administração em todas as suas divisões¹, o que aponta uma primeira razão para a realização deste estudo.

Um dado curioso sobre os chineses e que é digno de nota é que eles imigram para o Brasil para empreender (SILVA; TSANG, 2015) e vêm assumindo um espaço comercial que anteriormente era dominado pelos comerciantes brasileiros. Silva e YengTsang (2015) chamam a atenção para um fenômeno observado no cotidiano do brasileiro, trata-se da presença de micro e pequenas empresas fundadas por imigrantes chineses no Brasil.

Os questionamentos desta tese estão situados no tempo presente, contudo pistas para o esclarecimento desses questionamentos podem estar localizadas no passado que revela que a origem da aproximação de imigrantes para Feira de Santana pode estar na constituição da cidade que nasce vocacionada para ser uma cidade acolhedora.

É comum encontrar na história da humanidade que foi catequizada pelo catolicismo, cidades originadas a partir de uma igreja e de uma feira de rua que se dava no mesmo dia das celebrações religiosas (SÁ, 2017). Essa herança também contribuiu para a constituição da cidade de Feira de Santana que se originou a partir da existência da capela de Nossa Senhora de Santana e da feira de Santana dos Olhos D'Água, instalada na fazenda de mesmo nome, na qual existia também uma fonte de água potável.

O fato de ter se originado de uma feira, o que ficou registrado no próprio nome, foi importante para a expansão do comércio da cidade e para que o comércio fosse decisivo na sua economia. Poppino (1968) afirma que quanto maior fosse o volume dos negócios realizados na feira, aumentariam proporcionalmente os demais negócios da cidade, e assim aconteceu. A Figura 1 demonstra a concentração de pessoas na principal feira da cidade indicando o crescimento apontado por Poppino (1968).

¹ Durante toda a escrita da tese, levei em consideração as divisões que a AnPAD, entidade que representa a pós-graduação em Administração no Brasil considera que são: Administração da Informação (ADI); Administração pública (AP); Contabilidade (CON); Estudos Organizacionais (EOR) Estudo e Pesquisa em Administração (EPQ); Estratégia em Organizações (ESO); Finanças (FIN) Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação (GCT); Gestão de Operação e Logística (GOL) Gestão de Pessoas e relações e trabalho (GPR) e Marketing (MKT). (ANPAD, 2018).

Figura 1: A feira semanal da cidade – 1960



Fonte: IBGE (2016)

Ao longo dos 142 anos, desde a sua elevação à categoria de cidade, com a denominação de cidade Comercial de Feira de Santana (FREITAS,1998), fatores como a ampliação das rodovias, o surgimento de novos meios de locomoção e, especialmente as inovações urbanas, provocaram modificações no comércio, o que se traduziu em novas formas de comércio com a formação das ruas e avenidas comerciais, como é o caso da Avenida Getúlio Vargas, da Avenida Sales Barbosa, Avenida JJ Seabra, Avenida Conselheiro Franco, Avenida Senhor dos Passos, Marechal Deodoro.

Como continuidade dessa inovação destaca-se o *shopping* Boulevard de Feira, inaugurado em 1999 com a bandeira da rede de *shoppings* Iguatemi, e mais recentemente o *American Outlet*, inaugurado no ano 2015. Tais modificações atingiram, inclusive, a feira de Santana dos Olhos D'Água:

Essas modificações afetaram a feira que deu origem à cidade. Nela se comercializavam não apenas hortifrutigranjeiros, mas também peças de vestuários

adultos e infantis, artesanato, produtos que tinham como matéria-prima o couro do gado como calçados, tapetes dentre outros acessórios, além de eletrodomésticos e móveis de madeira e de sisal. No processo de mudança, ela foi reprimida até a sua quase morte, realocada e transformada no Centro de Abastecimento (CAF). O presidente da Associação Comercial da cidade de Feira de Santana se manifestou na época apontando uma clara tendência à higienização. O presidente da Associação Comercial de Feira de Santana, José Alexandrino de Souza, em 31 de dezembro de 1977, teceu o seguinte comentário: O que estamos verificando, na atual feira-livre, é um problema muito sério, um atentado contra a saúde pública. A mudança da feira livre para o Centro de Abastecimento vai realmente trazer um desafogo para o centro comercial. A opinião da Associação Comercial é de que a feira livre deve ser transferida para o Centro de Abastecimento. Não acredito que de imediato as vendas dos estabelecimentos comerciais aumentem, ao contrário, cairá o seu volume, ou seja, no período de adaptação, para que três ou quatro meses depois a situação fique equilibrada. Tenho certeza que com as ruas e avenidas limpas e desafogadas vamos faturar alto. (MOREIRA, 1997, p.306).

As feiras da cidade foram sendo por tantas razões reprimidas. Oliveira (2013) chama a atenção para esse fato quando diz que “não raro encontram-se na história da cidade projetos e ações políticas que vão de encontro com os interesses e sobrevivência das feiras livres instaladas na cidade” (OLIVEIRA, 2013, p.22). Na Figura 2 é possível ver que na década de 1990 as feiras tinham ainda grande importância; isso considerando que a feira fotografada ocupava então uma área central e extensa da cidade.

Figura 2: Feira da Praça João Pedreira – 1990



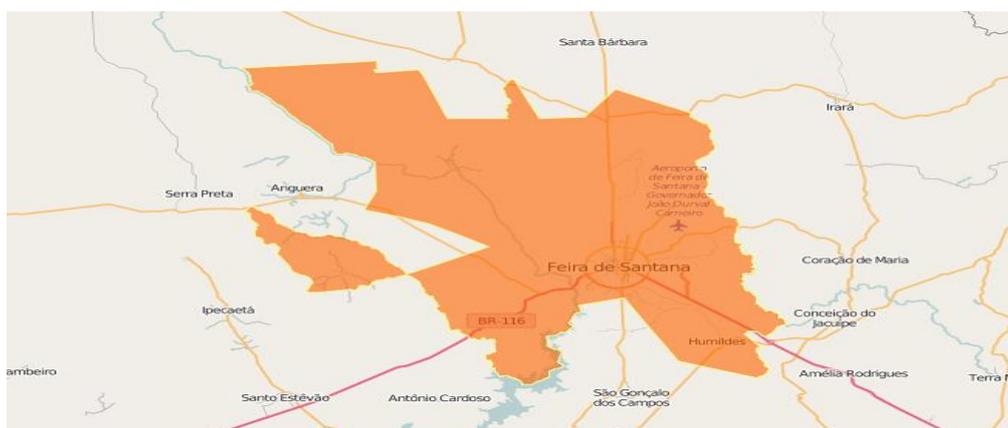
Fonte: IBGE (2016)

Feira de Santana é o segundo maior município do Estado da Bahia em extensão territorial e população. Seu Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* ultrapassou a capital do

estado, Salvador. Seu PIB total ocupa a terceira posição. Em categorias gerais, o município ocupa a terceira posição no estado e a trigésima quarta posição no país. (IBGE, 2016)

Atribui-se esse posicionamento de Feira de Santana a sua situação geográfica, pois a cidade está localizada no principal anel viário do Norte-Nordeste, com acesso para um número significativo de estradas nacionais, como pode ser identificado na Figura 3:

Figura 3: Mapa de Feira de Santana



Fonte: IBGE (2016)

Na condição de anel viário, a cidade desempenha importante papel logístico para as atividades econômicas, principalmente para o desenvolvimento do agronegócio no interior do estado. Essa condição potencializa também as atividades comerciais, destacando-se o comércio, que se estende para além dos limites da cidade.

Entre os anos 1970 e 1980, Feira de Santana passou a ser conhecida com uma “cidade sã” pelo seu clima pouco poluído, água de boa qualidade (PINHO; CARNEIRO; OLIVEIRA, 2011) uma cidade boa para se viver, com perspectivas de crescimento econômico. Todas essas características contribuíram para que pessoas de outros estados e outras culturas escolhessem a cidade para viver e esse é outro traço importante da cultura local. Basta um olhar mais atento para que se perceba o perfil da diversidade cultural, impressa no comércio onde se escuta o sotaque de várias regiões do país e do exterior. Não é estranho, portanto, que haja novos rostos e sotaques povoando o comércio, pois eles já compõem há muito o cotidiano da cidade.

Especialmente por suas características geográficas, a cidade assume a vocação de ser acolhedora e, assim, se torna conhecida como receptiva aos forasteiros e não apenas aos forasteiros brasileiros, estrangeiros também possuem espaço em Feira de Santana.

Observa-se a presença de: latino-americanos, em particular argentinos e colombianos; europeus, notadamente espanhóis da Galícia; árabes, que são de regiões que perpassam os continentes africano e asiático; e asiáticos, com predominância dos chineses. Atualmente, a presença de refugiados de países como o Haiti e Venezuela tem sido percebida em certos postos de trabalho na cidade.

Trata-se de uma cidade que nasce sendo fruto de uma feira e se expande para além dessa atividade comercial e cultural de origem em nome de ideais de modernização. E por esse ideal e por tantas outras razões já relatadas, as feiras vão se desmontando e perdendo a força na cidade. Contudo, a vocação comercial aliada a eventos econômicos que comprometeram a sanidade econômica da cidade, como o processo de desindustrialização, deu origem a outros espaços de comércio, o mais expressivo deles foi o Feiraguay².

O Feiraguay surgiu no início da década de 1980, quando a economia do país estava fragilizada e o comércio informal era uma possibilidade de ganho praticada pelos brasileiros, conhecidos popularmente como camelôs. Esses comerciantes atuavam no centro da cidade, vendendo em bancas fixas ou em carrinhos de mão que se deslocavam nessa região. Dentre as mercadorias vendidas por esses comerciantes brasileiros, destacavam-se os produtos eletrônicos falsificados, contrabandeados do Paraguai, comprados e vendidos sem nota fiscal.

Nesse comércio ilegal é que se origina o Feiraguay, batizado assim porque na época da sua constituição, no Brasil, o Paraguai era um país muito conhecido pelo comércio de mercadorias falsificadas, portanto mais baratas, e por essa razão era comum que brasileiros se organizassem em excursões até o Paraguai para aquisição dessas mercadorias no atacado para o posterior comércio delas em organizações comerciais de todos os tipos.

De acordo com Pinheiro-Machado (2008), grande parte dessas mercadorias são produzidas na China, exportadas para o Paraguai, lá receptadas, mais exatamente em *Ciudad del Este*, depois de cruzar a fronteira, são distribuídas por todo Brasil. De acordo com a fala de comerciantes do Feiraguay, essa rota indicada por Pinheiro-Machado (2008) estaria enfraquecida, enfraquecimento que pode estar relacionado à chegada crescente de chineses no Brasil, o que possivelmente está eliminando o intermediário na recepção dessas mercadorias.

Em meados da década de 90, após algumas iniciativas da prefeitura municipal, foi construído na Praça Presidente Médici, que fica em uma região um pouco afastada do centro, um galpão que seria ocupado, ainda que não exclusivamente, pelos referidos comerciantes

² Neologismo formado pela junção das palavras Feira e Paraguay.

brasileiros de produtos paraguaios. Assim, o conhecido e até turístico Feiraguay perde a forma de feira para ganhar a forma de centro comercial ou, como popularmente designado, *shopping center* popular.

Um dos entrevistados³, o E-25 (2017) descreveu da seguinte forma como era o formato das feiras tradicionais da cidade:

Feira-livre em todos os aspectos, porque você tinha uma feira-livre que qualquer pessoa podia vir, trazer suas coisas pra vender, bastava ter um ombro, saía circulando na rua vendendo seu fumo de corda, seu amendoim, vendendo seu umbu, e aí a cidade ela se desenvolveu em toda essa feira-livre. (Entrevistado-25).

De acordo com a Associação dos Vendedores Ambulantes de Feira de Santana, AVAMFS (2015), o Feiraguay se desenvolveu e conta com uma estrutura fixa de 650 boxes; em uma área coberta por telhas de zinco e uma grande fachada pintada com as cores da bandeira da cidade (verde, vermelha e branca). O Feiraguay é hoje uma das maiores organizações de comércio de Feira de Santana e o mais conhecido fora da cidade. (Ver Figuras 4 e 5).

Figura 4: Fachada do Feiraguay



Fonte: <https://www.omelhordobairro.com>. Acesso em: 14/03/2016

³ No quadro 2, localizado na página 92 da seção de escolhas metodológicas, apresento uma relação dos entrevistados.

Figura 5: Telhado lateral do Feiraguay



Fonte: <https://www.omelhordobairro.com>. Acesso em: 14/03/2016

O Feiraguay se consolidou como organização comercial de referência na cidade, apesar do comércio de mercadorias de origem muitas vezes duvidosas e que sempre funcionou sob o olhar compassivo do Estado, que legitimava a dimensão de ilegalidade daquele comércio. Atualmente, essa realidade mudou.

O Feiraguay continua no mesmo espaço, mas o que mais chama atenção nesse centro de compras é a forte e notória presença de chineses e a substituição de produtos paraguaios por produtos importados da China. A presença dos chineses no comércio teve início nos anos 1980⁴ e desde então essa participação vem aumentando gradativamente, de modo que eles atualmente se encontram espalhados por todo o comércio da cidade. Nas avenidas comerciais são donos de lojas, contudo é no Feiraguay que a presença deles é mais notada, já que nesse centro de comércio eles se aglomeram, o que favorece a identificação e é mais fácil observar o incômodo que essa presença estrangeira provoca no comércio da cidade.

⁴ Essa informação foi conquistada durante a realização das entrevistas que compuseram o estudo empírico.

Eles se inserem de modo coordenado no Feiraguay, que possui formato retangular, e ocupam estrategicamente os boxes que estão localizados nas quatro extremidades do campo. A presença deles é tão forte que faz questionar se o Feiraguay ainda pode ter esse nome, já que esse centro comercial foi assim denominado por causa da antiga origem dos produtos que vinham do Paraguai. Nesse momento os chineses passam a receptor os produtos diretamente da China e assumem a condição de fornecedores dos produtos comercializados em toda a cidade.

Assim que notada essa presença, iniciei uma pesquisa exploratória em documentos disponíveis na rede, como: jornais, portais de notícias, entre outros sobre a inserção dos chineses no comércio da cidade e no Feiraguay. Encontrei inúmeras matérias que davam conta da presença dos chineses, assim como das tensões e conflitos que essa presença estrangeira provoca.

Os conflitos provocados pela presença desses chineses logo que eles passaram a ocupar o Feiraguay eram tão significativos que levou a AVAMFS, entidade que faz a gestão do centro, a propor em assembleia que fosse votada a proibição da entrada de novos comerciantes chineses no Feiraguay⁵. A proposta foi votada pelos associados e aprovada por unanimidade.

Ao esbarrar nessa decisão dos associados da AVAMFS, a direção para o desenho desta tese começa a ser revelada, pois a inserção dos chineses no Feiraguay se mostra controversa, já que em todas as matérias e denúncias encontradas em portais de notícias, as opiniões dos comerciantes do campo se dividem sobre a inserção dos chineses no Feiraguay.

Uma parte os considera uma presença incômoda, porque ocupam um espaço de comércio que antes era hegemonicamente dos comerciantes brasileiros e também porque praticam preços muito baixos e “queimam preços”⁶, já que possuem relações comerciais sem intermediários com a China. Para os que compartilham dessa opinião, a presença desses estrangeiros se traduz em uma ameaça e a inserção dos chineses no Feiraguay tem o sentido de invasão do espaço de comércio do brasileiro.

Já outra parte dos comerciantes brasileiros do Feiraguay considera a presença chinesa positiva, porque eles comercializam mercadorias diferentes da maioria dos comerciantes

⁵ Essa informação foi acessada por meio de pesquisa documental, em portais de notícias e posteriormente confirmada com as entrevistas que compuseram o estudo empírico. (CORREIO DA BAHIA, 2010)

⁶ Expressão muitas vezes repetida durante o estudo empírico que significa colocar os preços muito abaixo dos preços praticados pelos comerciantes do centro, impedindo que os comerciantes brasileiros possam concorrer de modo equivalente com os comerciantes chineses.

brasileiros, como réplicas de roupas, calçados e acessórios de grifes nacionais e internacionais de boa qualidade e que são muito parecidas com as peças das marcas originais.

Desse modo, os chineses contribuem para a integralização do *mix* de produtos do campo, o que pode atrair um público auxiliar que termina consumindo as demais mercadorias oferecidas pelos outros comerciantes brasileiros, que são: bijouterias, eletrônicos, capas e acessórios de celulares, cds e dvd`s pirateados, brinquedos, alimentos, cigarros, bebidas, fármacos, entre tantos outros. Para essa parte dos comerciantes, portanto, a presença dos chineses pode ser considerada como uma oportunidade benéfica aos comerciantes nativos.

Não há um consenso sobre se a presença desses estrangeiros no Feiraguay representa uma ameaça ou uma oportunidade, entretanto há um consenso quanto à proibição da entrada de novos chineses no local. De acordo com a decisão da AVAMFS, os que já estão instalados podem permanecer, novos chineses, todavia, não podem ter acesso à compra ou aluguel de boxes no campo.

Segundo diretores da AVAMFS, alguns políticos das esferas municipal e estadual, além de alguns secretários integrantes da gestão municipal – apesar de divididos a respeito da inserção dos chineses não apenas no Feiraguay, mas também em todo o comércio da cidade – concordam em um ponto: a necessidade de que a entrada e a permanência deles no país só aconteçam de forma legalizada. Embora esses políticos e parlamentares esclareçam que concordam com entrada e permanência apenas de chineses regularizados, existem relatos de comerciantes do Feiraguay de que muitos desses chineses estão no país de modo ilegal.

Pesquisar o Feiraguay, em especial a inserção dos chineses nesse local, provocou estranheza diante dos feirenses na mesma medida em que provocou o interesse dos interlocutores do campo que muito contribuíram para a realização do estudo empírico que revelou a força do comércio da cidade.

Durante a pesquisa, escutei por diversas vezes as questões: “por que você decidiu estudar isso?” ou “você não tem medo, não?” o que não é incomum no campo da Administração em que esta tese se insere, o campo dos Estudos Organizacionais. Estudar os imigrantes chineses no Feiraguay não pareceu natural para os feirenses, embora devesse ser, pois, como já dito, trata-se de uma cidade que está localizada em um grande entroncamento rodoviário do país e por esta razão se tornou receptiva aos forasteiros brasileiros e estrangeiros.

Um movimento com essa importância, acontecendo na segunda maior cidade do estado da Bahia merece um aprofundamento dentro da perspectiva organizacional, pois todos

os movimentos em favor da organização e da gestão do Feiraguay que foram identificados e observados durante a pesquisa empreendida tem sua gestão realizada pelos agentes envolvidos no comércio da cidade, com uma participação tímida do poder público.

Com o intuito de superar os estranhamentos iniciais e ter respostas concretas para as perguntas sobre as razões da opção pelo estudo da inserção dos chineses no Feiraguay, além de delinear o objeto desta tese, dei novo andamento à pesquisa documental e realizei novas idas ao campo para a observação direta. Por meio dessa técnica foi possível confirmar a impressão inicial de que a presença dos chineses no Feiraguay era tensa e conflituosa; sendo assim, passei a compreender o Feiraguay sob nova perspectiva, a perspectiva de campo BOURDIEU (1966, 1986;1989; 1999; 1996; 2007; 2013). Passei a olhar o Feiraguay como uma grande arena de disputas cujos principais agentes eram os comerciantes chineses e os comerciantes brasileiros. (BOURDIEU;WACQUANT, 1994).

Diante desse cenário, me questionava a respeito do objeto escolhido e as questões eram de todas as ordens: qual a motivação desses chineses de se concentrarem em Feira de Santana? Quais as tensões e estranhamentos que a presença deles provoca nesse local? A presença dos chineses é uma ameaça para os comerciantes do campo Feiraguay? É uma ocupação ou foi a invasão de um lugar brasileiro? É Feiraguay ou ChinaFeira? Enfim, o que se questiona em síntese é: **como chineses se inserem no campo Feiraguay?** O objetivo geral desta tese é o de **compreender a inserção de chineses no campo Feiraguay.**

Para a elaboração das respostas à pergunta proposta foi necessária a realização de uma revisão sistemática de literatura ainda de modo amplo, com palavras-chave que cobriam principalmente a aproximação dos chineses ao nordeste e a inserção desses em centros comerciais no Brasil com o objetivo de empreender. Essa revisão de literatura indicou uma primeira lacuna que é a ausência de estudos sobre imigrantes⁷ chineses em organizações de comércio nos Estudos Organizacionais.

Os passos dessa revisão de literatura são apresentados na seção 2.2.1. Antes de avançar nesses objetivos, realizei uma revisão dos escritos na área da Administração sobre centros comerciais, onde encontrei estudos sobre cafés (FANTINEL, 2012) *shoppings* populares: (CARRIERI et al, 2008), *shoppings* centers: (LEGLER; CAVEDON, 2002); (MARQUES; CAVEDON; SOILO, 2013); (NASCIMENTO et e al, 2015) mercados de camelôs (MENDES; CAVEDON, 2012; 2014), centros comerciais (FIGUEIREDO; CAVEDON, 2012); (FIGUEIREDO; CAVEDON; SILVA, 2013); (MISOCZKY et al, 2011),

⁷ Não foram encontrados estudos sobre a presença de imigrantes de nenhuma nacionalidade em organizações comerciais formais ou não.

mercados populares (SARAIVA; CARRIERI; SOARES, 2014), comércio de rua: (PERDIGÃO; CARRIERI; SARAIVA, 2014) entre outros tantos. Contudo, não encontrei nenhum estudo que tratasse da presença de imigrantes em centros comerciais no campo dos Estudos Organizacionais e assim estava confirmada esta segunda lacuna.

Reveladas as lacunas e com a questão de partida já desenhada, chegou o momento de iniciar a pesquisa de campo e nesse momento o método etnográfico se impôs como único (WACQUANT, 2008) ante o objeto. A escolha pelo método etnográfico é coerente com a escolha epistemológica desta tese, que é o interpretativismo, em que não se buscam verdades imponderáveis.

Um pressuposto assumido nesta tese foi o de que para que se compreenda a realidade de uma organização e de uma sociedade é fundamental que se vivencie a realidade de tal organização ou de tal sociedade pesquisada para o entendimento integral destas. E foi partindo desta perspectiva que iniciei o estudo de campo que durou aproximadamente 6 meses, período em que realizei a observação participante trabalhando durante 30 dias como vendedora em um box no Feiraguay. Seguindo com a pesquisa e assumindo o compromisso de escrever uma tese que fosse dialógica e polifônica, realizei 26 entrevistas abertas e semiestruturadas, além de combinar as outras técnicas preceituadas pelo método etnográfico. E foi do estudo empreendido em campo que emergiram as categorias êmicas de análise e são essas as categorias: ameaça, segregação, controle, ilegalidade, informalidade invasão e política.

O estudo empírico empreendido no Feiraguay acendeu as luzes sobre o constructo teórico de Bourdieu (1966; 1986; 1989; 1999; 1996; 2007; 2013). Foi esse constructo que subsidiou a escrita das etapas teóricas e a interpretação dos dados colhidos para a posterior redação desta tese.

Após as duas etapas da revisão de literatura, além de pesquisar os autores no campo da Administração que desenvolviam estudos sobre centros comerciais, iniciei uma terceira etapa dessa revisão quando realizei nova busca, dessa vez por textos no campo da Administração que utilizasse a lente teórica de Bourdieu no tratamento de um objeto que fosse parecido com o objeto desta tese. Encontrei alguns textos, contudo, foram poucos no campo dos Estudos Organizacionais e nenhum deles em centros comerciais.

De modo sucinto, a ideia de espaço social pensada por Bourdieu (1989) e apropriada aqui nesta pesquisa diz que no espaço social onde existem inúmeros universos possíveis, o que o autor chama de campos é um espaço de poder onde agentes sociais disputam posições e

essas posições são conquistadas com o acúmulo dos capitais que são valiosos para um campo⁸ determinado; assim, a conquista por posições contribui para a formação de uma classe dominante e outra dominada. No Feiraguay é possível que se enxergue de modo claro um campo de poder onde há a disputa por posições entre os comerciantes chineses e os comerciantes brasileiros (BOURDIEU;WACQUANT, 1994).

Durante o estudo empírico, as diferenças das práticas⁹ entre os comerciantes brasileiros e chineses foi flagrante e entre essas diferenças de práticas as que mais chamam a atenção é a organização e a seriedade com a qual eles, os chineses, tocam seus negócios. O pressuposto que antecede essas práticas de distinção é marcado pelo *habitus* (BOURDIEU, 2007) de cada grupo e esse traço distintivo mereceu atenção especial na tessitura desta tese.

Em síntese, o comércio da cidade de Feira de Santana, e em especial o Feiraguay é um fenômeno social, o que é comum em um campo, portanto, nesta tese a perspectiva organizacional assumida é a de que o Feiraguay é uma organização viva e pulsante. Os processos organizacionais são contínuos e dinâmicos, nunca estanques.

Após a exposição do contexto e das escolhas realizadas para a escrita desta tese, cabe agora apresentar sua estrutura. Logo após esta introdução, seguem-se duas seções compostas por subseções nas quais apresento desde as minhas escolhas científicas até as escolhas epistemológicas, teóricas e metodológicas, além de interpretação dos aspectos mais íntimos revelados pelos dados coletados no estudo empírico.

Na segunda seção cujo título é: Construção do estudo sobre a inserção dos chineses no Feiraguay, apresento as minhas escolhas no campo do afeto e no campo científico. Em seguida, detalho como foi realizada a exploração do conhecimento sobre o tema, apresento as escolhas epistemológicas, teóricas e metodológicas e na subseção de escolhas metodológicas, apresento os objetivos específicos. Na subseção: Escolhas teóricas dedico tempo para explorar os conceitos de espaço social, campo, *habitus* e dos capitais na perspectiva de Bourdieu (1966, 1986; 1989; 1999; 1996; 2007; 2013) e dos seus principais intérpretes.

A terceira seção intitula-se: Estudo sobre os chineses no Feiraguay. Para favorecer o entendimento do objeto de estudo apresento e descrevo o centro comercial e descrevo também a inserção desses chineses no local, as suas práticas e as categorias êmicas de análise que emergiram do campo no contexto da cidade de Feira de Santana, lugar de realização do fenômeno do comércio. Fecho essa seção com uma subseção chamada Diálogo entre

⁸ Cada campo possui suas especificidades e o capital de mais valor em cada campo diz respeito a cada campo individualmente.

⁹ Neste estudo considerei as práticas de cada grupo de comerciantes como parte do *habitus* de cada grupo.

Bourdieu e os chineses no Feiraguay. Nesta subseção aplico os conceitos de Bourdieu no campo e identifico os capitais dos comerciantes chineses e brasileiros e aponto uma classe dominante. Na mesma seção procuro indicar como o *habitus* de cada grupo influencia as suas respectivas práticas.

Finalmente, apresento as conclusões a que cheguei após a experiência teórico empírica de escrita desta tese. Nessa seção indico os meus achados de campo, as interpretações que o tratamento desses achados permitiu as limitações do estudo, indico a importância do estudo apontando a relevância teórica, empírica e metodológica, respondo a questão da tese e proponho uma agenda de pesquisa acerca do tema.

Após a apresentação deste estudo, o meu anseio é o de proporcionar aos leitores, especialmente aos que não conhecem o Feiraguay, uma compreensão do que é o centro comercial e da importância que ele tem para a manutenção das tradições feirenses e de como a inserção dos imigrantes chineses, mesmo em um centro comercial localizado em uma cidade considerada acolhedora, pode provocar tantas paixões e tão controversos sentimentos.

2. CONSTRUÇÃO DO ESTUDO SOBRE A INSERÇÃO DOS CHINESES NO FEIRAGUAY

Nesta seção apresento as etapas da construção de um estudo sobre a inserção de chineses no Feiraguay, local concebido como uma organização e, em uma perspectiva mais ampla, a inserção dos chineses no Feiraguay um fenômeno organizacional.

A compreensão do Feiraguay em uma perspectiva processual é um pressuposto desta tese. Esse centro comercial é aqui compreendido como uma organização viva, pulsante e que abriga uma série de fenômenos organizacionais;. isto na concepção de organização como processo e não como entidade fixa, homogênea e estável (DUARTE; ALCADIPANI, 2016); (ALCADIPANI; SILVEIRA, 2015) Este estudo organizacional resulta de escolhas feitas no campo afetivo e campo científico e que são apresentadas nas subseções a seguir.

2.1 ESCOLHAS NO CAMPO DO AFETO

Esta tese versa sobre a inserção dos chineses no campo Feiraguay, organização comercial de grande importância socioeconômica e cultural da cidade de Feira de Santana - Bahia, cidade onde vivo há 9 anos, onde crio meu filho e onde desenvolvi uma série de vínculos afetivos em todas as esferas, especialmente na esfera pessoal e profissional.

Falar sobre afetos nesta tese se tornou um ponto de relevo, pois, ao longo de toda a trajetória na pós-graduação, percebi o quanto as minhas escolhas científicas eram influenciadas pelos meus afetos. De fato, demorei em conseguir separar as minhas escolhas afetivas das científicas e até o momento não estou certa de que consigo realizar essa divisão entre afetos e ciência. Segundo Wortmeyer et al (2014, p. 286), os campos ou territórios de afeto podem ser tratados por uma sorte de perspectivas, pois se trata de um campo de imprecisões:

Historicamente (...) como o campo da imprecisão, da imprevisibilidade, da irracionalidade e, por vezes, da herança atávica ligada à animalidade. Afetos, por outro lado, também são decantados como o que confere cor e sabor às experiências e como o cenário dos dramas existenciais propriamente humanos, em que se embatem sentimentos sórdidos e sublimes no percurso do desenvolvimento ontogenético.

Os sentimentos de afeto sempre me acompanharam enquanto tateava em busca da identificação do objeto a ser estudado, bem como na escolha das tão necessárias lentes teóricas. Trata-se de um estudo científico, foi tecido a partir dos meus anseios e das minhas

subjetividades. Eu poderia chamar esta seção de espaço de afetos ou de territórios de afetos, já que para Wortmeyer et al (2014) a expressão e o sentimento independem de qual seja o substantivo usado. A escolha da expressão campo foi feita sendo coerente com todas as minhas outras escolhas, são todos lugares de afeto que o autor indicou como uma “denominação genérica sob a qual abarcamos emoções, paixões e sentimentos em suas diversas nuanças” (WORTMEYER et al, 2014, p. 286).

Considerar as emoções em um estudo de doutorado parece algo salutar na medida em que o ser humano é um ser integral e os sentimentos influenciam as escolhas. Não há pistas de uma teoria dos sentimentos na literatura; existem alguns esforços isolados, mas, para Wortmeyer (2014), “pesquisar o campo dos afetos implica evitar tentativas ingênuas de acesso direto ao fenômeno, por meio de abordagens lineares de pesquisa.” (WORTMEYER et al, 2014, p. 295).

Acreditando não ser possível ignorar meus sentimentos, considerei que estes poderiam contribuir positivamente no momento de fazer escolhas científicas precisei atravessar o campo dos afetos, pois trabalho como docente e como pesquisadora desde que me graduei e desde sempre me interessei em compreender de alguma forma o lugar onde estou.

Também durante a graduação, toda vez que era permitido escolher alguma organização para estudar, a opção era sempre por alguma organização que estivesse localizada na Península de Itapagipe, área conhecida como a cidade baixa, região periférica da cidade de Salvador, onde nasci e morei até o início da minha vida adulta e onde está boa parte das minhas memórias, experiências e parte da minha ancestralidade.

Estava sempre em busca dos meus campos de afeto e foi assim também no mestrado quando escolhi estudar as intervenções públicas que descaracterizaram o bairro da Ponta de Humaitá na cidade baixa de Salvador. Essa descaracterização ocorreu em nome de um projeto de modernização e desenvolvimento que nunca se consolidou (isso até os dias atuais).

A escolha pelo bairro de Ponta de Humaitá não foi em vão, pois foi nesse bairro que eu vivi (bem como a maioria dos moradores da cidade baixa de Salvador) inúmeras experiências de emoção e era como uma extensão da casa onde vivi. Com a dissertação, aprendi para nunca mais esquecer o conceito de topofilia (YI FU TUAN, 1975) que significa os vínculos afetivos que as pessoas possuem com determinados lugares como, por exemplo, o lugar onde nascemos ou onde escolhemos viver ou ainda os lugares onde foram vividas algumas experiências que fossem marcantes e que conduziram aquele lugar para o campo das

emoções. Dessa forma, esse lugar jamais será esquecido e assim o vínculo com lugar estava então consolidado.

Reconheci-me como alguém que vivia a topofilia e que isso não devia ser desprezado, como não foi, mas foi apenas na Pós-Graduação que entendi como era importante, ao egressar de um curso que tem como pré-requisito para a sua conclusão a elaboração de um documento fruto de um estudo empírico, que esse documento contenha algo – seja um produto, um alerta ou no mínimo uma reflexão que possa ser devolvida para a sociedade, qualquer coisa que possa ajudar a melhorar de alguma forma aquele local – que sirva como um alerta ou como um instrumento para a reflexão dos agentes de um campo.

Após o mestrado, me tornei mãe, o que acentuou ainda mais meus traços de afeto e no ano de 2009, saí do litoral de Salvador em direção ao portal do sertão de Feira de Santana. Nesse momento me descobri alguém “soterocêntrica” e que até então conhecia apenas teoricamente o sentimento oposto à topofilia, a topofobia (YI FU TUAN, 1975).

Naquele momento passei a vivenciar a topofobia, menos porque não gostava da cidade de Feira de Santana e mais porque sentia muita falta de tudo em Salvador. Com o tempo, me adequei e já no ano seguinte, 2010, estava empregada em uma escola de Administração na cidade e já havia despertado para o fato de que o estado da Bahia era 70% formado por regiões semiáridas e as pesquisas sobre as cidades no estado da Bahia eram, em sua maioria, voltadas para as regiões litorâneas.

Estava também nesse período muito dedicada a compreender melhor os Estudos Organizacionais e foi a partir de então que passei a ter o desejo de entender melhor essa cidade de clima tão árido, Feira de Santana, mas tão acolhedora com os imigrantes, categoria em que me incluo.

Ainda em 2010, ingressei num grupo de pesquisa para compreender a mobilidade social dos egressos de escolas de Administração na cidade de Feira de Santana (SILVA & ALFAYA 2012; SILVA et al 2013; SILVA et al 2014;), pesquisa importante para que conhecesse melhor os meandros e segredos da Princesa do Sertão e também por iniciar as minhas leituras sobre os conceitos de espaço social, campo, *habitus* e da sociologia dos capitais de Bourdieu (1966, 1986;1989; 1999; 1996; 2007; 2013), conceitos que subsidiaram a escrita desta tese.

No ano de 2014 ingressei no doutorado e logo na seleção declarei que uma das razões para que eu fosse aceita no programa é que faltavam para a cidade de Feira de Santana novos doutores em Administração, deficiência percebida até os dias atuais. A essa altura, a cidade,

além de acolhedora, foi gentil comigo, não apenas por ter acolhido bem a mim e a minha família, mas também por me oferecer um objeto de estudo tão rico; por isso sou grata a esta cidade.

Ingressei no programa de doutorado no Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) sem tantas certezas de qual seria o meu objeto de estudo, mas com a certeza de que este objeto estaria localizado na cidade de Feira de Santana.

O projeto inicial tratava do Centro Industrial Subaé (CIS), mas durante a trajetória de disciplinas percebi que poderia contribuir mais com a cidade se estudasse o comércio, porque este sim seria um objeto com maior complexidade e muito mais importante de ser investigado numa cidade que nasce de uma feira e que tem todo o seu espaço social construído pelas atividades de comércio. Durante o estágio docente que realizei com a minha orientadora, confirmei que a minha contribuição para a cidade seria muito maior se eu tratasse do comércio e assim se iniciava a mudança do meu objeto.

A esfera comercial apresentava inúmeras possibilidades, fui cuidadosamente contornando cada uma delas, Tateando todas as possibilidades, examinando os pontos de tensão do comércio de rua que dá origem à cidade. Me aproximei do famoso e turístico Feiraguay, o que é curioso, porque em cinco anos como moradora da cidade, nunca fui frequentadora desse local de compras, nunca achei que os produtos lá eram mais baratos, mas sempre que recebia uma visita em minha casa, fosse essa visita de qualquer lugar do país, o seu único desejo na cidade era o de conhecer o Feiraguay.

Eu sempre desestimulava o meu hóspede a empreender uma visita ao Feiraguay. Alguns insistiam, por isso até antes de iniciar a pesquisa tinha ido até o campo apenas duas vezes. Sempre que precisava de algo, optava pelas comodidades que o *shopping center* da cidade oferece: estacionamento, manobrista, praça de alimentação e ar condicionado.

Durante as caminhadas em busca do objeto, a presença dos chineses em todo o comércio da cidade me chamava a atenção, porém a presença dos imigrantes chineses que claramente estavam ocupando espaços de poder no Feiraguay me chamou ainda mais a atenção, pois era uma presença ostensiva, controversa e que gerava uma série de paixões.

Por ser filha de um imigrante europeu, descobri em mim uma demanda reprimida por estudar o quanto uma presença estrangeira pode provocar tensões e estranhamentos nos nativos da cidade. Enfim, estava em frente ao objeto que gostaria de estar e que reconhecia como meu: A inserção dos chineses no campo Feiraguay.

Durante a caminhada de disciplinas no doutorado, me encontrei com a etnografia, método de pesquisa ancorado na Antropologia, mas a cada dia mais utilizado na Administração para conhecer e interpretar as organizações de modo integral. Diante do meu objeto e do *locus* que se apresentava ali, não via outra possibilidade que não fosse o método etnográfico para colher pistas e compreender como a inserção dos chineses interferiam nas dinâmicas e produção de um campo tão brasileiro como é o Feiraguay, apesar de o nome remeter a outro país, o Paraguai. A etnografia, método completamente novo para mim, trouxe a possibilidade de conhecer uma realidade como de fato ela acontece.

De alguma forma minha trajetória é marcada pelo desejo e pela escolha por contribuir com os lugares onde estou vivendo, o desejo de devolver sempre me mobilizou e nunca consegui ignorar esse fato. Por essas razões, indicar os meus campos de afeto foi necessário para a integralização desta tese.

2.2 ESCOLHAS NO CAMPO CIENTÍFICO

As escolhas no campo científico foram, sim, influenciadas pelos meus afetos. Apesar deles, porém, para que escolhas científicas fossem feitas, foi iniciada uma ampla exploração do conhecimento produzido e difundido no campo científico, e que é apresentado na primeira subseção deste texto. As escolhas epistemológicas, teóricas e metodológicas vão ser apresentadas nas subseções subsequentes.

Segundo os escritos de Bourdieu (1975; 1983), a origem da ideia do campo científico vem de certo afastamento perscrutador que possui relação com a ideia de ciência mais concorrencial que como um espaço de integração social. Para o autor, qualquer que seja o campo social, este é constituído por um sistema objetivo de posições adquiridas em batalhas anteriores, é um espaço de luta árida e concorrencial. Trata-se de lutas planejadas e travadas com todo o arsenal de armas dos agentes envolvidos na luta.

No campo científico, os agentes se distribuem em torno do calibre e disposições dos capitais de cada um desses agentes, o que compõe as aptidões dos gestos. Os modos de interesses particulares no campo científico implicam o direito de se postular uma hegemonia de pensamento, o que concede aos agentes que vencem a luta um monopólio da autoridade científica. Os agentes que possuem a hegemonia desse postulado são agentes distintos, o que acarreta na possibilidade de imposição própria de ciência. A reunião dos valores e saberes que integram o arcabouço do agente que é detentor da autoridade científica, Bourdieu (1975; 1983) chamou de capital científico.

Ainda de acordo com Bourdieu (1983), o capital científico existe de modo indivisível e reúne certas competências técnicas e o poder social que estas competências favorecem ao agente que sai vencedor do certame ou detentor do monopólio da competência científica, compreendida como a capacidade de falar e de agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade), que é socialmente outorgada a um agente determinado (BOURDIEU, 1983).

2.2.1 Exploração do conhecimento

Para o delineamento do objeto e a constituição desta tese, foi necessária uma exploração do conhecimento já produzido sobre organizações de comércio no campo da Administração e em especial no campo dos Estudos Organizacionais.

O estudo sobre organizações e espaço de comércio está presente na perspectiva dos Estudos Organizacionais há pelo menos 15 anos. Muitos autores se dedicam a tentar compreender a origem, a ocupação e como é realizada a gestão dessas organizações. Destacam-se estudos que tratam de espaços de comércio e de sociabilidade como cafés (FANTINEL, 2012), *shoppings* populares (CARRIERI et al, 2008), *shoppings centers*: (LEGLER; CAVENDON, 2002); (MARQUES; CAVEDON; SOILO, 2013); (NASCIMENTO et al, 2015) mercados de camelôs: (MENDES; CAVEDON, 2012; 2014), centros comerciais: (FIGUEIREDO; CAVEDON, 2012); (FIGUEIREDO; CAVEDON; SILVA, 2013); (MISOCZKY et al, 2011), mercados populares: (SARAIVA; CARRIERI; SOARES, 2014), comércio de rua: (PERDIGÃO; CARRIERI; SARAIVA, 2014) entre outros tantos.

Todos os estudos pesquisados e indicados aqui são resultado do empreendimento em pesquisas qualitativas. Grande parte dos estudos utilizam técnicas próprias do método etnográfico e o que alguns autores chamam de pesquisa com inspiração etnográfica. Entre os estudos pesquisados são encontrados alguns textos que são assumidamente estudos etnográficos, contudo são muitas as lentes teóricas utilizadas por esses autores. Nenhum dos autores desses estudos, entretanto, utiliza Bourdieu (1966, 1986;1989; 1999; 1996; 2007; 2013) para tentativas de compreensão ou de análise dessas organizações.

2.2.1.1. Estudos sobre imigração chinesa no Brasil e sua presença no comércio brasileiro

Com o intuito de aproximação do objeto foi necessária uma exploração do conhecimento já produzido sobre a imigração de chineses para o Brasil. Essa seção compreende estudos sobre imigração de chineses e a sua presença em centros de comércio no Brasil. O primeiro passo nessa direção foi o de iniciar uma investigação das publicações no campo da Administração e demais campos que fazem fronteira com esse campo no Brasil e que versavam sobre o tema.

A pesquisa bibliográfica foi estruturada em quatro etapas: (1) definição de fontes bibliográficas e palavras-chave; (2) levantamento de publicações no período de 2010 a 2015; (3) seleção das publicações levantadas para identificação mais relevantes; (4) análise das publicações identificadas como relevantes.

As fontes bibliográficas foram definidas em função dos méritos de legitimação no campo da Administração e demais campos que fazem fronteira com esse, o que em boa parte dos casos resulta em fontes confiáveis por sua qualidade. Para seleção dos periódicos considerou-se o Qualis da Capes de 2014 e nesse os estratos iguais ou superiores a B2 na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo e áreas correlatas foram os selecionados.

Entre os textos selecionados, estavam os seguintes tipos de fonte bibliográfica: portais, diretórios e repositórios; indexadores; anais de eventos; periódicos. Nessas fontes bibliográficas foram selecionados os seguintes tipos de publicação: periódicos; anais de eventos; trabalhos de conclusão de cursos de Pós-Graduação *stricto sensu* e, mais exatamente, teses de doutorado e dissertações de mestrado.

Com a busca por palavras-chave e também com o cruzamento de algumas dessas palavras (imigração e China; chineses e comércio; chineses e comércio varejista; chineses e o comércio de atacado; China e Brasil; Diáspora chinesa) foram levantados 220 textos. Após o levantamento inicial, foi realizada uma seleção a partir da leitura dos títulos dos trabalhos e foi nesse momento que esbarro frente à primeira dificuldade que foi a identificação da temática já no título, pois a ampla maioria dos estudos encontrados não refletia em seus títulos o conteúdo que se buscava, e em muitos casos os títulos não correspondiam ao conteúdo tratado no texto.

Para avançar nessa etapa da pesquisa, foi preciso que se realizasse a leitura dos resumos dos textos, gesto que provocou considerável queda na quantidade de textos selecionados para a leitura completa: de 220 para 93. Procedeu-se então a leitura dos 93 textos e, com base nessa leitura, pude perceber que apenas 26 deles tratavam de imigração chinesa

no Brasil e da atuação desses imigrantes no comércio. No quadro 1 indico os autores dos 26 textos selecionados.

Quadro 1 Autores dos textos selecionados para a revisão de literatura

Autor	Ano
1. SILVA, Andréa Oliveira de Carvalho; YEN-TSANG, Chen	2015
2. TORRES, Cláudio V.	2015
3. BECARD, Danielly Ramos; BARROAP-PLATIAU, Ana Flávia e OLIVEIRA, Carina Costa de	2015
4. SANTOS, Leandro Teixeira dos	2014
5. PAIVA, Dênis Mateus de	2014
6. FERNANDES, Osiris Luís da Cunha	2014
7. SOARES NETO, João Batista; SILVA, Anielson Barbosa da; MACHADO, CARVALHO, Andre Gustavo	2014
8. FIGUEIRA, Ricardo Rezende; SUDANO, Suliane; GALVÃO, Edna	2013
9. SILVA, Victor Gabriel Almeida Alves da.	2013
10. OSÍRIS Luis da Cunha Fernandes; MONTEIRO, Nelson da Cruz; PAIVA JÚNIOR, Fernando GOMES, Sérgio Carvalho Benício de Mello	2012
11. MOURA, Diogo Villela Garcia	2012
12. SANTOS, Alana; CARMO, Ângela	2012
13. WANG, Yanyi; FARIA, Marina Dias de; CARVALHO, José Luis Felício.	2012
14. ABREU, Monica Cavalcanti Sá de; SOARES, Francisco de Assis; CASTRO, Felipe de; SANTOS, Sandra Maria dos; FREITAS, Ana Rita Pinheiro de.	2011
15. CARVALHO, João Gilberto da Silva	2011
16. PINHEIRO-MACHADO, Rosana	2011
17. OLIVEIRA, Henrique Altemanide	2010
18. OLIVEIRA, Henrique Altemanide	2010
19. SILVA, Jean Barros e	2010
20. SHENG, HsiaHua	2010
21. MENEZES, Carla Cristina Costa de	2010
22. ARAÚJO, Marcos Silva de	2010
23. LIU, Yinping	2010
24. PINHEIRO-MACHADO, Rosana	2009
25. PINHEIRO-MACHADO, Rosana	2009
26. PINHEIRO-MACHADO, Rosana	2008

Fonte: Elaboração própria

Os 26 textos listados no quadro 1 foram finalmente selecionados e analisados considerando-se os seguintes elementos da publicação: Tipo; Título; Autor (es); Local; Data; Palavras-chave indicadas no texto; O quê, identificado por tema, problema e objetivo(s); Como, no que se refere a escolhas epistemológica teórica e metodológica.

Essa varredura por palavras chaves nos últimos cinco anos¹⁰ indicou que a região Nordeste se destaca por ser a região com maior incidência de publicações a respeito da presença chinesa no comércio.

¹⁰ Ressalta-se que dos 26 textos selecionados, três deles são anteriores ao período estabelecido para busca que foi de 2010 a 2015. A opção por incluí-los no conjunto dos textos selecionados foi feita devido à importância de sua autora e relevância de seus conteúdos.

Dos 26 estudos encontrados na literatura, 13 deles foi realizado na região Nordeste, ou seja, a metade da produção sobre a imigração chinesa no Brasil e sua presença no comércio estão na região Nordeste. Esses 13 textos se concentraram em cinco estados do total de nove da região Nordeste. O dado de que a metade dos textos encontrados após todos os filtros já revelam claramente a tendência de que é no Nordeste que a imigração chinesa vem sendo mais notada e por isso mais estudada, é muito significativo, a julgar pelo pressuposto de que a maior concentração de imigrantes chineses estaria na região Sudeste, o que em tese levaria a região a empreender mais estudos sobre o fenômeno.

Na região Nordeste, são Bahia e Pernambuco os estados que mais concentram esses estudos. Os textos se dedicam a tratar das relações internacionais entre o Brasil e a China por causa do forte fluxo migratório dos chineses para a região. Dos nove estados da região Nordeste, quatro tratam da forte presença dos chineses no comércio, em especial em centros de comércio e sobre o discurso do *guanxi* como forma de atrair novas gerações de chineses para a região. A figura 6 indica quais estados do Nordeste mais publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa.

Figura 6: Indicação dos principais estados do Nordeste que publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa:



Fonte: Elaboração própria (2017).

Um texto que se destaca entre tantos é o que trata sobre a flexibilidade do capital e a sua influência nas formações de espaços comerciais. Trata-se de um estudo que se destaca positivamente, realizado na cidade de Vitória da Conquista, interior do Estado da Bahia (SANTOS; CARMO, 2012). O texto aborda temáticas como a alteridade, as tensões e os estranhamentos que os chineses provocam nos brasileiros e que são recorrentes não apenas na região Nordeste, mas em todas as regiões onde foram encontrados estudos durante a exploração do conhecimento sobre o tema.

É preciso reforçar o fato de a região Nordeste, em todas as etapas da exploração do conhecimento realizada para a elaboração desta tese, ter sido a região que mais publicou nos últimos cinco anos sobre o tema. Uma pista sobre esse crescimento é oferecida por Góes (2014) que procura justificar que essa interiorização de imigrantes chineses que resulta na quantidade de textos escritos no Nordeste pode ser a massificação da presença dos chineses nos estados da região Sudeste (GÓES, 2014).

Todos os 13 estudos publicados nos últimos cinco anos na região Nordeste tratam de alguma forma sobre os chineses e das ações desses chineses no comércio.

É preciso realçar que, apesar do forte crescimento da imigração chinesa no estado da Bahia e da visível presença desses estrangeiros em centros de comércio em toda a região, os

estudos realizados no estado da Bahia ainda se dedicam a tratar de questões comerciais macroeconômicas, bem como os impactos desse comércio na economia ou nas relações e acordos que os países estabelecem entre si.

O fato é que a maior concentração de estudos sobre a inserção de imigrantes chineses em centros comerciais ser na região Nordeste é um indicador de que há uma movimentação desses imigrantes da região Sudeste para a região Nordeste, o que justifica tantos estudos no campo da Antropologia sobre a formação de uma diáspora de chineses na região Nordeste.

Sobre a região Sudeste, portão de entrada dos imigrantes asiáticos no Brasil, mantido até os dias atuais, o estado com maior concentração de estudos sobre imigrantes chineses no país é São Paulo e está representado no mapa da figura 2. Do total de 26 estudos, seis deles foram realizados na região Sudeste.

Figura 7: Indicação dos principais estados da região Sudeste que publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa:



Fonte: Elaboração própria (2017).

Na região Sudeste, São Paulo continua sendo líder em publicações sobre as temáticas pesquisadas neste estudo, contudo chama a atenção o fato de os estudos sobre os chineses no comércio terem menos influencia que os estudos a respeito das relações comerciais numa esfera macroeconômica. Segundo Silva e YengTsang (2015), os imigrantes chineses no Brasil

vêm com o objetivo de empreender. Este achado de Silva e YengTsang (2015) provocou a expectativa de encontrar mais textos sobre os imigrantes chineses como imigrantes empreendedores. O empreendedorismo dos chineses em São Paulo é tema de poucos estudos, o que foi uma surpresa durante a pesquisa.

Contudo, é em São Paulo que mais se fala em alianças estratégicas, no *guanxi* e no *xinion*¹¹, e foi um estudante da Pós-graduação da Universidade de São Paulo - USP quem elaborou um glossário com termos técnicos para facilitar as relações comerciais entre brasileiros e chineses.

No Rio de Janeiro, o que chama atenção é o grupo de estudos que investiga as relações de trabalho e, inclusive, apresenta uma denúncia de trabalho análogo ao trabalho escravo, tema bastante controverso quando se trata de estudos sobre a China. (FIGUEIRA; SUDANO; GALVÃO, 2013).

A alteridade é um termo da Antropologia e é um termo usual quando se trata de estudos sobre sociedades complexas. Segundo Pinto e Espinheira (2002), a alteridade é um conceito muito apropriado para indicar certos conjuntos de comportamentos de um grupo social eles dão o exemplo do termo baianidade. Segundo os autores, em alguns contextos, quando se usa essa expressão, pode-se estar usando um recurso de alteridade. A baianidade, quando expressada numa perspectiva de alteridade, tem pode ter um sentido pejorativo.

Segundo Carvalho (2001), o termo alteridade surge nos estudos sobre imigração, porque trata do princípio de alteridade-identidade que caracteriza a relação entre povos diferentes. O autor ressalta que o termo é utilizado especialmente em estudos sobre imigrantes chineses porque:

Em três séculos se consolidam os elementos de um imaginário que serve de base às representações sociais sobre chineses – processo de alteridade que tem como contrapartida a formação da própria identidade ocidental. Eles são diferentes – a premissa básica desde o tempo dos primeiros cronistas. (CARVALHO, 2001, p.169).

A palavra alteridade utilizada para tratar dos estranhamentos entre os cariocas e os chineses foi citada uma única vez contudo no texto se encontra mais de uma vez a expressão “*xinglings*”. Esse é um dado importante porque, trata-se de um conceito recorrente nos estudos sobre sociedades complexas, o que inclui a sociedade de imigrantes chineses. A

¹¹ Guanxi: modelo de financiamento praticado pelos chineses que não se baseia nem nos sistemas bancários e nem na sociedade e sim no grau de relacionamento entre os chineses que pagam e os que são beneficiados pelo *Guanxi*; *Xinion*: significa um alto grau de confiança. (FERNANDES, 2014).

alteridade é um conceito que pode auxiliar no entendimento da ezotização da sociedade de imigrantes chineses.

Nesta região, o estado que se destaca em termos de publicação é o Rio Grande do Sul, onde se encontram grandes organizações comerciais ocupadas pelos chineses, o que, de acordo com Pinheiro-Machado (2008), se justifica pelo fato de o estado ser uma região que possui fronteira com o Paraguai, o Uruguai e com a Argentina. A região sul é a última região onde se encontraram estudos sobre a imigração chinesa, o que está descrito no mapa da figura 3.

Figura 8: Indicação dos principais estados da região Sul que publicam sobre temas correlatos à imigração chinesa:



Fonte: Elaboração própria (2017).

Temas como os chineses nos diversos centros comerciais, avenidas de comércio comercializando produtos com características de produtos “piratas”. Os achados desta revisão indicam que essa ocupação se dá, em grande parte, em um ambiente de comércio informal e que não há o desejo de formalização do seu negócio por parte dos chineses. Nessa região, os chineses estão ocupando também os espaços de prestação de serviços em restaurantes, mais particularmente pastelarias, e os estudos indicam que também no setor de serviços as condições de informalidade se evidenciam.

O princípio da alteridade, as tensões e os estranhamentos que essa presença chinesa provoca tanto nos comerciantes brasileiros quanto na população em geral foram temas

encontrados nos estudos. Outro dado que chama a atenção aqui nesse ponto é que um dos textos lidos foi escrito por um grupo do estado do Paraná, mas relatou um caso sobre uma empresa localizada no interior do Estado de Minas Gerais. Dos 26 textos encontrados, cinco estão na região Sul.

As temáticas que surgiram na busca não apenas na região Nordeste, mas em todas as regiões onde foram encontrados estudos durante a varredura são parecidas; contudo, dentro do campo da Administração, mais especialmente no campo dos Estudos Organizacionais, estudos acerca da presença de imigrantes chineses em centros de comércio não foram encontrados, fato que aponta na direção de uma lacuna relevante no campo dos Estudos Organizacionais em função do tamanho e da importância do fenômeno que é a imigração de chineses no país.

Além da identificação da lacuna no campo dos Estudos Organizacionais, a análise da literatura possibilitou a delimitação do tema, a construção do problema e a definição dos objetivos, e influenciou nas escolhas epistemológicas, teóricas e metodológicas desta tese.

2.2.1.2 Estudos sobre organizações de comércio com formato de centro comercial

Esta seção compreende organizações de comércio com formato de centro comercial. Desde os estudos preliminares em busca do delineamento do objeto que resultaram nesta tese, havia o desejo de se realizar um estudo sobre as organizações de comércio com as características típicas de centros comerciais. Durante o percurso da realização da pesquisa, o desejo anterior evoluiu para um requisito essencial para a escrita desta tese, já que houve a identificação de uma primeira lacuna no campo dos Estudos Organizacionais.

Identificada essa lacuna, a demanda era por compreender como aconteciam as tratativas teóricas sobre os centros comerciais no campo da Administração e o intuito era o de ser precisa nas escolhas epistemológicas, teóricas e metodológicas.

Iniciados os estudos sobre os centros de comércio, encontrei-os em mais de um campo da Administração. Como no campo do Marketing, onde o tratamento conceitual dado ao objeto ou ao fenômeno que são as organizações comerciais é definido de acordo com a área onde esse objeto está. Por exemplo, Almeida e Saliby (2000) definiram *shopping center* dentro da divisão de Marketing da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) como:

(...) pertencente a um grupo empreendedor, é administrado centralmente, é planejado como uma unidade e é baseado num *tenant mix* balanceado (os grupos de lojas se complementam em termos da qualidade e variedade da sua oferta de produtos), e oferece estacionamento junto ao empreendimento (ALMEIDA; SALIBY, p. 2, 2000).

Os mesmos autores complementam essa definição dizendo que um *shopping center* planejado contempla uma ou mais lojas âncoras, ou lojas geradoras de tráfego e uma variedade de lojas menores (ALMEIDA; SALIBY, 2000). Cavendon e Lengler (2001) definiram o mesmo objeto, *shopping center*, dentro da divisão dos Estudos Organizacionais da ANPAD como:

Um espaço onde não há dia nem noite, não há chuva nem sol. A noção de tempo é reinterpretada por um contínuo atemporal. Dia após dia suas instalações se mantêm as mesmas, e não há estado de degradação ou decrepitude. Sistemas de iluminação, sonorização e climatização mantêm de fora quaisquer elementos que comprometam a entropia do organismo como um todo. O binário real/suprereal surge desta capacidade do shopping em constituir seu próprio mundo, real para aqueles que o vivem e conferem significados a seus artefatos. (CAVENDON; LENGLER, 2001, p.11).

A visão de Cavendon e Lengler (2001) sobre *shoppings* é uma visão que amplia os significados que um centro comercial pode ter. Ainda usando como exemplo os *shoppings centers*, que é um modelo de negócios muito comum no Brasil e em boa parte do mundo ocidental, para Nascimento et al (2014) mais do que símbolos de consumo, os *shoppings* são considerados como espaços carregados de simbolismos também no que se refere à segregação socioespacial nos espaços urbanos.

Os estudos encontrados que tratam de centros comerciais são todos qualitativos e não positivistas, a maioria deles possui características etnográficas, algumas das etnografias identificadas utilizaram as técnicas da análise do discurso e da análise de conteúdo para o tratamento dos dados que emergem do campo.

O texto de Carrieri et al (2008) tem como título: Os espaços simbólicos e a construção de estratégias no *shopping* Popular Oiapoque. Trata-se de um texto de natureza qualitativa, e teve como estratégia metodológica a realização de entrevistas semiestruturadas que foram tratadas com a análise de conteúdo. O texto utiliza a abordagem da estratégia como prática social à luz das categorias sociológicas “casa” e “rua” de Da Matta (1991) que trata da sociedade brasileira.

Os autores assumiram nesse estudo que “o significado simbólico atribuído ao espaço é fator fundamental à análise das estratégias como prática social” (CARRIERI et al 2008, p. 3). As conclusões do estudo revelaram que “o espaço simbólico do *shopping* como "rua" e da rua como "casa" coexiste com o espaço simbólico do *shopping* como "casa" e da rua como "rua" (CARRIERI et al 2008, p. 13).

Já a publicação de Lengler e Cavedon (2002), que tem o título “Do Templo do Consumo à representação Mitológica: Um olhar etnográfico desconstrutivo sobre os ritos em *shoppings centers*” é um estudo que possui natureza qualitativa e já anuncia no seu próprio título a opção pelo método etnográfico.

Foi nas ciências antropológicas que se buscou o amparo teórico para subsidiar o trabalho de campo e a obtenção dos dados necessários para a análise e construção de uma realidade, “compreendendo-se o *shopping center* como uma organização ou espaço social.” (LEGLER; CAVEDON, 2002, p.23). O intuito deste trabalho é o de compreender, a partir de um esforço etnográfico realizado junto a:

(...) informantes adolescentes que experimentam um processo de socialização no shopping center, qual a significação que este grupo atribui ao complexo comercial enquanto organização e espaço de recreação da realidade e de um mundo próprio (LEGLER; CAVEDON, 2002, p.23).

Os autores não se apegam à dimensão econômica da organização em estudo e se eximem de descrever cifras e discutir promoções; o texto se dedica a analisar os significados dos comportamentos e expressões de um grupo de consumidores da organização referida, levando em consideração o ambiente e a perspectiva histórica e social do informante, elementos “fundamentais para a prática de um fazer antropológico interpretativo, procurando perceber quais são as repercussões identificadas na compreensão do comportamento do consumidor” (LEGLER; CAVEDON, 2002, p.23).

O estudo de Misoczky et al. (2011) tem como título: “De território de consumo a território de luta pela livre orientação sexual: os conflitos em torno do Centro Comercial Nova Olaria (Porto Alegre)” Trata-se de um ensaio teórico, qualitativo, que usa como base de sustentação para a tessitura do texto a teoria *queer*. O estudo de Misoczky et al (2011) discute as relações de poder estabelecidas no Centro Comercial de Olaria, localizado na cidade de Porto Alegre e frequentado até o ano de 2005 por um público de homossexuais de classe média tanto para o consumo como para a socialização.

A partir desse ano, esse público de homossexuais de classe média migrou para outros centros comerciais e o Centro Comercial de Olaria passou a ser frequentado por jovens com baixo poder aquisitivo que utilizavam mais o local para socializar do que para consumir. “Desde então têm ocorrido sucessivos episódios de violência por parte dos seguranças do local, com os quais também a Brigada Militar do Rio Grande do Sul se envolveu.” (MISOCZKY et al., 2011, p. 2). Misoczky et al (2011) concluem o texto tecendo duras

críticas ao comportamento que os autores definiram como um comportamento capitalista por parte dos seguranças do local e dos policiais militares.

A atividade de camelô como prática urbana no contexto das cidades é o título do texto de Mendes e Cavedon (2012). Trata-se de um ensaio teórico, qualitativo, que utilizou como subsídio estudos etnográficos já realizados em outras cidades sobre o mercado de camelôs e que percorreram duas trajetórias teóricas:

Primeiro o deslocamento da ideia cidade-conceito para o de práticas urbanas; e, segundo a desmistificação da lógica estabelecida na reestruturação produtiva, que verifica o funcionamento da atividade do camelô como uma prática marginalizada. Por isso, é necessária uma análise sobre os conceitos de cidade, o funcionamento e as possibilidades de camelô no entremeio a esses conceitos, para subsidiar algumas implicações sobre a lógica até então estabelecida e que cria pressupostos e preconceitos sobre tal atividade de comércio. (MENDES; CAVEDON, 2012, p. 123).

A última citação demonstra que os autores tratam o fenômeno a partir da noção de organização. O tratamento dado ao mercado de camelô no texto de Mendes e Cavedon (2012) muito se aproxima da ideia de *organizing* (CZARNIAWSKA, 2013; ALCADIPANI; TURETA, 2015).

A análise feita diz respeito às atividades do mercado de camelôs e é realizada em seus microterritórios e identifica como estas falanges são formadas nas cidades, o que permitiu que nas conclusões do texto se desmistificasse “a lógica da reestruturação produtiva.” (MENDES; CAVEDON, 2012, p. 139).

Dois anos após o último estudo, os mesmos autores, Mendes e Cavedon (2014), realizaram um novo estudo sobre o mesmo objeto: o mercado de camelôs cujo título é: “O mercado de camelôs e as contribuições ao desenvolvimento local de uma cidade” O texto foi escrito com o objetivo de evidenciar as implicações e os significados do mercado de camelôs no desenvolvimento local da cidade de Três Lagoas - MS, com vistas a trazer elementos que relativizem o olhar sobre o trabalho dos camelôs.

Chama a atenção nos resultados da pesquisa “que o mercado de camelô na região é de suma importância, tanto na oferta de produtos não encontrados no mercado formal, como na possibilidade de integração de um número de indivíduos ao mercado de trabalho” (MENDES; CAVEDON, 2014, p. 341). Para os autores, o comércio popular costuma ser entendido de modo negativo dentro do contexto urbano, contudo, ele possui grande importância para as comunidades que estão no seu entorno.

Desconsiderar a importância social e econômica do comércio é olhar de maneira absoluta e estigmatizante para um comércio que, a despeito de qualquer crítica, vem

se mantendo e atendendo à demanda da população, em especial, nas cidades cuja afluência de determinados produtos ainda se mostra ausente ou insuficiente para suprir as necessidades dos cidadãos (MENDES; CAVEDON, 2014, p. 341).

Percebe-se uma tendência por parte de Mendes e Cavedon (2014), em optar por organizações informais que se configuram como fenômenos. Figueiredo e Cavedon (2012) foram responsáveis pela tessitura do texto: O espaço dos indesejáveis: a circularidade da representação de estigma em um centro comercial de Porto Alegre.

Este último é um texto qualitativo, que resulta de um estudo etnográfico sobre a construção de representações sociais no contexto de um centro comercial em Porto Alegre onde a convivência de grupos diversificados indica noções do senso comum estigmatizadas, que se incorporam à cultura organizacional, principal lastro teórico do estudo. Uma das primeiras constatações do estudo é que a organização sofre influência de representações circulantes na sociedade “por meio das quais os grupos que convergem ao espaço podem ser identificados como ‘bons frequentadores’ e ‘maus frequentadores’” (FIGUEIREDO; CAVEDON, 2012, p. 579).

É possível observar no estudo uma preocupação em identificar as novas representações que a organização produz e reproduz, ora impregnadas de significações negativas e estigmatizantes, o que leva à configuração de hierarquias nas relações de poder simbólico entre a população que frequenta o local. Segundo os autores, “igualmente, a sociedade produz representações sobre o espaço e seus frequentadores, que integram noções de senso comum e influenciam o desempenho organizacional” (FIGUEIREDO; CAVEDON, 2012, p. 580).

A principal contribuição do texto se dá no âmbito dos estudos de cultura organizacional, na medida em que revela as representações sociais essenciais “para a construção de discursos e institucionalização de práticas organizacionais” (FIGUEIREDO; CAVEDON, 2012, p. 580).

Seguindo a linha e confirmando uma tendência para os estudos de centros comerciais como organizações dinâmicas e sem fronteiras, Figueiredo, Cavedon e Silva (2013) publicam um estudo que tem como título: “Desvalorização de grupos sociais no espaço comum de pequenas organizações: um estudo sobre representações em um centro comercial.”

O estudo se caracteriza como qualitativo. Os dados foram coletados por meio da técnica da observação participante e de entrevistas abertas. Após a coleta, os achados foram articulados a partir da perspectiva de um estudo etnográfico. A discussão proposta foi tecida em torno de um estudo sobre a construção de representações sociais no contexto de pequenas

organizações reunidas em um centro comercial em Porto Alegre. Todo o esforço empreendido no artigo é o de compreender a construção de sentidos que desvalorizam grupos sociais específicos na cultura de pequenas organizações que compartilham espaços comerciais. Os autores constataram que:

As organizações sofrem influência das representações circulantes na sociedade, para elaborar expectativas normativas no tocante aos interesses relacionados ao uso do seu espaço comum pelos grupos sociais. A relação entre seus membros e as pessoas nas organizações leva à construção de representações sociais por vezes carregadas de significações negativas com impactos nas relações sociais e organizacionais estabelecidas naquele *locus* (FIGUEIREDO; CAVEDON; SILVA, 2013, p55).

A abordagem do que é simbólico no texto é substantiva, o que fica claro logo na sua introdução, quando os autores anunciam que a teoria das representações sociais tem se mostrado um paradigma importante para a compreensão do conhecimento humano em relação a uma variedade significativa de fenômenos.

O estudo intitulado: “Representações sociais e comércio popular: o caso do *Shopping* do Porto, assinado por Marques”, Cavedon e Soilo (2013) é um estudo de natureza qualitativa, e que utilizou para a melhor compreensão do campo técnicas da etnografia como a observação sistemática e observação participante. A teoria das representações sociais foi mais uma vez utilizada nos textos que envolvem a autora Cavedon (2012; 2014) o confirma a impressão inicial de uma tendência de estudos com essas características realizados por esse conjunto de autores.

O objetivo central do estudo foi o de observar como as representações sociais construídas pelos diferentes segmentos da sociedade em relação aos camelôs e lojistas são apropriadas pelos comerciantes populares transferidos das ruas há cerca de um ano para o espaço organizacional popularmente conhecido como Camelódromo e oficialmente denominado *Shopping* do Porto (MARQUES; CAVEDON; SOILO, 2013).

A discussão gira em torno da adequação e das dificuldades desses comerciantes antes estabelecidos nas ruas e agora concentrados em um centro comercial construído pela iniciativa pública. A transferência desses vendedores para o centro comercial bem estruturado e com abrigo para o sol e para a chuva não trouxe apenas benefícios para eles. Esses comerciantes, que antes eram livres e se estabeleciam em um local que se considerava adequado para o comércio do seu tipo de produto, eram isentos de aluguéis e de taxas anuais, agora precisavam assumir taxas de manutenção, condomínio, impostos como IPTU e assumir

a propriedade de um boxe e se comportarem como lojistas. Muitas mudanças em um curto período de tempo. A interpretação da realidade apresentada indicou que:

(...) a condição de camelô independe do fato do proprietário da banca vender seus produtos na rua ou em um espaço fechado semelhante a um shopping; outra representação desnudada é a de lojista, construída com base na visão imputada pelo Poder Público, requerendo uma postura mais condizente com características inerentes a essa condição. As representações podem estar relacionadas ao tipo de produto ofertado: se os produtos forem qualificados como “bugigangas”, a representação percebida é a de camelô; se os produtos colocados à disposição dos clientes estão enquadrados no segmento de roupas ou eletroeletrônicos, a representação acionada é a de lojista. Sendo assim, o Shopping do Porto, em funcionamento há pouco mais de um ano, deixa visível a não consolidação de uma representação una e positiva, fruto da relação entre o Poder Público, os clientes e os camelôs (MARQUES; CAVEDON; SOILO, 2013, p 12).

Observa-se nesse caso que as aspirações do poder público para os comerciantes informais não foram cumpridas, pois não houve uma adequação dos comerciantes para aquela nova realidade. Para além das formalidades cujos comerciantes não se adequaram, havia uma dificuldade também para os clientes que, muitas vezes, não compravam por uma demanda anterior, e sim por uma demanda surgida no instante em que se esbarra com o ambulante ou por uma demanda contingencial, como o consumo de guarda-chuvas ou de capas de chuva em um dia que não parecia ser de chuva e choveu. Assim a demanda pela compra de guarda-chuvas e capas impermeáveis vai naturalmente aumentar nesse momento de mudança de tempo.

O artigo de Saraiva, Carrieri e Soares (2014), com título “Territorialidade e identidade nas organizações: o caso do Mercado Central de Belo Horizonte”, é um texto de natureza qualitativa. Para a elaboração do estudo foram realizadas 40 entrevistas semiestruturadas junto aos comerciantes do Mercado Central de Belo Horizonte, objetivando compreender a visão deles sobre esse espaço.

Esses dados foram posteriormente tratados por meio da análise do discurso na linha francesa. A abordagem teórica é a de que “crenças compartilhadas que os indivíduos têm da identidade de uma organização, segundo definições de Albert e Whetten (1985), também se prestam para explicitar uma dada compreensão do espaço” (SARAIVA; CARRIERI; SOARES, 2014, p. 98).

O objetivo desse estudo foi o de “analisar as relações entre territorialidade e identidade no ambiente organizacional, avançando na perspectiva de identidade quanto ao que é distintivo, duradouro e central numa organização.” (SARAIVA; CARRIERI; SOARES, 2014,

p. 98) O texto se apega a questões simbólicas indo além das fronteiras da organização concreta. Segundo os autores:

Partilhando de um espaço de múltiplas práticas, o mercado conjuga um conjunto de territórios que oscilam entre harmonia e conflitos, visto que são dinamizados por forças que, na defesa dos interesses de grupos particulares, tropeçam umas nas outras. (SARAIVA; CARRIERI; SOARES, 2014, p. 99).

Perdigão, Carrieri e Saraiva (2014) são os autores do texto: “Das ruas para os *shoppings* populares: o empreendedorismo informal no discurso dos camelôs e da prefeitura de Belo Horizonte” Trata-se de um estudo de caráter qualitativo e, de acordo com Perdigão, Carrieri e Saraiva (2014), os dados analisados são secundários e foram retirados do relatório final da pesquisa “Transformações identitárias e estratégicas na mudança do espaço físico e simbólico de gestores familiares da economia informal a lojistas de *shoppings* populares”, realizada por Carrieri (2007), e dos Anais da II Conferência Municipal de Política Urbana (CMPU, 2002), promovida pela Prefeitura de Belo Horizonte.

A base teórica do estudo é a sociologia que trata da “ralé brasileira” e nos estudos do empreendedorismo enquanto meio de sobrevivência e oportunidade de negócio. Foi utilizada a análise francesa do discurso como técnica de análise dos dados. O texto em questão teve o objetivo de estudar como o empreendedorismo informal é descrito no discurso oficial representativo da prefeitura de Belo Horizonte e dos camelôs que atuam nesta cidade.

“Por ocasião da remoção desses camelôs, pelo poder público municipal, das ruas para os *shoppings* populares, em consequência de um projeto de “limpeza” do espaço público e sua resignificação como espaço de convivência” (PERDIGAO; CARRIERI; SARAIVA, 2014, p. 44) A ideia de gentrificação está presente no estudo quando se conclui que:

A transferência compulsória dos camelôs das ruas para os novos espaços comerciais atenderam a interesses públicos e empresariais, que se viam prejudicados pela atividade empreendedora informal. Por outro lado, ao serem obrigados a se reposicionarem como lojistas, os camelôs tiveram de assumir novos compromissos e responsabilidades frente à atividade empreendedora e aprender a explorar seus negócios em um novo ambiente e contexto. (PERDIGAO; CARRIERI; SARAIVA, 2014, p. 44).

O texto de Perdigão, Carrieri e Saraiva (2014) apresenta afinidades com outros estudos que tratam da modificação compulsória do espaço, como o estudo de Marques, Cavedon e Soilo (2013) e o de Figueiredo e Cavedon (2012).

O texto de Nascimento et al (2014) cujo título é: “Com que cor eu vou pro *shopping* que você me convidou?” é um texto de natureza qualitativa e usou a análise do discurso da

linha francesa como estratégia para analisar que “os discursos sobre o perfil de usuários dos *shoppings centers* na cidade de Belo Horizonte evidenciam dois aspectos do contexto socio-histórico brasileiro: as relações raciais e a segregação socioespacial nos contextos organizacionais” (NASCIMENTO et al., 2014, p. 246).

Em correlato, o texto traz à baila a discussão sobre as relações raciais no Brasil, considerando a cor como uma “construção discursiva e os *shoppings centers* como organizações que podem se configurar como espaços de segregação socioespacial ao se constituírem como espaços simbolicamente privados de determinados grupos sociais” (NASCIMENTO et al., 2014, p. 246). A pesquisa que gerou o texto discutiu a construção discursiva da cor como a:

(...) dimensão de significação das representações e práticas sociais dos indivíduos que demarcam simbolicamente quem pode e onde deve circular em determinados espaços organizacionais, especialmente nos *shoppings centers*. (NASCIMENTO et al., 2014, p. 246).

As análises desses textos deixam indícios claros de que um centro comercial, um *shopping*, um edifício comercial, uma galeria ou uma feira podem e vêm sendo pesquisados e compreendidos de muitas formas, contudo há de se advertir que o olhar sobre esse fenômeno deve ser identificado e valorizado, pois é um fenômeno organizacional que requer atenção e isso vem sendo pouco ou quase nada investigado no campo dos Estudos Organizacionais, bem como a presença de imigrantes de qualquer nacionalidade no comércio, em especial os chineses, ainda que eles constituam a maior diáspora do mundo e estejam ocupando centros comerciais em todo o mundo.

2.2.1.3 Estudos baseados na obra de Bourdieu

Esta seção compreende a busca e análise de estudos de organizações de comércio que tenham sido ancorados no constructo teórico de Bourdieu (1966, 1986; 1989; 1999; 1996; 2007; 2013). A análise dessa literatura possibilitou verificar a legitimidade das escolhas epistemológicas, teóricas e metodológicas e a escolha dos constructos do autor na redação desta tese. Trata-se de um autor utilizado na área de Administração em pelo menos três divisões, das três a que mais interessa aqui, pois, é a mesma divisão a que pertence esta tese: a divisão dos Estudos Organizacionais e essa será a divisão priorizada.

Nesta divisão um texto que chama a atenção é o de Kirschbaum (2012), nele o autor faz uma crítica ao uso excessivo do constructo teórico de Bourdieu por autores do campo dos

Estudos Organizacionais, ocorrência a que ele chama de paroquianismo intelectual. Kirschbaum (2012) demonstra claramente no texto as suas ressalvas ao autor, contudo não posso me furtar de trazer a informação revelada após o fim desta exploração da literatura: essa crítica não procede quando se trata dos Estudos Organizacionais, pois, ainda que Bourdieu surja, o autor é pouco usado e na minha opinião, menos usado do que poderia.

Rosa e Brito (2009) realizaram um ensaio sobre a violência simbólica utilizando os conceitos de Bourdieu que justificam esse tipo de violência. Rosa, Tureta e Paço-Cunha (2006) realizam uma análise crítica do discurso a partir da teoria do discurso de Bourdieu.

Ou autores Tureta e Alcadipani (2011) fazem uso dos conceitos de Bourdieu para compreender os improvisos realizados no curso do desfile de uma escola de samba. Peci (2003) escreveu um texto sobre estrutura/ação e o pragmatismo. A autora recomenda o uso dos escritos do teórico nesta divisão. Ainda antes de indicar o uso de Bourdieu nos Estudos Organizacionais, a autora faz um esforço de aproximação entre Bourdieu e Giddens.

Brulon e Peci (2013) realizaram um estudo na divisão dos Estudos Organizacionais. As autoras utilizaram conceitos centrais da obra do autor, para compreender uma favela carioca em um contexto de pacificação. Nesse estudo, especialmente os conceitos de campo político de Bourdieu (2011) e de campo burocrático do Estado (2014) são centrais na análise realizada pelas autoras.

É na divisão de ensino e pesquisa em Administração que se concentra o maior número de estudos em Administração sob a lente teórica de Bourdieu. Não é uma pretensão desta tese esgotar todos os estudos que utilizem o autor no campo da Administração e por isso vão ser destacados os estudos de autores mais frequentes nesse campo.

Todos os autores elencados se dedicaram à pesquisa do constructo de Bourdieu para compreender e analisar o ensino e a pesquisa em Administração no Brasil e são eles: Silva, Costa e Souza (2015); Silva et al (2015) a; Silva et al (2015) b; Silva et al (2015) c; Silva, Alfaya e Freitas (2014); Silva et al (2014); Silva, Dias e Castro (2014); Silva, Dias e Souza (2014); Silva, Alfaya e Dias (2013); Silva e Alfaya (2012); Bauer e Darbilly (2016) Schlickmann, Oliveira e Melo (2014).

Na divisão de marketing há um texto de Strehlau (2005) que faz uso da teoria do gosto de Bourdieu (1989), que é fruto das reflexões do autor no seu livro: A Distinção (2007). Outro texto que se destaca é o de Sá (2017) que utiliza Bourdieu para esboçar pistas epistêmicas para pesquisa sobre gente e negócios em um contexto periférico nordestino.

Todos os textos citados nessa seção têm em comum o fato de utilizarem as ideias de Bourdieu. São muitas as formas possíveis de usar o autor na área de Administração, o que legitima a escolha por esse constructo nesta tese. Entretanto, durante essa busca, não foi encontrado nenhum autor localizado no campo da Administração que utilize os conceitos centrais do autor para compreender um centro comercial com as características do Feiraguay, e nenhum autor que utilize as ideias do teórico para tentar compreender ou analisar a inserção de uma presença estrangeira como esta tese propõe e cumpre. Esta ausência denuncia a existência de uma segunda lacuna no campo da Administração.

2.2.2 Escolhas epistemológicas

Nesta subseção apresento as escolhas epistemológicas que nortearam minha conduta do início ao fim da escrita desta tese. O postulado epistêmico assumido aqui foi o interpretativismo e foi essa a abordagem que orientou toda a realização da pesquisa de campo. O interpretativismo, para Silva (2017, p.27) preconiza que a “realidade é um produto de experiências subjetivas e intersubjetivas do participante em ação.” (SILVA, 2017, p. 27).

Considerando o objeto processual, circunstanciado no tempo e no espaço, assim admitido por Kliksberg (1992) e onde não se buscam verdades absolutas, Santana e Sobrinho (2007) indicam de um modo sucinto como surge o interpretativismo frente ao positivismo quando indicam que:

O desejo de entender a ação humana impeliu historiadores e sociólogos alemães do final do século XIX e início do século XX a buscarem uma abordagem de pesquisa alternativa ao positivismo, filosofia que visava a explicação causal do fenômeno social, comportamental e físico. A necessidade de se encontrar uma resposta a esse anseio impeliu o surgimento do interpretativismo, um formato diferente de abordagem com relação ao fenômeno social (SANTANA; SOBRINHO, 2007, p. 1).

As reflexões acerca de posturas epistemológicas podem ser realizadas por meio de muitas lentes e essas lentes epistemológicas se assentam em diferentes campos e com diferentes teorias.

As áreas de Sociologia e Filosofia apresentam-se como duas alternativas para problematizar os aspectos da Epistemologia. Contudo, é um erro limitar exclusivamente a essas disciplinas que são de fato basilares para outras ciências todas as ideias epistemológicas. Estando diante dessas duas grandes áreas, é possível que o diálogo se amplie para inúmeras formas de análises e frutifique por outros tantos campos.

Frente a essas múltiplas possibilidades, há a importância de assumir um recorte analítico para a interpretação dos achados do campo. Sendo assim, fiz a opção por transitar pela Sociologia e dentro dela escolhi a obra de Bourdieu (1966, 1986; 1989; 1999; 1996; 2007; 2013)

Ao fazer essa escolha, a minha pretensão é compartilhar uma opção que ultrapasse os esforços considerados opostos: visão essencialista versus concepção determinista de ciência. De acordo com Campos:

A visão mais radical da Sociologia, cuja expressão mais destacada está na Sociologia Cognitiva da Ciência, que sustenta que os conteúdos científicos são produzidos por meio de causas sociais, portanto, estabelece que as razões epistêmicas seriam vazias idealizações dos filósofos e dos próprios cientistas. Não obstante, o reconhecimento de que a ciência tem uma natureza social implica em poder afirmar que sua explicação não se origina de um campo específico (campo acadêmico/científico)? (CAMPOS, 2016, p.3).

O desafio assumido nesta tese, num esforço de sistematizar o pensamento de Bourdieu (1966, 1986; 1989; 1999; 1996; 2007; 2013) ladeado aos achados que emergiram do campo durante o estudo etnográfico, é o de buscar avançar para além do olhar beneplácito de uma ciência e de uma noção determinista de pesquisa científica. Para tanto, reafirmo que tomarei como referência os escritos de sociologia de Bourdieu (1966, 1986; 1989; 1999; 1996; 2007; 2013) partindo do seu conceito de espaço social, passando pela sua ideia de campo, de *habitus* e pelas suas formulações sobre os capitais que avançam para as ideias marxistas de capital econômico chegando até os capitais: social, cultural e simbólico.

De acordo com Campos (2016), são inúmeros os textos que buscam retratar a trajetória intelectual de Bourdieu. Entre tantos, fiz a opção de destacar os que estão publicados com tradução para o português do Brasil; além da escolha de textos com traduções brasileiras para formarem o arcabouço teórico deste estudo, selecionei traduções de intérpretes que considero dos mais importantes do autor, entre eles destaco: Wacquant (2002) e outros também importantes são: Ortiz (2002; 2003); Lahire (2002); Catani (1999); Thiry-Cherques (2006); Champagne (2004);¹². Foram também utilizados textos seminais do autor escritos ou traduzidos para o inglês, o espanhol e o Francês.

Bourdieu possui uma grande obra e, de acordo com de Champagne (2004, p. 7), ele “(...) estudou quase tudo: os camponeses, os artistas, a escola, os clérigos, os patrões, as classes populares etc.” O mesmo autor indica que os estudos e análises de Bourdieu incluem

¹² Teóricos utilizados nesta tese como: Loic Wacquant e Patrick Champagne sociólogos destacados na França e foram formados pelo próprio Pierre Bourdieu. O autor foi o responsável também pela formação do importante sociólogo brasileiro Clóvis Barros Filhos, também utilizado nesta tese.

disciplinas como “[...] a etnologia, a sociologia, a filosofia, a sociolinguística, a economia, a história etc.” (CHAMPAGNE, 2004, p. 7).

Bourdieu é um intelectual do século XX, e toda a sua vida acadêmica é marcada por longos períodos de imersão no campo acadêmico das Ciências Sociais. Ao ler Durkheim, o autor se deparou com as regras do método e acreditou que era chegado o momento de a Sociologia abrir mão das conquistas mais simplistas e assumir uma natureza esotérica que é conveniente a toda ciência (ORTIZ, 2003).

Nesse instante o autor assume uma estatura intelectual que sempre perseguiu e é também nesse momento que ele perde popularidade e sua obra assume contornos de prolixidade e isso ocorre como uma provocação ou um desafio aos seus leitores (ORTIZ, 1983, 2002, 2003).

Orientando de doutorado do autor, Barros Filho (2002) relata que “se sentia mal em sua própria pele” durante as aulas com Bourdieu, já que o autor se propunha em ser difícil. O mesmo Barros Filho (2002) comenta que era comum escutar nas aulas do professor Bourdieu frases do tipo “vocês querem literatura fácil? Então vão até a banca de revista mais próxima e comprem *Marie Claire* para ler.” (BARROS FILHO, p.1, 2018).

Ainda de acordo com Barros Filho (2002), Bourdieu dizia que seu modo de escrever era marcado pela sua ideologia, e que o receio do autor era de ter a sua ideologia aproximada de uma vulgarização (BARROS FILHO, 2002).

Assumir uma postura epistemológica interpretativista incorre em outras escolhas teóricas que se alinhem com a base epistêmica assumida. Nesse momento, escolher como lente teórica o constructo de Bourdieu podia ser uma escolha arriscada, já que muitos o veem como um teórico reproducionista e até mesmo estruturalista, porém, a problemática teórica da obra de Bourdieu reside, fundamentalmente, “sobre a questão entre o agente e o social” (ORTIZ, 2003, p.8).

E é esta a razão pela qual o autor considera a questão dos métodos epistemológicos como uma discussão que está entre polos antagônicos: o objetivismo e a fenomenologia. Quando Barros Filho (2002) aponta que o autor insistiu que o *habitus* é uma forma de subjetivação das estruturas, ou seja, das relações de força em ação no campo, Bourdieu se aproxima ainda mais do paradigma construtivista.

Uma informação de relevo e que contribuiu substantivamente para a escolha dos escritos de Bourdieu para a interpretação das informações colhidas em campo é que, talvez, em função da sua grande estatura como teórico social, raramente ele, Bourdieu, foi

reconhecido como um expressivo praticante da etnografia, método de pesquisa utilizado nesta tese.

Além de contribuir de modo importante para o desenvolvimento da prática etnográfica, o ofício da etnografia foi decisivo em toda a sua obra. Inclusive os seus estudos etnográficos seminais na Cabília da Argélia colonial foram realizados paralelamente a um estudo numa aldeia no sudoeste da França, região onde ele nasceu.

Sobre o não reconhecimento do autor como um etnólogo de importância, Goodman (2003) lamentou: “É de certa forma surpreendente que o seu trabalho [de Pierre Bourdieu] tenha permanecido muito longe do alcance da literatura atenta às responsabilidades políticas e éticas da representação etnográfica.” (GOODMAN, 2003, p. 782).

Esses dois estudos etnográficos em particular que foram realizados paralelamente – o estudo da Cabília Argelina colonial e o da aldeia em que ele nasceu – foram também responsáveis pelo rompimento inicial, porém decisivo com o arquétipo estruturalista que o marcou por tanto tempo, desviando o seu olhar analítico “da estrutura para a estratégia”, da matemática mental mecânica das normas culturais para a ginástica abstrata (WACQUANT, 2006).

Sobre as práticas socioetnológicas de Bourdieu, Wacquant (2006) foi assertivo ao indicar que:

O etno-sociólogo é uma espécie de intelectual orgânico da humanidade que, como agente coletivo, pode contribuir para desnaturalizar e desfatalizar a existência humana, colocando a sua competência ao serviço de um universalismo enraizado no entendimento dos particularismos naquela sociedade que o autor encontrava fôlego e as suas respostas para construir seu arcabouço (WACQUANT, 2006, p.13).

Wacquant (1985; 2006), orientando discípulo de Bourdieu e atualmente um dos seus principais intérpretes, relata que foi por meio da etnografia aprendida com e praticada por Bourdieu que ele conseguiu realizar as pesquisas mais relevantes da sua vida, estas que reuniram uma série de inserções nos guetos negros norte-americanos.

Wacquant (1985) iniciou sua pesquisa sobre as desigualdades urbanas e a marginalidade social na cidade de Chicago, o que o levou à realização de uma etnografia sobre o pugilismo como uma profissão do corpo.

Os agentes envolvidos na pesquisa de Wacquant (1985) viviam situações de grande vulnerabilidade social, o que levou o autor a realizar estudos nas prisões e nos sistemas carcerários estadunidenses, lugar que foi o destino de muitos dos agentes do campo do autor e que com o pesquisador estabeleceu laços de amizade e, talvez por essa razão, tenha despertado nele a vontade de se aproximar mais e mais desse universo e o que intermediou

esta aproximação foi etnografia realizada nas cadeias que abrigaram os agentes de seu campo, também seus amigos.

Os seus estudos culminaram em uma interessante, ao mesmo tempo perturbadora, reflexão sobre a modernidade avançada e o Estado neoliberal. O autor relatou parte da sua experiência e apontou a importância do método nesse trecho:

A etnografia desempenhou então um papel central, por duas razões. Por um lado, segue mais cursos de antropologia do que de sociologia, porque o departamento de sociologia de Chicago era intelectualmente muito pálido e porque eu estava visceralmente agarrado a uma concepção unitária da ciência social herdada da minha formação francesa. Os trabalhos e os encorajamentos ao trabalho de John e Jean Comaroff, de Marshall Sahlins, de Bernard Cohn e Raymond Smith levaram-me na *direção* do trabalho de terreno. Por outro lado, quis rapidamente encontrar um ponto de observação *directa* no interior do gueto, porque a literatura existente sobre o assunto estava dominada pela abordagem estatística, desenvolvida a partir de muito alto, por investigadores que não têm qualquer conhecimento primário, ou até mesmo secundário, do que faz a realidade quotidiana dos bairros deserdados da cintura negra, e que preenchem este vazio com os estereótipos retirados do senso comum corrente, jornalístico ou universitário. Quis reconstruir a questão do gueto a partir de baixo, na base de uma observação precisa da vida quotidiana dos habitantes desta terra *non grata*, mas também, por esta mesma razão, incógnita. (WACQUANT, 2008 p.470).

Bourdieu e Wacquant foram companheiros de trabalho por mais de 20 anos e o que Wacquant (2008) relata é que Bourdieu o encorajou muito a avançar com sua pesquisa e foi a Chicago várias vezes com o intuito de acompanhar o estudo do seu seguidor de perto. Wacquant (2008) também relata que foi por interferência direta de Bourdieu que este encerrou a sua permanência em campo, fato também ocorrido no percurso deste estudo etnográfico, quando a minha orientadora deu por encerrado o estudo contra a minha vontade.

Wacquant (2008) utilizou conceitos de Bourdieu (1989) para a compreensão de um objeto com características organizacionais tão especiais como é uma sociedade de pugilistas ou como o autor chama um gueto, e a posterior elaboração de uma “antropologia do pugilismo” (WACQUANT, 2008, p.465) foi, para mim, inspirador e também decisivo para a escolha da lente teórica do autor e de seus intérpretes para a análise da inserção dos chineses no Feiraguay.

No instante em que o autor assume que, para a compreensão de um campo é preciso que haja uma mediação entre a estrutura e os agentes sociais que possuem *habitus* e práticas atualizáveis, (ORTIZ, 2003) a postura epistemológica interpretativista se torna coerente com a do autor.

2.2.3 Escolhas teóricas

Operar uma tese com os conceitos de Bourdieu (1989) levando em consideração, especialmente, a perspectiva do autor que diz: “pôr em jogo as coisas teóricas” Bourdieu (1989) não é tarefa das mais simples. A opção pelos constructos do autor demanda do pesquisador um grande esforço, à medida que tateando pelos seus estudos, a sua obra se revela densa, e avançar sobre ela é, de fato, um evento desafiador. Acerca dessa constatação, Brandão (2010) indica que se trata de “uma obra que permite que se trabalhe com um conjunto inesgotável de possibilidades de trabalho (empírico) e reflexão (teórica)” (BRANDÃO, 2010, p. 229).

Por outro lado, o esforço de aproximar a discussão da Sociologia, seja pelas lentes de Bourdieu, que é a escolha desta tese, seja pela lente de algum teórico do campo dos Estudos Organizacionais, é um esforço necessário, pois permite que se acendam novas luzes para a compreensão de fenômenos organizacionais. Há mais de 10 anos, Peci (2003) teve essa mesma percepção quando declarou que as teorias de:

(...) Bourdieu podem vir a encorajar a análise dinâmica e integrada dos níveis macro e micro organizacionais, considerando o peso que atribuem à síntese da subjetividade mais presentes nas análises micro organizacionais – e da objetividade – mais presente nas análises macro organizacionais. Isso apresenta uma significativa contribuição ao campo marcado por rígidas fronteiras estabelecidas entre os diversos níveis de análises. (PECI, 2003, p.33).

Para Bourdieu (1989), tudo o que é social é relacional e esse é um pensamento que posiciona o pesquisador em um campo de maior compreensão das minúcias dos objetos de estudo. O esqueleto da abordagem teórica de Bourdieu (1966, 1986;1989; 1999; 1996; 2007; 2013) e que o autor tantas vezes repetiu: “ponha a teoria em jogo” (BOURDIEU, 1989), e que conduz para as interpretações empíricas, reproduz um sistema conceitual dependente. Para a compreensão de um há sempre a necessidade de recuperar o outro, o que para Thirry-Cherques (2006):

Deriva do princípio de que a dinâmica social se dá no interior de um /campo/, um segmento do social, cujos / agentes/, indivíduos e grupos têm /disposições/ específicas, a que ele denomina / *habitus*/. O campo é delimitado pelos valores ou formas de /capital/ que lhe dão sustentação. A dinâmica social no interior de cada campo é regida pelas lutas em que os agentes procuram manter ou alterar as relações de força e a distribuição das formas de capital específico. Nessas lutas são levadas a efeito /estratégias/ não conscientes, que se fundam no /*habitus*/ individual e dos grupos em conflito. Os determinantes das condutas individual e coletiva são as /posições/ particulares de todo /agente/ na estrutura de relações. De forma que, em cada campo, o /*habitus*/, socialmente constituído por embates entre indivíduos e

grupos, determina as posições e o conjunto de posições determina o *habitus*. (THIRY-CHERQUES, 2006, p.31).

Em síntese, essa seção apresenta os conceitos de espaço social, campo, *habitus* e dos capitais de Bourdieu, (1966, 1986; 1996; 1999; 2007; 2013), o que, durante o processo de escrita desta tese, auxiliou a compreensão dos espaços sociais e de como os agentes do campo produzem esses espaços, além de indicar como a distribuição dos capitais – sejam eles: econômico, cultural, social e simbólico – define as posições no campo, bem como essa distribuição é decisória na indicação de qual é a classe dominada e qual é classe dominante em um campo (BOURDIEU, 1966).

A noção de campo de Bourdieu (1966) se articula com a noção de espaço social que pode ser dividido em campos. O que define as posições dos agentes nesse campo é a posse de capitais, pois repetidamente se observa que os integrantes de um campo compartilham do mesmo *habitus*.

2.2.3.1 O espaço social

Embora existam diversos postulados científicos que tratam do conceito de espaço, a perspectiva utilizada nesta tese é a perspectiva de espaço social de Bourdieu (1989), que indica o espaço social como um espaço teórico onde se organizam as diferenças sociais. É nele que se articulam as posições sociais dos agentes (indivíduos) com as disposições e as tomadas de posição (práticas). De um modo simples, para o autor, existem duas perspectivas teóricas opostas acerca do mundo social e, por conseguinte, da ação humana: a física social, que corresponde ao objetivismo e a fenomenologia social, que corresponde ao subjetivismo. De acordo com Wacquant (1995), é possível que a sociedade seja aceita como uma estrutura objetiva, que pode ser interceptada de fora para dentro e assim as suas vinculações podem ser observadas, medidas e “cartografiadas, independentemente das representações que façam aqueles que nela vivem” (WACQUANT, 1995, p.31).

Os seres humanos agem guiados por suas consciências (BOURDIEU, 1994). A ideia da subjetividade se fortalece na explicação das movimentações sociais e justifica a adjetivação do espaço, que evolui da ideia de espaço como limite geográfico para a noção de espaço social. A subjetividade é um forte componente da realidade social e não se afasta dos modos de produção, são práticas realizadas socialmente por sujeitos individuais no curso de sua vida cotidiana (BOURDIEU, 1994).

O ser humano, quando se apropria de um espaço e se torna um agente local, não deixa de se alinhar a ele, de demarcá-lo, de deixar impactos físicos e impressões simbólicas. Por isso, logo que o homem ocupa um espaço, é possível identificar sinais de rotação, de localização, de iluminação e de orientação. Contudo, quando um indivíduo (um imigrante, por exemplo) se aproxima e se apropria de um espaço, se tornando assim um agente local, é mais provável que esse indivíduo se deixe alinhar com aquele espaço social e/ou faça a opção de demarcá-lo; embora isso com dificuldade, ele deixará impactos físicos e impressões simbólicas, pois, logo que um indivíduo se apropria de um espaço, é possível identificar pistas da sua presença ali, como: sinais de rotação, de localização, de iluminação e de orientação (BOURDIEU, 1989).

O espaço social contempla algumas reflexões que geram questionamentos sobre o que determina a posição espacial no campo social ou quais os princípios de diferenciação que condicionam a ocupação desse espaço. São os agentes os responsáveis para a construção da realidade e do espaço social, assim como são eles que entram em lutas e estabelecem relações visando a impor sua visão, mas o fazem sempre com pontos de vista, interesses e referenciais determinados pela posição que ocupam no mesmo mundo que pretendem transformar ou conservar (BOURDIEU, 1989).

O autor admite que procede por oposição, para definir as posições no espaço social, “porque é assim que se faz na maioria das vezes”, mas admite também que estas questões são mais complexas do que parecem. “O que existe é um espaço social”, que é também um lugar de diferenças, no qual as classes existem de algum modo em um estado virtual, pontilhadas, não como um dado, mas como “algo que se trata de fazer” (BOURDIEU, 1989, p.388). Nesse espaço é possível que se observe que os fenômenos de práticas – embora essas práticas sejam individuais e, em muitos casos, subjetivas – se organizam objetivamente, sem uma instância anterior de apresentações, o que contribui para as práticas de reprodução do capital (BOURDIEU, 1989).

Para o autor, é necessário que se elabore o espaço social a partir do estabelecimento de “estruturas de posições diferenciadas”, que são apontadas levando em consideração o indivíduo em sua situação e suas especialidades indicadas pelo lugar que ocupa na distribuição de um tipo específico de capital (BOURDIEU, 1989, p. 388).

Enxergando por essa lente, o espaço social, na perspectiva do autor, é um espaço de lutas onde as classes sociais são classes lógicas; em tese, definidas na função, pelos limites de um grupo de agentes mais ou menos homogêneos que assumem as mesmas posições no

espaço social. Os agentes não pertencem às classes imóveis dentro da perspectiva marxista, a menos que isso se dê “por meio de um trabalho propriamente político de construção, de fabricação, no qual os êxitos são favorecidos pelo mérito à mesma classe sociológica.” (BOURDIEU, 1996, p. 401). Sendo assim, o autor infere que: “a classe é definida pelos homens enquanto vivem sua própria história (...)” (BOURDIEU, 1996, p. 402). Para Bourdieu (1986; 1996), o espaço social compreende o caráter multidimensional da realidade social. Em síntese, esse espaço para autor significa:

Conjunto de posições distintas e coexistentes, exteriores umas às outras, definidas umas em relação às outras por sua *exterioridade mútua* e por relações de proximidades, de vizinhança ou de distanciamento e, também, por relações de ordem, como acima, abaixo e entre. (BOURDIEU, 1996, p 18-19).

A proposta de Bourdieu (1989;1996), quando trata da formação de uma topologia social, é a compreensão de que o que está posto no espaço social são agentes racionais realizando práticas que reproduzem ou modificam as estruturas sociais. Entretanto, essa racionalidade não é o produto de uma razão autoconsciente (PEREIRA; CATANI, 2002). As classes que compõem o espaço, segundo Bourdieu (1996), não são verdadeiramente classes como se pensa em termos teóricos. De acordo com Pereira e Catani (2002), os agentes ocupantes da mesma região do espaço social compõem classes em potencial e podem se tornar “politicamente mobilizados” (PEREIRA; CATANI, 2002, p.11).

Cada agente integra um grupo que está em uma determinada posição ou em uma classe do espaço social e, nesse caso, se fazem necessárias as posições mais próximas, o que significa dizer que, numa determinada localização do espaço social, não é possível que se ocupem “realmente duas regiões opostas do espaço – mesmo que tal seja em princípio concebível” (BOURDIEU, 1989, p. 134).

As aproximações nos espaços sociais representam as trocas das mesmas práticas, enquanto o afastamento representa práticas diferentes, como: capacidade de aquisição de um crédito econômico e a incapacidade de conquistar financiamentos. Sendo assim, observa-se forte aproximação entre o espaço social, o conjunto de posições mutuamente exteriores e o espaço simbólico – conjunto de práticas e preferências constituidoras dos “signos distintivos” por meio dos quais os agentes sociais se reconhecem (PEREIRA; CATANI, 2002, p.11).

As noções de espaço social e de espaço simbólico não devem ser compreendidas como conceitos acabados e polidos, prontos a serem transportados e automaticamente aplicados aos inúmeros domínios da realidade social.

Bourdieu (2007) relata que o espaço social foi descrito como uma representação abstrata, formulada frente a um trabalho específico de produção e, “à maneira de um mapa, proporciona uma visão panorâmica, um ponto de vista sobre o conjunto de pontos sobre o qual os agentes lançam o seu olhar” (BOURDIEU, 2007, p. 162).

A perspectiva de classes sociais de Bourdieu (2007) se relaciona objetivamente com as reflexões acerca dos espaços sociais e simbólicos. O autor atinge o limite da concepção subjetivista do espaço ao considerar que a realidade pode ser vista como uma ficção construída individualmente, que ignora de modo simples as externalidades e ideias coletivas. O valor dessa concepção reside no ato de reconhecer a função que: o “conhecimento mundano, a significação subjetiva e a competência prática desempenham na produção contínua da sociedade” (WACQUANT, 2005, p. 33).

Nesse momento, é um mérito da influência do construtivismo na teoria bourdieusiana que dá atenção para os perigos de um olhar mecanicista da ação, visto que os agentes sociais são os responsáveis diretos pela construção das suas realidades sociais, seja essa realidade individual ou coletiva.

A epistemologia que origina o construtivismo reside nas experiências de educação e aprendizagem do século XVIII (LEÃO, 1999) e os seus pressupostos filosóficos possuem origem no iluminismo também do século XVIII (FREITAG, 1993). Pra Becker, o construtivismo significa:

(...) a ideia de que nada, a rigor, está pronto, acabado, e de que, especificamente, o conhecimento não é dado, em nenhuma instancia, como algo terminado. Ele se constitui pela interação do indivíduo com o meio físico e social, com o simbolismo humano, com o mundo das relações sociais; e se constitui por força de sua ação e não por qualquer dotação prévia, na bagagem hereditária ou no meio, de tal modo que podemos afirmar que antes da ação não há o psiquismo nem consciência e, muito menos, pensamento. (BECKER, 1993. p.88).

Um espaço, portanto, estruturado em função dos distanciamentos entre os agentes sociais (WACQUANT, 2005).

2.2.3.2 *Campo*

O conceito de campo que integra o espaço social é inaugurado por Bourdieu (1966) durante os seus estudos sobre os campos religiosos de Max Weber, estudos esses que foram sintetizados no ano de 1966 no artigo: *Champ intellectuel et projet créateur*. De acordo com Montagner e Montagner (2011), a ideia de campo aparece de modo tímido e ainda não

adjetivada assim pelo seu autor; nesse momento, o que é visto é uma reunião de ideias sobre o tema cujo texto seminal é o artigo: *Une interprétation de la théorie de la religion selon Max Weber* de 1966 (MONTAGNER; MONTAGNER, 2011).

Um campo pode funcionar como uma estrutura de poder em um espaço social. A ideia de poder é associada à ideia de campo de modo objetivo. O poder é um conceito polissêmico e que possui inúmeras perspectivas; a perspectiva adotada nesta tese será a do poder nos campos de um espaço social (BOURDIEU, 1966). Todo campo se define a partir de termos analíticos. Para Bourdieu e Wacquant (2012, p. 134), a noção de campo foi definida como:

(...) una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que si imponem a sus ocupantes, yasean agentes o instituciones, por su situación (situactual) y potencial em la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (BOURDIEU; WACQUANT, 2012 p.134).

Na lógica bourdieusiana, é muito clara a ideia de campo como espaço de lutas de poder. Para o autor, essa lógica de relações de poder acontece em todas as classes e níveis da sociedade, seja de modo consciente ou inconsciente, objetivo ou subjetivo. O conceito de campo elaborado por Bourdieu (1966) diz respeito a um espaço social onde se encontram nós ou posições, bem como suas mútuas relações.

Reforçando essa ideia, Fliegstein e McAdam (2012) apontam para o fato de que no espaço social é provável que se identifiquem campos de poder como inúmeros mundos possíveis. Esse campo pode ser considerado como arena de disputas, na qual os movimentos heréticos são os movimentos que representam as batalhas por posições em um determinado campo, e elas acontecem de modo contínuo.

A tendência dos agentes é a de adotar uma estratégia de ação de acordo com as forças presentes no campo, ainda que eles possuam condições objetivas ou não de reclamar a força dos grupos dominantes (BOURDIEU, 1989).

Todo campo que se pense se localiza em um espaço social e é onde ocorrem inúmeros fenômenos e onde as relações entre os agentes são dinâmicas. A forma como as posições dos agentes no campo são definidas de modo tácito possui relação direta com a posse de capitais.

Em seu conjunto, o campo pode ser definido como um padrão de desvio de níveis diferentes, e nem nas instituições ou nos agentes, nem nos atos ou nos discursos que eles produzem têm sentido senão relacionalmente, por meio do jogo das oposições e das distinções (BOURDIEU, 1989).

A compreensão do campo precisa ser relacional, ainda que cada campo possua uma estrutura particular, eles relacionam-se entre si e é onde estão os pensadores e os seguidores desse pensamento, os professores e os alunos, os atacadistas e os varejistas. A ideia das oposições está presente de modo crônico na ideia de campo de Bourdieu (1989).

Numa interpretação dos escritos de Bourdieu, Lahire (2002) indica que um campo é um microcosmo incluído no macrocosmo constituído pelo espaço social global. O conceito de campo foi amadurecido pelo próprio Bourdieu (1966; 1989) e pelos seus demais intérpretes, até que Bourdieu (1989; 2011) apresenta uma das primeiras perspectivas da ideia de campo, que é o campo político.

O autor o trata o conceito de campo político com o cuidado de diferenciá-la da noção de campo burocrático – conceito com o qual faz interseção – e da noção de campo de poder, que é onde ele se situa (WACQUANT, 2012).

Bourdieu (1989) apresenta uma abordagem alternativa para pensar o mundo social e mais adiante, incluir as organizações que também o compõem, na medida em que se propõe a superar dicotomias como objetividade/subjetividade, ação/estrutura. A ideia da dicotomia entre estruturação/ação é, no futuro, abordada por Peci (2003) no campo dos Estudos Organizacionais. Para Swartz (2008), esta noção de campo político é construída com o viés integrador e com a perspectiva teórica de Bourdieu que tem como marcas fundamentais o pensamento relacional e o uso da reflexividade.

O dinamismo que marca as estruturas do campo não se dá, porém, de forma aleatória, ele segue uma lógica própria (BRULON; PECI, 2012). Para Bourdieu e Wacquant (2012), a compreensão da ideia de campo tem como pré-requisito a singularidade, as especificidades de cada campo, visto que cada um possui uma dinâmica particular de organização, o que significa que todas as ações para o seu funcionamento são tomadas com base nessa dinâmica, pois o campo e as ações estão normalmente associados à ideia de poder ou de dominação (BRULON; PECI, 2012).

A ideia de campo é constantemente comparada à mesma ideia de um jogo, comparação baseada nos escritos de Bourdieu e Wacquant (2012) e com frequência reproduzida, com vistas a trazer esclarecimentos sobre o conceito (BRULON; PECI, 2012).

Nessa perspectiva de campo, está clara a noção de classes e dentro da noção de classe, a noção de classe dominada e de classe dominante, o que significa que nas relações de poder, quando uma classe domina a outra, considera-se que houve violência simbólica (BOURDIEU, 1989). Lima (2010) apresenta um entendimento de campo baseado nas ideias de Bourdieu:

O campo é o espaço de práticas específicas, relativamente autônomo, dotado de uma história própria; caracterizado por um espaço de possíveis, que tende a orientar a busca dos agentes, definindo um universo de problemas, de referências, de marcas intelectuais – todo um sistema de coordenadas, relacionadas umas com as outras, que é preciso ter em mente (não quer dizer na consciência) para se entrar no jogo. Entrar no jogo é manejar esse sistema de coordenadas. O campo é estruturado pelas relações objetivas entre as posições ocupadas pelos agentes e instituições, que determinam a forma de suas interações; o que configura um campo são as posições, as lutas concorrenciais e os interesses (LIMA, 2010, p.17).

Todos os agentes estão em uma posição específica e essas posições podem ser hierárquicas. Cada campo possui suas características individuais e podem ser adjetivados como: campo de saúde, campo religioso, campo artístico, campo literário, campo acadêmico, campo esportivo, campo jurídico, entre tantos outros.

Diante desse entendimento, é possível que surja o questionamento de qual seria o limite do campo? A princípio, a resposta poderia ser determinista, como normalmente são as respostas dadas às perguntas teóricas, mas, para Bourdieu (1989), a resposta a essa questão é: “o limite do campo é o limite dos seus efeitos ou, em outro sentido, um agente ou uma instituição faz parte na medida em que nele sofre efeitos ou que nele os produz” (BOURDIEU, 1989, p.31).

Na teoria do campo, Bourdieu (1966) buscou uma explicação da influência interior da estrutura entre as pessoas e os grupos de pessoas ou agentes, como ele prefere chamar, na sua busca por mediação entre a estrutura e a subjetividade. O autor argumenta que a realidade é orientada por convenções e distinções sociais estabelecidas em relação ao outro (BOURDIEU, 2007).

No campo, os agentes marcados por suas diferenças e semelhanças se encontram, trata-se de uma marca da sociedade moderna ocidental os processos de diferenciação. As posições vão sempre ser reivindicadas por interesses particulares, pois os campos são fruto das trajetórias dos agentes que os ocupam. São as suas ações, bem como as do grupo de agentes compositores daquele campo que determinam a sua vitalidade. Para Thiry-Cherques (2006):

Os campos resultam de processos de diferenciação social, da forma de ser e do conhecimento do mundo. Como tal, cada campo cria o seu próprio objeto (artístico, educacional, político etc.) e o seu princípio de compreensão. São “espaços estruturados de posições” em um determinado momento. Podem ser analisados independentemente das características dos seus ocupantes, isto é, como estrutura objetiva (THIRY-CHERQUES, p.35, 2006).

Tratando do conceito de campo, Bourdieu (1966) pretendia ter, e assim se cumpriu o entendimento dos traços particulares, mas que se manifestam coletivamente nos grupos

sociais. Segundo o autor, são “sociedades altamente diferenciadas” (Bourdieu, 1966, p.35) ou diferentes, para dar um sentido mais atual à expressão do autor. As diferenças das sociedades são definidas pelas particularidades de cada grupo.

Assim, em função das necessidades irrefutáveis de cada campo, é possível que se trate como campo, por homologia, os grupos que sempre existiram, por exemplo: os artistas circenses podem ser considerados como um campo artístico, uma irmandade religiosa, como um campo religioso. Cada campo com suas peculiaridades e sua lógica de funcionamento.

Dentro dos campos sempre será possível observar dominantes e dominados e a dinâmica de concorrência que tem origem nos métodos de preservação das estruturas sociais, segundo Thiry-Cherques (2006). A distribuição dos capitais é desigual em qualquer campo, o que justifica o eterno estado de tensão entre os agentes das classes dominantes e das classes dominadas; esse aspecto configura os campos como ambientes conflituosos.

Os agentes, tanto das classes dominantes quanto das classes dominadas, estão sempre em busca dos seus interesses, o que provoca incômodo no campo. As formas mais simples de ação para o atendimento e manutenção dos interesses particulares estão baseadas nos princípios de conservação das formas de capitais e no princípio da reprodução. Isso não quer dizer que os campos estão livres das externalidades e de sofrerem influências sociais, políticas ou ecológicas, contudo essas externalidades vão ser mediadas pela história de cada campo e são essas as características que dão aos campos individualidade e o status de autonomia.

Em síntese, a teoria dos campos de Bourdieu (1966) procurou apresentar um modelo, de alguma forma moderno, para que se iniciem reflexões sobre o mundo após as ideias do materialismo histórico dialético de Marx. Segundo Catani (2017), o conceito de campo de Bourdieu (1966) é uma interpretação, um novo olhar do autor que foi reflexo de seus pensamentos sobre o mesmo conceito de teóricos diferentes, como Durkheim e Weber.

Não é algo simples resumir as propriedades essenciais da ideia de campo do autor, pois se trata de um pensamento macro e que precisa ser ao máximo aproximado das microrrealidades sociais. Assim, o conceito sofre inflexões em escala diminutiva para que o mesmo seja posto em campo (BOURDIEU, 1989).

2.2.3.3 *Habitus*

Em um espaço social é possível que existam múltiplos universos com realidades particulares. Eles são chamados por Bourdieu (1966) de campo. Nesses campos o autor

identifica grupos sociais que reúnem uma taxionomia de práticas sociais similares que ele chamou de *habitus*. O *habitus* é por definição:

Um sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente ‘regulamentadas’ e ‘reguladas’ sem que por isso seja um produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que se tenha necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas sem serem produtos da ação organizadora de um maestro (BOURDIEU, 1994, p15).

O *habitus* pode ser compreendido como um agrupamento de valores, costumes, esquemas de pensamentos incorporados pelo indivíduo que lhe permite perceber, interpretar o mundo social e orientar e regular suas práticas sociais (BALBINO; DONENCIO, 2014). Complementando essa ideia, Setton (2002) propõe considerar as instâncias socializadoras como a escola, a família e a mídia que coexistem numa intensa relação de interdependência. A autora concebe o conceito de *habitus* como:

Um instrumento conceptual que me auxilia pensar a relação, a mediação entre os condicionamentos sociais exteriores e a subjetividade dos sujeitos. Trata-se de um conceito que, embora seja visto como um sistema engendrado no passado e orientado para uma ação no presente, ainda é um sistema em constante reformulação. *Habitus* não é destino. *Habitus* é uma noção que me auxilia a pensar as características de uma identidade social, de uma experiência biográfica, um sistema de orientação ora consciente ora inconsciente (SETTON, 2002, p.61).

Bourdieu é o responsável por recuperar e adaptar o conceito de *habitus*, mas, segundo Wacquant (2007), a noção de *habitus* possui a sua gênese na filosofia antiga, sendo originária do “pensamento de Aristóteles e na escolástica medieval” (WACQUANT, 2007, p.63). Esse conceito se destaca na obra de Bourdieu (2002; 1990; 2004; 2000) por representar um dos grandes esforços do autor, e que perduraram por toda a sua vida intelectual.

Ainda de acordo com Wacquant (2007), o conceito foi usado de modo discreto por Durkheim (em seu curso sobre *L'Évolution Pédagogique en France* de 1904) e parcimoniosamente por Mauss (em “As técnicas do corpo”, de 1934). Há também uma aproximação do conceito por parte de Weber (em sua discussão sobre o ascetismo religioso em *Wirtschaft und Gesellschaft*, de 1918) até a sua atualização por Bourdieu na década de 1960 (WACQUANT, 2007).

Está posta assim a concepção do *habitus* “como uma matriz cultural” (SETTON, 2002, p.61) disponível para os indivíduos e cujos preceitos e regras nela incutidos os agentes sociais definem suas predileções e fazem suas escolhas. Sendo assim, ainda que imputada, a teoria do

habitus favorece a compressão das etapas do processo de elaboração das identidades sociais no mundo considerado moderno.

Para construir uma “economia das práticas generalizadas”, capaz de incluir a economia em algo mais amplo, tornando plurais as categorias que as toma como invariantes e “especificando quer as condições sociais de emergência dos atores econômicos e sistemas de troca quer o modo concreto como estes se encontram, propulsionam ou contrariam uns aos outros” (WACQUANT, 2007, p. 64).

O *habitus* corresponde à posse de aptidões sociais e a ideia fica mais clara à medida que se percebe que há o desejo de avançar sobre a oposição entre objetivismo e subjetivismo, ou seja, o *habitus* rompe com as noções binárias tão próprias do senso comum. Uma das definições do conceito mais didáticas é quando Bourdieu (1988) diz que ocorre o *habitus* entre “indivíduo e sociedade ao captar a interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade” (BOURDIEU, 1988 p.52), ou seja, uma vez que a sociedade usa os seus agentes como repositórios, isso no modo de disposições duráveis para refletir, agir e se mover de forma pré-determinada, o que então a conduz em suas “respostas criativas aos constrangimentos e solicitações de seu meio social existente.” (WACQUANT, 2007, p. 66).

Para Bourdieu (1990):

O habitus é aquilo que confere às práticas sua relativa autonomia no que diz respeito às determinações externas do presente imediato. Esta autonomia é a do passado, ordenado e atuante que, funcionando como capital acumulado, produz história na base da história e, assim, assegura que a permanência no interior da mudança faça do agente individual um mundo no interior do mundo (BOURDIEU, 1988, p. 56).

Durante a atualização do conceito de *habitus* por Bourdieu (1990; 2000; 2002; 2004), o autor esteve frente à ideia de que o sujeito, seus entendimentos, a sua consciência e as representações que realiza do mundo social são simples respostas desse sujeito aos *inputs* oferecidos pela estrutura social sob a qual esse indivíduo é exposto. Para Araújo, Alves e Cruz (2009), os teóricos estruturalistas tendiam a eliminar os agentes da cena social e os transformar em meros produtos acidentais, algo que se assemelha a acessório de um processo da estrutura.

Ao interpretar as ideias de Bourdieu, e em especial o conceito de *habitus*, Araújo; Alves e Cruz (2009) concluem:

Em oposição a esta visão da realidade centrada no papel das estruturas sociais, temos, por exemplo, os fenomenologistas, que deslocam o centro da questão para o sujeito. Em sua perspectiva, o sujeito e suas interações desempenham importante papel na construção das estruturas mentais e na construção do mundo social.

Bourdieu sentia-se incomodado com o peso e a importância atribuída às estruturas sociais e com a pequena importância conferida às estruturas simbólicas. Para esse sociólogo francês, as estruturas mentais não seriam apenas consequência das estruturas sociais. Debatendo com os estruturalistas e procurando resgatar, por outro lado, as contribuições mais relevantes dessa corrente, ele destaca o poder e a influência da esfera simbólica na constituição das estruturas sociais (ARAÚJO; ALVES; CRUZ, 2009, p.38).

Recuperar a dimensão individual e simbólica dos fenômenos sociais, a dimensão do agente que interage com a realidade social – não sendo apenas o resultado de suas determinações, nem, por outro lado, determinando-a – é uma das virtudes da ideia de *habitus*. O posicionamento epistemológico assumido por Bourdieu (1990; 2000; 2002; 2004), que é o de se manter firme entre polos opostos como o objetivismo e a fenomenologia (ORTIZ, 1983), permite que a ideia das práticas e dos pensamentos seja atualizada, ou seja, o *habitus* pode sim ser atualizável. Peters (2013) reitera este pensamento ao publicar que:

(...) ao enfatizar esse aspecto dinâmico da vida social que ele concebe, como foi visto, sua perspectiva teórica como um estruturalismo genético ou construtivista, centrado na relação entre as estruturas sociais objetivas distribuídas no espaço social (campos) e as estruturas subjetivas de orientação prática (*habitus*) que as atualizam ou as transformam no fluxo das contínuas lutas históricas entre os diversos agentes do mundo societário (PETERS, 2013, p.52).

Tendo a perspectiva de que o cotidiano de uma sociedade, é naturalmente constituído por práticas, Bourdieu consolida o modelo teórico-sociológico e avança na direção da existência humana social onde está relacionada uma série de etapas fenomenológicas marcadas pela dialética entre teoria social e filosofia, como: “indivíduo/sociedade, ação/estrutura, material/ideal, mente/corpo, sujeito/objeto, entre outras” (PARKER, 2000, p. 42).

2.2.3.4. Os capitais como ferramentas de dominação

De acordo com as ideias de Bourdieu (1989), os capitais são as alavancas mais eficientes de distinção econômica. É a posse dos capitais econômico, cultural e social que define as posições desses agentes nos campos de poder. Estes capitais vêm de uma teoria que ele construiu para explicar os modelos de reprodução social na França. Dessa forma, para o autor, a soma e o acúmulo dos capitais vai definir a posição que o sujeito ocupará no espaço social. São muitos os tipos de capital e os principais são: o econômico, o social, o cultural e o simbólico.

Para explicar a importância dos capitais no mundo social, Bourdieu (1986) insiste que não é possível pensar esse mundo de modo estático, pois se trata de um espaço dinâmico. Os

capitais são instrumentos de acumulação num campo cujas regras são legítimas e definidas pelos agentes que possuem o privilégio de entrar neste jogo e assim se tornarem os agentes jogadores (BOURDIEU, 1986; 1996; 1999). A noção de capital de Bourdieu (1986) se parece com uma estratégia de manualização do seu conceito de campo, já que explica de modo claro que as posições no campo são definidas pelo acúmulo dos capitais. Um mérito da noção de capital de Bourdieu (1989) reside no fato de o autor superar a noção marxiana de capital, noção que limita o capital apenas aos aspectos econômicos. Bourdieu (1989) definiu a sua noção de capital como:

Capital is accumulated labor (in its materialized form or its “incorporated,” embodied form) which when appropriated on a private, i.e., exclusive, basis by agents or groups of agents, enables them to the appropriate social energy in the form of reified or living labor. It is a visinsita, a force inscribed ub objective or structures, but it is also a lexinsita, the principle underlying the immanent regularities of the social world. It is what makes the games of society – not least, the economic game – something other than simple games of chance offering at every moment the possibility of a miracle (BOURDIEU, 1986, p. 242).

Bourdieu (1986) pensou o capital em três formas, além do econômico que diz respeito à acumulação financeira. A primeira forma de capital que ele propõe é o capital cultural. Este possui alguns modos de ser institucionalizado como, por exemplo, uma formação acadêmica que resulta na obtenção de um diploma. A segunda é o capital social, composto por obrigações sociais, como a constituição de uma rede de relacionamentos e pode ser institucionalizada sob a forma de um título de nobreza. O capital simbólico é a terceira forma de se pensar o capital e significa a integralização dos três capitais: econômico, cultural e social.

Para o tratamento destes capitais, o autor retorna ao conceito de campo como um microcosmo social dentro do espaço ou um dos inúmeros universos possíveis no mundo social. Os agentes de cada campo elaboram e obedecem as suas próprias leis e a igualdade – valor estimulado na maioria das nações que obedece ao regime de governo democrático e que é uma ideia localizada no ordenamento liberal – contradiz a desigualdade de acesso real ao campo. Há uma minoria que participa politicamente do campo e esses são os agentes que compõem a classe dominante. Existem todos os outros agentes que compõem a classe dominada e que não encontram “legitimidade social para a ação política e tende a interiorizar e naturalizar sua própria impotência” (BOURDIEU, 1999, p.216).

2.2.3.4.1 Capital econômico

Conceito com origem no marxismo, mais precisamente na obra *O capital* (MARX, 1987), o capital econômico diz respeito ao excedente financeiro que possibilita ao agente praticar as suas atividades produtivas à proporção que considere necessário, o que lhe permite colocar-se na posição de porta-voz. Um dos primeiros indícios da acumulação do capital econômico é a quantidade de tempo livre que um agente possui. Quanto mais tempo livre gozando de boas condições econômicas, maior seu capital (BOURDIEU, 1986).

O autor considera o capital econômico diretamente conversível em dinheiro e pode ser institucionalizado sob a forma de direitos de propriedade, por exemplo. É a forma de capital mais conhecida em função da teoria econômica que há tanto tempo se dedica a explorá-la, mas apenas como ferramenta de troca e de acumulação. Esse capital possui em si grande relevância, assim como enorme importância para a estruturação de uma sociedade, já que os agentes detentores de vasto excedente de capital econômico têm maior capacidade de troca relacional, o que permite ao agente social assumir um poder simbólico e, assim, adquirir a capacidade de se apropriar de outros capitais.

Não é o capital econômico ou os integrantes das classes dominantes que definem as posições no campo, pois, em determinado campo, outro capital pode ter maior importância que o econômico e os possuidores desse outro capital são os que formam a classe dominante.

Dentro de um campo, pode haver os deslocamentos de agentes para outras posições, estes que são capazes de realocar recursos em se tratando de troca e de distribuição. O poder simbólico pode ser temporal, mas é um poder que, enquanto está em sua vigência, é capaz de cristalizar ou transformar as distribuições de determinados tipos de capital. O capital econômico pode ser compreendido como uma extensão das ideias atuais de patrimônio e, em síntese, pode ser identificado em unidades monetárias ou em unidades físicas como:

(...) terras, bens imobiliários, automóvel, equipamentos (domésticos ou industriais), posses diversas e etc. O capital financeiro (a poupança) é apenas um componente particular do capital econômico em sua acepção mais ampla. O capital econômico produz igualmente rendimentos (em particular os rendimentos do patrimônio, como aluguéis ou dividendos) e pode estar associado, sobretudo, às diversas formas de “conforto”: tamanho das moradias, número e qualidade dos meios de locomoção, etc. (CATANI et al, 2017, p.101).

Para que se compreendam as consequências do capital econômico de modo claro, as estruturas simbólicas precisam ser levadas em consideração. Elas são constituídas após as lutas em diferentes níveis dos agentes do campo e uma das razões dessas lutas é o desejo de

aquisição das propriedades que compõem o capital econômico, caso seja o capital econômico o responsável pela mudança de posições no campo.

2.2.3.4.2 Capital social

O capital social é a capacidade de os agentes estabelecerem redes duradouras de relacionamentos que agreguem valores e recursos reais aos agentes detentores desse capital. Segundo Bourdieu (1989), o capital social significa:

(...) aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition—or in other words, to membership in a group — which provides each of its members with the backing of the collectively owned capital, a “credential” which entitles them to credit, in the various senses of the word. These relationships may exist only in the practical state, in material and/or symbolic exchanges which help to maintain them. They may also be socially instituted and guaranteed by the application of a common name (the name of a family, a class, or a tribe or of a school, a party, etc.) and by a whole set of instituting acts designed simultaneously to form and inform those who undergo them; in this case, they are more or less really enacted and so maintained and reinforced, in exchanges. Being based on indissolubly material and symbolic exchanges, the establishment and maintenance of which presuppose reacknowledgment of proximity, they are also partially irreducible to objective relations of proximity in physical (geographical) space or even in economic and social space (BOURDIEU, 1986, p.21).

Trata-se de lucros bilaterais por associação entre pessoas, o que pode depender do tamanho da rede de relações dos agentes, da quantidade do capital social que possui e que o agente pode de fato mobilizar, além do volume de capital (econômico, cultural ou simbólico) possuído em seu próprio direito por cada um daqueles a quem ele está conectado (BOURDIEU, 1989).

O capital social é, de um modo geral, dependente do capital econômico e cultural possuído por um determinado agente ou por um coletivo de agentes. Este capital social nunca é totalmente independente, pois as trocas que compõem a aceitação e o reconhecimento precedem o encontro de um mínimo de homogeneidade, já que ele exerce um efeito multiplicador sobre o capital possuído (BOURDIEU, 1989).

A capacidade que o agente tem de estabelecer laços com outros agentes pode lhe garantir, por exemplo, maior facilidade em uma negociação ou até mesmo ampliar o seu capital econômico via seu capital social, já que dessas relações podem frutificar empresas lucrativas, uma agência ou qualquer outro modelo de negócio lucrativo (BOURDIEU, 1989).

Todo o esforço do autor ao tratar desse assunto é o de mostrar que as desigualdades que acompanham os agentes desde a sua mais tenra infância são também decisórias na conquista desse capital. Coleman (1988) indica dois ângulos para se pensar a importância da família na formação do capital social. O primeiro indica as funções das famílias na edificação de capital social extrafamiliar, ou seja, em redes sociais fora do lar.

O segundo ângulo focaliza a construção do capital social na intimidade das redes familiares, o que é importante para o desenvolvimento individual, especialmente para o bom desempenho acadêmico das crianças. Outra abordagem de Coleman (1988) realça a importância da exposição intensiva dos agentes aos conteúdos próprios das relações com seus familiares, estas que ocorrem mediante o contato cotidiano. Para o autor, dar atenção aos aspectos íntimos da vida familiar é decisivo para ampliação do capital social. Ele insiste que a presença do capital social é fundamental para a transmissão do capital humano dos pais para os filhos: “se o capital humano possuído pelos pais não é complementado pelo capital social enraizado nas relações familiares, o capital humano dos pais torna-se irrelevante para o crescimento educacional dos filhos.” (COLEMAN, 1988, p. 16).

Em síntese, as ideias de Coleman (1988) sobre o capital social se alinham com as de Bourdieu (1986; 2007) uma vez que ele destaca que a conquista por capital social depende menos dos dons individuais e mais da origem social dos agentes. Bourdieu (1986) arremata a sua noção de capital social indicando quando este capital é incluído em uma lógica que pode contribuir para a construção do capital simbólico. Ele indica isso ao expressar que:

Everything combines to cause the signifier to take the place of the signified, the spokesmen that of the group he is supposed to express, not least because his distinction, his “outstandingness,” his visibility constitute the essential part, if not the essence, of this power, which, being entirely set within the logic of knowledge and acknowledgment, is fundamentally a symbolic power; but also because the representative, the sign, the emblem, may be, and create, the whole reality of groups which receive effective social existence only in and through representation. (BOURDIEU, 1986, p.25).

Ao refletir acerca do conceito de capital social de Bourdieu (1986), tornam-se inevitáveis a aproximação das ideias *durkheimianas* acerca da integração social. Observa-se o capital social sendo praticado numa escala mais particular, como nos próprios bairros dos agentes sociais ou numa escala maior, como numa entidade político - administrativa.

Embora seja uma ideia controversa na sociedade ocidental, onde essas relações podem ser consideradas relações estabelecidas por mero interesse particular, que, quando atendido, pode provocar o afastamento entre os agentes, determinadas relações sociais constituem um

traço importante para a convivência coletiva e que é valorizado na obra do autor. Diante disso, é possível concluir que valores como a confiança são um trato distintivo de um agente social.

2.2.3.4.3 Capital cultural

O capital cultural pode ser considerado como um conjunto de informações que um agente é capaz de acumular. Esses insumos podem ser gerados tanto pelos sistemas formais de educação quanto podem ser herdados, que é quando esse capital é transmitido aos agentes no seu seio familiar. Bourdieu (1986) indicou que o capital cultural pode ser identificado de 3 formas:

Cultural capital can exist in three forms: in the embodied state, i.e., in the form of long-lasting dispositions of the mind and body; in the objectified state, in the form of cultural goods (pictures, books, dictionaries, instruments, machines, etc.), which are the trace or realization of theories or critiques of these theories, problematics, etc.; and in the institutionalized state, a form of objectification which must be set apart because, as will be seen in the case of educational qualifications, it confers entirely original properties on the cultural capital which it is presumed to guarantee (BOURDIEU, 1986, p.17).

A aquisição de capital cultural ocorre por meio da exposição dos agentes a conteúdos escolares de qualidade. Essa aquisição aumenta quanto mais intensiva for a prática de esportes especiais, como o hipismo; além de outras possibilidades de manifestações de cultura, como a literatura e a música, o que pode se traduzir em leitura de textos clássicos, por vezes em outro idioma. Inclui ainda o acesso a galerias de artes, a museus, teatros, cinemas e antiquários.

Os elaboradores da teoria econômica estimam uma relação direta entre bons lucros no investimento em educação formal por meio do investimento econômico, contudo, ainda que pareça paradoxal, os economistas não adicionam a esse cálculo a forma de educação mais determinante pelo seu investimento, que é a transmissão doméstica de capital cultural (BOURDIEU, 1986).

Ideias verdadeiras e a capacidade de inovação dos agentes fazem parte do capital cultural de cada um. Os pressupostos teóricos que contribuíram com a construção da ideia de capital cultural indicam que os desníveis econômicos entre as pessoas são fatores expressivos no sucesso ou no fracasso delas. Sobre esses pressupostos, o autor declara:

The specific profits which children from the different classes and class fractions can obtain in the academic market, to the distribution of cultural capital between the classes and class fractions. This starting point implies a break with the presuppositions inherent both in the commonsense view, which sees academic

success or failure as an effect of natural aptitudes, and in human capital theories.
(BOURDIEU, 1986 p. 17).

Essa é a crítica de Bourdieu (1986) aos economistas que se esforçam para modificar o simples acesso à educação formal de qualidade em uma “equação de resultado positivo, ou seja, agentes formados com capital cultural formal e de boa qualidade possuem bom potencial de alcançar as outras formas de capital e serem pessoas bem-sucedidas.” (BOURDIEU, 1986, p.20). Para ele, não se trata apenas do acesso à educação formal de qualidade; mais que isso, para o autor, o mais importante, o que conta mesmo nesses casos é o acesso à transmissão de capital cultural de pais para filhos, transmissão de capital hereditário. O universo que deu origem a esses agentes é decisivo para que ele acumule capital cultural de boa qualidade e aperfeiçoe o seu desempenho na escola ou na faculdade, por exemplo. A sensação de familiaridade e pertencimento do agente ao mundo cultural apresentado a ele desde o seu nascimento, de acordo com Bourdieu (1989; 2007), é, de fato, algo importante. Acerca do tema o sociólogo francês declara:

A possibilidade de ler, no estilo de mobiliário e de vestuário, o verdadeiro estilo de vida de um grupo deve-se ao fato de que não só tais propriedades são a objetivação das necessidades econômicas e culturais que determinaram tal escolha, mas também as relações sociais objetivadas nos objetos familiares, em seu luxo ou pobreza, em sua “distinção” ou “vulgaridade”, em sua “beleza” ou sua “feiura”, impõem-se por intermédio de experiências corporais tão profundamente inconscientes quanto um toque inspirador de confiança e discreto dos tapetes de cor bege ou o contato gélido e desconfortável com os linóleos rasgados e berrantes, o odor áspero, insuportável e forte da água sanitária ou o perfume imperceptível como um odor negativo. (BOURDIEU, 2007 p.75).

Os reflexos das formas de apropriação em nenhum instante são tão marcantes como no momento das escolhas mais simples do cotidiano. Trata-se de um capital intimamente ligado à pessoa e a suas origens. Aqueles que não possuem uma herança cultural e, ainda assim conseguiram galgar um patamar econômico considerado confortável, Bourdieu (2007) chamou de milagrosos ou de iluminados, pois não é comum que esse tipo de capital seja conquistado por uma decisão individual.

O capital cultural é uma das principais ferramentas analíticas da ideia de capitais de Bourdieu (1986; 2007), pois este é um capital muito evidenciado nos desníveis sociais, nega com veemência a ideologia do dom e questiona o mérito nativo e a origem dos talentos, e assim reivindica a influência das externalidades na formação desses agentes sociais.

2.2.3.4.4 Capital simbólico

Representa a acumulação e uso potencial por parte dos agentes dos outros capitais: econômico, cultural e social. A ideia do capital simbólico nasce a partir da integralização desses capitais, por isso ele se traduz em prestígio social e distinção (BOURDIEU, 2010) e pode funcionar como um forte sistema de dominação. As palavras de Bourdieu (2010) que definiram o capital simbólico foram:

O capital simbólico – outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição, quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo de óbvio (BOURDIEU, 2010, p. 145).

O capital simbólico inclui todas as características particulares que são aceitas como legítimas e “funciona por isso mesmo como um capital simbólico que obtém um lucro de distinção.” BOURDIEU (2007, p. 146). Os modos como se garantem o lucro e o poder só acontecem quando se observam propriedades distintivas, tais como a coerência entre o “corpo correto, língua, roupa, mobília ou grupos dotados de esquemas de percepção e de apreciação que os predispõem a reconhecer (no duplo sentido do termo) essas propriedades” (BOURDIEU, 2007, p.8).

Para além disso, se dispõem a instituí-los como estilos expressivos, formas transformadas e irreconhecíveis das posições nas relações de força, sendo que cada uma delas obtém seu valor a partir de sua posição no sistema das propriedades correspondentes, ele mesmo objetivamente referido ao sistema das posições nas distribuições.

O capital simbólico tem a função de designar determinadas diferenças de poder presentes no mundo social, com as quais algumas pessoas ou instituições podem persuadir outras pessoas de suas ideias. Essa capacidade diz respeito ao conhecimento, reconhecimento, boa reputação de que gozam pessoas e instituições que tornam suas mensagens e discursos mais eficazes e convincentes. O capital simbólico começa a ser acumulado pelo agente no momento do seu nascimento, é o capital que atribui autoridades a quem o possui.

Para Bourdieu, de um modo geral, o capital simbólico está nas mãos da classe dominante e sobre este tema, o autor escreveu o seguinte:

O capital simbólico dos que dominam a “alta sociedade”, Charlus, Bergotte ou a duquesa de Guermantes, não depende apenas dos desprezos ou das recusas, das indiferenças ou dos ardores, dos signos de reconhecimento e dos testemunhos de

descrédito, das marcas de respeito ou de desprezo, de todo o jogo, enfim, dos julgamentos recíprocos. Ele é a forma sublimada de que se revestem realidades tão claramente objetivas como aquelas registradas pela física social, castelos ou terras, títulos de propriedade, de nobreza ou de ensino superior, assim que são transfigurados pela percepção encantada, mistificada e cúmplice (BOURDIEU, 2007, p.190).

Para encerrar a discussão sobre capitais, é preciso que se esclareça que não são os tipos de capitais que proporcionam identidade para um campo, mas sim a sua lógica particular de disputa e dominação que, “eventualmente, pode levar ao recurso de capitais específicos.” (BRULON, 2014, p. 71).

Um campo é um universo no qual operam critérios de avaliação que lhes são próprios e que não teriam validade no microcosmo vizinho (BOURDIEU, 1999). Sendo assim, os tipos de capitais que determinam as posições no campo não são decisivos para caracterização de um campo, pois um campo não é igual ao outro e cada um possui os seus capitais.

Os autores Silva et al (2013) sintetizaram a ideia dos capitais de modo bastante didático:

(...) diversos tipos de capital podem assim ser definidos: o capital econômico refere-se aos fatores de produção (terra, fábrica, trabalho) e de recursos econômicos (renda, patrimônio e bens materiais). Por sua vez, capital cultural é formado pelo conjunto de qualificações intelectuais, como títulos e talentos. O capital social é formado pela rede de relações de interconhecimento e conhecimento mútuo, como círculo de amigos, colegas de faculdade. Por fim, o capital simbólico que representa o conjunto de rituais, honra e reconhecimento, ou seja, representa o reconhecimento dos capitais econômico, social e cultural, segundo sua importância em cada campo. (SILVA et al, 2013, p. 3).

A estrutura do campo, ou seja, a distribuição desigual do capital é a fonte de seus efeitos específicos, ou seja, a apropriação de lucros e o poder de impor as leis de funcionamento do campo mais favorável ao capital e sua reprodução. As ideias de Bourdieu (1966; 1986; 1989; 2007) e dos autores que seguem a epistemologia *Bourdieuiana* sintetizam que a noção de que o espaço social é produzido à medida que são distribuídos os capitais e, assim, os agentes assumem suas posições no campo.

Os capitais sejam em qual forma que eles se apresentem em uma sociedade, de alguma maneira, exercem uma espécie de violência simbólica, logo que reconhecidos pelos outros agentes do campo que não possuem ou possuem menos esse tipo de capital, ou seja, é desconhecido em sua verdade de capital e impõe-se como autoridade, exigindo reconhecimento. Segundo Bourdieu (2013),

O capital simbólico seria outro modo de designar o que Max Weber chama de carisma se, prisioneiro da lógica das tipologias realistas, aquele que sem dúvida melhor compreendeu que a sociologia da religião era um capítulo, e não o menor, da

sociologia do poder, não tivesse feito do carisma uma forma particular do poder em vez de ver nele uma dimensão de todo poder, ou seja, outro nome da legitimidade, produto do reconhecimento ou do desconhecimento, ou da crença (esses quase sinônimos) "em virtude da qual as pessoas que exercem autoridade são dotadas de prestígio" (BOURDIEU, 2013, p.113).

Entre as perspectivas de capital propostas por Bourdieu (1986) o simbólico é o que apresenta à sociedade o acúmulo dos outros capitais. A posse desse capital significa não apenas ser detentor de capitais, pois esse capital existe quando ele é reconhecido e acreditado socialmente. A distinção quando acreditada e reconhecida garante privilégios e encerra sua própria justificação. Para Wacquant (2010):

A teatralização legitimadora de que se acompanha sempre o exercício do poder estende-se a todas as práticas e em particular ao consumo que não tem necessidade de ser inspirado pela busca de distinção para ser distintivo, como a apropriação material e simbólica de obras de arte, que parece ter por único princípio as disposições da pessoa em sua singularidade insubstituível (WACQUANT, 2010, p.115).

Todo o capital acumulado precisa de uma significação que o simbolize quanto ao seu valor e assim posicione adequadamente o agente possuidor desse capital na sua posição adequada em seu campo. É preciso reconhecimento por parte dos demais agentes sociais acerca da posse dos capitais acumulados e é isso que vai legitimar a posição do agente no campo.

2.2.4 Escolhas metodológicas

O estudo empírico que resultou nesta tese possui natureza qualitativa e foi um estudo indutivo. Um pressuposto que norteou toda a realização da pesquisa é o de que, para que se compreenda a realidade de uma organização e de uma sociedade, é fundamental que se vivencie essa realidade, a realidade da organização ou da sociedade pesquisada para a compreensão integral de ambas. Partindo dessa perspectiva, entendo que o método que permite essa aproximação, e futuro aprofundamento, é o método etnográfico. Comprometida principalmente com um dos preceitos do método que apregoa que uma etnografia deve ser dialógica é polifônica, esta pesquisa dá voz aos agentes do campo, entretanto sem renunciar à responsabilidade da escrita que me credenciou autoria a esta tese. Função de autora, indelegável. Nesta escrita me ocupei em conciliar dialogicamente as polifonias com meu sentimento mais subjetivo para alcançar uma narrativa ética e justa (MALIGHETTI, 2004).

2.2.4.1 O método

Assumido o método que se impôs como único (WACQUANT, 2008), parti para a pesquisa de campo seguindo os preceitos do método etnográfico, o qual permitiu a coleta de grande parte dos dados que subsidiaram a escrita deste texto.

Bronislaw Malinowski, o pioneiro em sistematizar o método em seu clássico: *Argonautas do Pacífico Ocidental* (1976) faz o seguinte esclarecimento sobre o método:

Um trabalho etnográfico só terá valor científico se nos permitir distinguir claramente, de um lado, os resultados da observação direta e das declarações e interpretações nativas e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu próprio bom-senso e intuição psicológica (...) é imensa a distância entre a apresentação final dos resultados da pesquisa e o material bruto das informações coletadas pelo pesquisador através de suas próprias observações, das asserções dos nativos, do caleidoscópio da vida tribal (MALINOWSKI, 1976, p.161).

Um segundo etnólogo que figura entre os clássicos e que compõe a tríade de etnólogos paradigmática é Levi-Strauss, que em sua obra *Tristes trópicos* demonstrou preocupação com a contaminação do olhar do etnógrafo sobre a sociedade pesquisada:

(...) sempre se considerando humano, o etnógrafo procura conhecer e julgar o homem de um ponto de vista elevado e distante o suficiente para abstraí-lo das contingências próprias a esta sociedade ou àquela civilização (LEVI-STRAUSS, 1955, p. 51).

O terceiro teórico a que me refiro é Tim Ingold, que é um antropólogo mais moderno, mas se destaca pela sua tese central que diz que a antropologia e a etnografia são atividades associadas, porém distintas. Segundo o autor, o que é interessante, pois, é que o objetivo da Antropologia é perseguir uma compreensão ampla e comparativa do ser social e do entendimento desse ser no mesmo universo de todos nós. O objetivo da etnografia é o de descrever as vidas das pessoas que não nós mesmos (INGOLD, 2011). Sendo cauteloso ao demonstrar as nuances da etnografia e da antropologia, o autor afirma:

(...) a antropologia e a etnografia são empreitadas de ordens bem diferentes. Isso não é reivindicar que uma é mais importante que a outra, ou mais honrosa. Nem é negar que elas dependem uma da outra de maneiras significativas. É simplesmente afirmar que elas não são a mesma coisa. De fato, isso pode parecer uma afirmação óbvia e, assim sendo, não está longe o fato de se tornar lugar comum - ao menos no último quarto de século - para escritores de nossa área tratar as duas como virtualmente equivalentes, trocar antropologia por etnografia mais ou menos como um capricho conforme o humor os leva ou mesmo explorar o suposto sinônimo como um dispositivo estilístico para evitar a repetição verbal. Muitos colegas, a quem eu tenho informalmente colocado a questão, têm me falado que nos seus pontos de vista há uma pequena, se há distinção entre o trabalho antropológico e o etnográfico. Muitos estão convencidos que a etnografia reside no núcleo do que é a antropologia. Para eles, sugerir o contrário parece quase anacrônico (INGOLD, 2011, p.229).

A compreensão de um campo como o Feiraguay, aqui concebido como um objeto temporal, que absorve as várias histórias dos agentes do seu campo, sejam eles comerciantes ou clientes, que por lá tanto transitam e deixam os seus signos culturais, os quais se tornam, aqui, “objetos etnográficos, ou seja, pré-textos para a geração de novas histórias a serem narradas” (ECKERT; ROCHA, 2005, p. 61).

As narrativas que acompanham o texto desta tese surgiram da busca por revelar as diversidades que a experiência em campo pode propiciar e as polifonias que as classes que compõem o Feiraguay manifestam. Portanto, o registro e uso das vozes dos agentes do campo recebeu destaque no momento da escrita final desta pesquisa.

Essas vozes foram interpretadas a partir do constructo teórico de Bourdieu (1966, 1986;1989; 1999; 1996; 2007; 2013), o que contribuiu para a elaboração das conclusões a que cheguei após o estudo de campo empreendido.

De acordo com Cavedon (1999, p.4) “o método etnográfico consiste no levantamento de todos os dados possíveis sobre uma determinada comunidade com a finalidade de melhor conhecer o estilo de vida ou a cultura específica da mesma”. Nesta pesquisa, a escolha por um estudo etnográfico se deu em função da natureza do objeto de estudo que é a inserção de comerciantes chineses no Feiraguay e o campo que é o próprio Feiraguay.

Para a aproximação e compreensão da cultura desse grupo, a etnografia foi o método mais adequado, já que a imersão na realidade desse centro comercial pôde revelar aspectos íntimos do cotidiano da organização, aspectos que nenhuma entrevista é capaz de indicar (MALINOVSKI, 1976).

Outro motivo importante e que sustentou a escolha do método, é o de que, para Ferreira e Lima (2014), trata-se de uma particularidade da Antropologia por meio do método etnográfico desvelar, e assim fazer conhecer as sociedades não industriais, o que nos permitiu descobrir que a lógica civilizatória encontrada nas sociedades ocidentais não é a única possível e tampouco pode ser anunciada como superior. Por outro lado, são os métodos e explicações criados pela Antropologia nesse processo de análise do “outro” que permite às sociedades complexas (FERREIRA; LIMA, 2014) descobrirem a sua própria diversidade.

Para Geertz (1989), o método etnográfico seria uma descrição densa em que um pesquisador descreve da forma mais profunda que ele puder uma cultura, se esforçando para revelar as singularidades daquele grupo. A etnografia “significa literalmente a descrição de um povo” (ANGROSSINO, 2009, p.16). Existe, sem dúvida, a compreensão de que se trata de um método que lida com pessoas em uma perspectiva coletiva, a análise feita é a do

indivíduo social. Ou seja, é um método para estudar e compreender pessoas em comunidades ou sociedades com características especiais (ANGROSSINO, 2009).

Há um sem número de fenômenos que não podem ser esquecidos durante a pesquisa etnográfica e que podem ser registrados apenas com o auxílio de questionários ou documentos estatísticos, mas devem ser observados em sua plena realidade. A esses fenômenos Malinowski (1979) chama de os imponderáveis da vida real e desses não se pode abrir mão no uso dessa estratégia.

Pertencem a essas classes de fenômenos, como a rotina do trabalho diário do nativo, os detalhes de seus cuidados corporais, o modo como preparam seus alimentos e os comem, as simpatias ou aversões etc (MALINOWSKI, 1979).

A descrição densa em diários de campo diz respeito ao registro dos aspectos mais elementares do campo pesquisado e que a priori podem parecer inúteis como, por exemplo: a ferrugem de uma escada de ferro em caracol que parecia insegura, mas era necessário enfrentar a sua subida para alcançar algum objetivo da agenda do dia, mesmo que essa subida provocasse medo.

Os tons de voz dos agentes do campo, a forma como eles olham para o pesquisador, como estava a temperatura naquele dia de pesquisas, quais roupas usar para ser mais bem aceito, o que comer, quais as cores das paredes e se elas estão manchadas, como está o estado de conservação do piso, quais os aromas predominantes no campo e qual a sensação que aqueles agentes inseridos naquele campo provocam no pesquisador.

Estas informações podem parecer desnecessárias, mas, quando transcritas e relidas, podem contribuir muito para o entendimento do contexto integral da dinâmica de funcionamento do campo, o que facilita o processo de escrita e de compreensão das lógicas daquele lugar. Essa foi uma experiência que vivi e foi assim que escrevi os meus diários de campo.

A pesquisa etnográfica é um método que, embora inaugurado pela Antropologia, não ficou restrito à sua área de origem e foi apropriado por outros domínios disciplinares, como a Psicologia, o Serviço Social e demais campos de formação da área de saúde (TRAD, 2017). Além disso, Administração e outras áreas correlatas têm se apropriado da etnografia.

Autores do campo de Administração, como: Cavedon e Fachin (2002); Cavedon (2004); Carrieri e Saraiva (2007); Lengler e Cavedon (2002); Flores-Pereira, Davel e Cavedon (2007); Pereira (2009); Ipiranga (2010); Tureta e Alcadipani (2011); Jaime Júnior (2016); Figueiredo e Cavedon (2012); Fantinel (2012); Figueiredo, Cavedon e Silva (2013); Cavedon

e Soilo(2013); Mendes e Cavedon (2012); Oliveira (2014); possuem interesse e estudos publicados com o uso da etnografia para a compreensão das minúcias e particularidades de uma organização. Para Alcadipani (2017, p 1):

O método etnográfico tem sido empregado para se compreenderem as organizações há bastante tempo. Tal método tem a vantagem de revelar as minúcias do cotidiano organizacional e como lógicas sociais são criadas e recriadas no mundo das organizações.

Assumir o método etnográfico significa, além de muita disposição, um compromisso com o conjunto de técnicas que compõem o método. O percurso da etnografia empreendida e as técnicas que foram utilizadas são descritas na próxima subseção.

2.2.4.2 Procedimentos metodológicos

Durante o período de coleta de dados com o intuito de cumprir os objetivos específicos adotei as técnicas de pesquisa preceituadas pelo método etnográfico: (a) pesquisa exploratória (b) pesquisa documental (c) entrevistas abertas (d) entrevistas com roteiro semiestruturado (e) observação direta (f) observação sistemática e participante (g) descrição densa (h) elaboração de diários de campo (GEERTZ, 1989).

A aplicação desse conjunto de técnicas viabilizou de modo substantivo o cumprimento dos objetivos específicos desta tese, que são:

- a) Descrever o Feiraguay;
- b) Descrever as práticas dos chineses no Feiraguay;
- c) Analisar as interpretações dos agentes do campo sobre as práticas dos chineses no Feiraguay;
- d) Interpretar os capitais dos agentes do campo na relação com os chineses no Feiraguay.

Uma vez definido o objeto, embora ele ainda parecesse nebuloso, o primeiro passo para me apropriar das informações acerca do campo e assim pudesse delimitá-lo, foi iniciar um estudo exploratório da realidade em portais de notícias, com o objetivo de “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (GIL, 2008, p.41). A combinação de técnicas empregadas neste estudo aconteceu diante da demanda por tais técnicas.

A pesquisa, de fato, se iniciou quando o objeto estava bem delineado, e nesse momento continuei a pesquisa exploratória em busca de dados e utilizando a técnica da pesquisa documental. Período em que consultei fontes de documentos em arquivos públicos, fontes estatísticas (IBGE), (CDL) e matérias de jornais. De acordo com Gil (2008), a pesquisa documental pode ser conceituada da seguinte forma:

A Pesquisa Documental é muito parecida com a bibliográfica. A diferença está na natureza das fontes, pois esta forma vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Além de analisar os documentos de “primeira mão” (documentos de arquivos, igrejas, sindicatos, instituições etc.), existem também aqueles que já foram processados, mas podem receber outras interpretações, como relatórios de empresas, tabelas etc (GIL, 2008, p.7).

Após esse primeiro passo, iniciei a segunda instância da pesquisa exploratória por meio da consulta em sites de buscas na rede, com o intento de encontrar algum órgão ou entidade associativa que fosse responsável pela gestão do campo Feiraguay. Não encontrei o contato desse órgão, mas localizei o endereço do portal feiraguay.com, visitei o site e encontrei os contatos dos gestores do portal, liguei acreditando que se tratava de um site oficial do centro.

O excerto do diário de campo apresentado descreve de modo minucioso a forma como ocorreu o primeiro contato:

A pessoa que atendeu (um homem) foi tão solícito e educado que fiquei até emocionada e não lembrei de perguntar o seu nome. Tivemos o seguinte diálogo e na transcrição, chamei-o de S1: **Taiz:** Bom dia, sou Taiz e sou pesquisadora do comércio de Feira (falei rapidamente sobre os meus objetivos) e gostaria de ter contato com a AVAMFS, será que você poderia me ajudar? **Gestor:** Eu não tenho o telefone da AVAMFS, mas tenho o celular do Presidente, acho que te ajuda, não é? **Taiz:** Claro, fico muito grata. **Gestor:** Já pode anotar? **Taiz:** Sim, pode falar. **Gestor:** O telefone é (75) 9XXX-XXXX (nome do presidente) ele é o presidente da AVAMFS; **Taiz:** Obrigada, a minha pesquisa tenta compreender a presença chinesa no Feiraguay, acho que você também pode me ajudar, posso voltar a lhe procurar? **Gestor:** Eu acho que temos chineses e coreanos. **Taiz:** Vou lhe procurar, posso? **Gestor:** Pode, claro, será um prazer. Animada com o contato inicial, logo liguei para o Presidente da AVAMFS, que não atendeu, porém retornou logo em seguida, por ser eu interessada, achei de bom tom não atender para que ele não gastasse dinheiro em ligações com a minha pesquisa, imediatamente quando ele desligou, fiz a ligação e ele atendeu de pronto. Quem me atendeu foi um Presidente simpático e falante, eu me apresentei, falei da minha pesquisa, onde ela estava sendo realizada e que eu estudava na UFBA. Ele falou muito e eu me senti triste por não estar gravando o que ele dizia, porque ele realmente pareceu que precisa de interlocutores para relatar a situação atual do Feiraguay (Excerto do diário de campo).

Como pode ser conferido no excerto, fui muito bem atendida pelo gestor do site que explicou que o portal feiraguay.com era um parceiro do Feiraguay. Partindo do pressuposto que a escuta dos agentes poderia oferecer múltiplas oportunidades para o exercício da

observação participante, estava pontualmente presente no dia, hora e local marcados pelo Presidente, estando de posse de um esboço do que queria saber sobre a inserção dos chineses no comércio do Feiraguay. Como as questões de importância ainda não estavam claras me apresentei para a entrevista com poucas perguntas, o que permitia toda a liberdade de respostas ao entrevistado.

Fiz perguntas abertas para que o entrevistado pudesse detalhar ao máximo as suas respostas e em alguns momentos oferecia um tema como: “a presença dos chineses no Feiraguay” e pedia para que o entrevistado falasse livremente sobre o tema. Para Fantinel (2012) o uso de perguntas abertas é de grande valia, por deixar os informantes à vontade na condução das respostas, “encorajando-os a oferecer suas próprias definições de realidade e deixando livre o fluxo do discurso.” (FANTINEL, 2012, p. 61).

A entrevista com o presidente da AVAMFS foi aberta e foi a única aberta realizada durante toda a pesquisa. Segundo Marconi e Lakatos (1999), uma entrevista é o “encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto” (MARCONI; LAKATOS, 1999, p. 94). E, ainda de acordo com os autores, na entrevista aberta o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção. Esse instrumento de pesquisa permite explorar mais amplamente uma questão, dando liberdade e voz ao entrevistado. O compromisso em escrever uma tese polifônica foi um compromisso assumido desde o início do estudo empírico e assim cumprido ao dar voz aos agentes do campo.

A escolha dos entrevistados se deu pela técnica de bola de neve: um indicando o próximo até o desgaste dos dados. Saí da primeira entrevista com o presidente da associação que, depois de consultado por mim, indicou quais deviam ser os próximos entrevistados e me cedeu os contatos telefônicos de cada um deles.

Chama a atenção nessa primeira entrevista o posicionamento do entrevistado sobre o meu desejo de aproximação dos chineses. O entrevistado que, a partir daqui, será tratado como E-1 (2016) declarou já no nosso primeiro contato: “vai ser bem difícil pra você se aproximar, porque, realmente, são pessoas bem difíceis de lidar, desconfiadas” (E1, 2016).

Apesar do desestímulo, não esmoreci, pois a entrevista com o E-1 revelou uma informação de enorme importância para os rumos da tese e que se confirmaria no futuro: o Feiraguay é muito mais que o centro de vendas do varejo; é um grande centro de comércio atacadista. Essa nova informação provocou certo ânimo, pois sempre que eu escutava alguém

falar sobre os chineses no Feiraguay, escutava que eles eram mais fortes no comércio de atacado.

Já na primeira entrevista a ideia de comércio varejista tão recorrente nos estudos preliminares desta tese, vai perdendo força, o que se confirma nas outras entrevistas e no percurso da pesquisa de campo, particularmente durante a observação participante.

As respostas do E-1 subsidiaram a elaboração de perguntas para as próximas 25 entrevistas semiestruturadas¹³, que Marconi e Lakatos (1999) definiram como: entrevista onde o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido e é permitido adaptar as perguntas à determinada situação, inverter a ordem ou elaborar outras perguntas não previstas no roteiro planejado.

Durante o período de realização das entrevistas, procurava reservar no mínimo uma hora antes ou depois para andar de modo livre pelo Feiraguay quando praticava a observação direta, sempre registrando notas em um diário de campo.

Durante esses seis meses de coleta de dados, em todos os momentos que estive no Feiraguay, fosse para qualquer fim, utilizei a técnica de observação sistemática direta da rotina operacional do centro, pelo menos por uma hora a cada dia, sempre com registros em diários de campo.

A decisão por agir como observadora desde o primeiro momento em que pisei em campo foi útil para o cumprimento de parte do primeiro objetivo específico traçado: descrever o Feiraguay. Ter encontrado amparo em Angrossino (2009, p. 56) fortaleceu ainda mais a minha decisão. O autor descreveu o modo ideal de se iniciar uma pesquisa com estas características:

O ideal é que a observação começasse no momento que o pesquisador entra no cenário de campo, onde ele faz o possível para pôr de lado todos os preconceitos, nada considerando como evidente. Às vezes se diz que o etnógrafo se torna uma criancinha, para quem tudo no mundo é novo. Consequentemente, o processo de observação começa pela absorção e registro de tudo com a maior riqueza de detalhes possível e o mínimo de interpretação.

A observação é uma técnica da pesquisa qualitativa das mais antigas e é discutida por inúmeros autores como Minayo (2001) e Triviños (1987) entre tantos. Trata-se de uma forma de captar a realidade empírica tradicional, contudo, para Goode e Hate (1979), trata-se de uma técnica moderna para validar fenômenos. Para o reconhecimento dos significados atribuídos

¹³ Os roteiros de entrevistas semiestruturadas utilizados para as entrevistas estão disponíveis nos apêndices A, B e C desta tese.

pelos sujeitos a determinados objetos, a observação é a técnica de fato eficiente (GOODE; HATE, 1979). Para Minayo (2001) a observação direta diz respeito a se colocar num grau bastante operacional e reparar atentamente a realidade.

A observação direta é útil, sobretudo, para a etapa descritiva de uma investigação. Ela pode ser direta, indireta ou participante. Esta última é considerada como “uma das técnicas legítimas para obtenção de dados” (CAVEDON, 2003, p. 145); além de ser uma técnica fundamental num estudo etnográfico. Segundo May (2001), a observação participante consiste:

No processo no qual um investigador estabelece um relacionamento multilateral e de prazo relativamente longo com uma associação humana na sua situação natural com o propósito de desenvolver um entendimento científico daquele grupo (MAY, 2001, p. 177).

A observação sistemática e participante foi fundamental para o alcance dos resultados que adiante vão ser apresentados nesta tese. Cavedon (1999, p. 7) resumiu a observação participante assim:

(...) resumidamente, pode-se dizer que a observação participante é uma técnica cujo fundamento reside num certo processo de aculturação do pesquisador. Desta forma o observador assimila as categorias inconscientes que ordenam o universo cultural investigado, não eliminando, contudo, o trabalho sistemático da coleta de dados, nem a interpretação e integração da evidência empírica, de modo a recriar a totalidade vivida pelos membros da organização investigada e apreendida pela intuição do pesquisador.

O bloco de notas que carregava comigo serviu para que anotasse as curiosidades e os eventos críticos ocorridos durante o período de permanência como vendedora no Feiraguay. Essas notas subsidiaram a elaboração de 46 diários de campo que redigi utilizando a técnica de descrição densa. Trata-se de uma técnica importante em estudo etnográfico, foi essa a principal estratégia utilizada para cumprir o primeiro objetivo específico, que é descrever o Feiraguay. Trata-se de um campo de pesquisa de natureza diversa, portanto uma descrição densa (GEERTZ, 1989) do Feiraguay se tornou fundamental para a apreensão das informações de que necessitava.

De acordo com Bourdieu (1990), a descrição é a primeira etapa do processo de investigação de um objeto que seja um fato social. Essa técnica foi utilizada com o intuito de apresentar um alto nível de detalhamento das minúcias e da forma como é o *locus* de pesquisa desta tese, de modo que os leitores possam, de alguma forma, se aproximar ou imaginar como é o Feiraguay.

Ryle (1949) utilizou a seguinte alegoria para diferenciar a “descrição superficial” da “descrição densa”:

Vamos considerar dois garotos piscando rapidamente o olho direito. Num deles, esse é um tique involuntário; no outro, é uma piscadela conspiratória a um amigo. Como movimentos, os dois são idênticos; observando os dois sozinhos, como se fosse uma câmara, numa observação "fenomenalista", ninguém poderia dizer qual delas seria um tique nervoso ou uma piscadela ou, na verdade, se ambas eram piscadelas ou tiques nervosos. No entanto, embora não retratável, a diferença entre um tique nervoso e uma piscadela é grande, como bem sabe aquele que teve a infelicidade de ver o primeiro tomado pela segunda. O piscador está se comunicando e, de fato, comunicando de uma forma precisa e especial: (1) deliberadamente, (2) a alguém em particular, (3) transmitindo uma mensagem particular, (4) de acordo com um código socialmente estabelecido e (5) sem o conhecimento dos demais companheiros (RYLE, 1949, p. 302).

De acordo com o exemplo de Ryle, (1949) “o piscador executou duas ações - contrair a pálpebra e piscar - enquanto que quem tem um tique nervoso apenas executou uma – contraiu a pálpebra.” (GEERTZ, 1989, p.13). Ainda de acordo com o autor, o ato de contrair as pálpebras propositalmente “quando existe um código público no qual agir assim significa um sinal conspiratório, é piscar. É tudo que há a respeito: uma partícula de comportamento, um sinal de cultura, um gesto” (GEERTZ, 1989, p.14).

Saber diferenciar um gesto coordenador (piscadela conspiratória) de um tique nervoso requer um dispêndio de energia substantivo no ato de observar, não se trata de um olhar rápido que provoque uma impressão. É necessário que se observe e que seja anotado no diário de campo o máximo de detalhes possíveis, e só assim a análise do pesquisador avançará para além de uma impressão conquistada na descrição superficial à qual Ryle (1949) se refere e poderá descrever o seu objeto ou o seu campo com a precisão necessária.

Para Geertz (1989), a descrição densa tem quatro características fundamentais: é interpretativa, ou seja, interpreta o fluxo do discurso social, apreende-o em suportes pesquisáveis com o objetivo de livrá-lo (o discurso social) da extinção e é microscópica. Ainda segundo o autor, a descrição densa incorre no ato de interpretar uma realidade. Para Geertz (1989):

(...) interpretações, na verdade, de segunda e terceira mão. (Por definição, somente um "nativo" faz a interpretação em primeira mão: é a sua cultura.) Trata-se, portanto, de ficções; ficções no sentido de que são "algo construído" "algo modelado" - o sentido original - não que sejam falsas, não-factuais ou apenas experimentos de pensamento (GEERTZ, 1989. p.17).

Sempre de posse do meu diário de notas, todas as poucas chances que tinha para anotar algo, em especial durante o período de observação, fosse direta, indireta ou

participante, eu usava o caderno e, ao chegar em casa após o dia de trabalho, elaborava os diários de campo.

Ao final da observação sistemática e participante, essas notas reunidas e sistematizadas geraram 46 diários de campo. Neles relatava minhas experiências, medos e o turbilhão de sentimentos que me acompanharam durante todo o período da observação participante. “Por que anotar os sentimentos do pesquisador?” (CAVEDON, 1999, p. 7). A autora que pergunta é a mesma que responde na mesma página o seguinte sobre a intencionalidade e/ou utilidade de anotações dessa natureza:

Ora, o diário de campo servirá de base para a construção do texto etnográfico, de modo que as impressões muito particulares do pesquisador poderão ser melhor compreendidas e eliminadas por ocasião da descrição do êmico, ou seja, das categorias dos pesquisados. Aqui cabe um destaque, embora procure-se eliminar a presença das categorias e dos sentimentos do pesquisador, quando se está descrevendo a visão dos pesquisados, isso não quer dizer que o pesquisador não tenha voz no texto etnográfico, muito pelo contrário, o que se procura é não misturar as duas falas, de modo que o êmico (categorias dos pesquisados) e o ético (categorias do pesquisador) não se confundam (CAVEDON, 1999, p. 7).

Os excertos dos diários que foi elaborado usando a descrição densa serviram especialmente para a escrita de uma seção intitulada: Etnografando o Feiraguay. A realização da coleta de dados foi iniciada dia 21 de novembro de 2016 e concluído em 30 de maio de 2017.

Durante esse período, realizei 26 entrevistas com agentes do campo do Feiraguay, agentes do município e agentes políticos. Todos os entrevistados estão listados no quadro 2.

Quadro 2 Relação de entrevistados

Nome	Função	Tempo no Feiraguay	Entrevista
Entrevistado 1	Presidente da AVAMFS e comerciante do Feiraguay.	Atual – Mais de 15 anos como comerciante.	Presencial; mensagens de voz
Entrevistado 2	Vice-presidente da AVAMFS e comerciante do Feiraguay.	Atual - Mais de 15 anos como comerciante.	Presencial; mensagens de voz
Entrevistado 3	1º secretário da AVAMFS e comerciante do Feiraguay.	Atual - Mais de 15 anos como comerciante.	Presencial
Entrevistado 4	Ex-Presidente da AVAMFS e atual proprietário de boxes no Feiraguay.	2001 a 2015 - Mais de 15 anos como comerciante.	Presencial
Entrevistado 5	Ex 1ª secretária e ex-membro do conselho fiscal e atual proprietária de boxes no Feiraguay.	2001 a 2015 2015 a 2016 Mais de 15 anos como comerciante.	Presencial; mensagens de voz
Entrevistado 6	Gestor do Feiraguay.com	Menos de 15 anos	Presencial; mensagens de voz
Entrevistado 7	Distribuidor atacadista	A partir de 15 anos	Presencial;

			mensagens de voz
Entrevistado 8	Comerciante chinesa	Menos de 15 anos	Presencial
Entrevistado 9	Comerciante chinesa	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 10	Comerciante chinês	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 11	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 12	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 13	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 14	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 15	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 16	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 17	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 18	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 19	Comerciante brasileiro	A partir de 15 anos	Presencial
Entrevistado 20	Comerciante brasileiro	Menos de 15 anos	Presencial; mensagens de voz
Entrevistado 21	Comerciante brasileiro	Menos de 15 anos	Presencial
Entrevistado 22	Comerciante brasileiro	Menos de 15 anos	Presencial
Entrevistado 23	Comerciante brasileiro	Menos de 15 anos	Presencial
Entrevistado 24	Vereador eleito pelo Feiraguay	Atual	Presencial
Entrevistado 25	Deputado Estadual	Atual	Presencial
Entrevistado 26	Secretário de trabalho, turismo e desenvolvimento econômico da cidade de Feira de Santana.	Atual	Presencial

Todas as 26 entrevistas foram gravadas e transcritas totalizando 12 horas e 21 minutos de transcrição. Do total, 25 entrevistas foram realizadas no período que durou de novembro de 2016 até maio de 2017. A última entrevista foi realizada em novembro de 2017, a razão desse hiato foi a acessibilidade.

Só consegui me aproximar do prefeito que aqui será tratado como AP-9 em um evento científico em que ele foi falar sobre as especificidades da gestão da cidade de Feira de Santana, quando pude lhe dirigir duas perguntas. As respostas foram gravadas e, posteriormente, transcritas. Ao final desse evento, o procurei, falei sobre a tese e esclareci que precisava entrevistar algum representante da Prefeitura, o prefeito imediatamente me colocou em contato com o Secretário de trabalho, turismo e desenvolvimento econômico da cidade de Feira de Santana e assim realizei a entrevista.

Além dos agentes entrevistados, outros fizeram parte da pesquisa, especialmente durante o período da observação sistemática e participante. Ao longo do texto, eles serão tratados como agentes participantes da pesquisa e identificados através da sigla AP-1, AP-2 e assim por diante, com exceção de Peng – Maicon e de Li Conh Jan, pois esses estão envolvidos em um evento ilegal, o que tornou as suas identidades públicas. Os agentes participantes da pesquisa foram listados no quadro 3:

Quadro 3 Demais agentes participantes da pesquisa:

Agente participante	DESCRITOR
Agente participante	Proprietária da box de óculos que fica em frente a Box da E-20.
Agente participante	Esposo de Mashira, proprietário da box de óculos que fica em frente ao Box da E-20.
Agente participante	Filha mais nova de Mashira e Wu.
Agente participante	Vendedora e atuava como gerente de um box de confecções no mesmo corredor do Box da E-20.
Agente participante	Vendedora de um box de cd's e dvd's piratas que fica ao lado do box da AP-1 e do AP-2.
Agente participante	Chinês que a AP-4 prometeu me apresentar e que é conhecido em todo o Feiraguay por ser um dos chineses que melhor fala o português.
Agente participante	Vendedora na época da observação participante do box ao lado da Box da E-20 e cunhada de AP-8. Ela apoiava a AP-8 quando esta precisava se ausentar e o movimento contrário também era notado. Ela não trabalha mais no Feiraguay.
Agente participante	Vendedora da Box da E-20 no período que eu realizei a observação participante. Ela não trabalha mais no Feiraguay
Agente participante	Chinês acusado de matar outro chinês (Li Conh Jan) com tiros na arena do Feiraguay.
Agente participante	Chinês assassinado por Maicon dentro da arena do Feiraguay.
Agente participante	Prefeito de Feira de Santana

Fonte: Elaboração própria , 2017

Desde o primeiro momento, quando decidi que meu *locus* de pesquisa seria o Feiraguay e o objeto, a inserção dos chineses no comércio de Feira de Santana-Ba, escutei de todas as pessoas para quem eu falei que a aproximação com esses comerciantes chineses seria difícil, porque eles são, de fato, uma comunidade muito fechada ao diálogo com os próprios comerciantes brasileiros, portanto uma pesquisadora do sexo feminino e que não domina o idioma deles deveria ser repelida. Sendo assim, além dos choques culturais, que já são próprios da relação entre o pesquisador e os pretensos pesquisados, a minha figura era mais uma forte barreira a ser transposta para o diálogo com os chineses.

Antes de minha ida a campo, esses eram pressupostos e opiniões de pessoas das minhas redes de relacionamento, entretanto em uma viagem a São Paulo em novembro de 2016, tive a oportunidade de visitar a Galeria Pajé na Avenida 25 de março, galeria conhecida pela predominância de comerciantes chineses.

Num ímpeto de coragem, me apresentei como pesquisadora a uma vendedora brasileira, descendente de chineses e que trabalhava como funcionária daquele box de eletrônicos. Falei a ela sobre a minha pesquisa, meus objetivos e que eu gostaria de ter algum tipo de diálogo com um dos dois chineses proprietários do box.

Um fato importante e que preciso registrar é o de que logo que entrei no boxe dos chineses, identifiquei facilmente os chineses quem eram os proprietários: um estava atrás do balcão atento às entradas e saídas de caixa e fazia anotações; o segundo estava em pé, fora do balcão e dava ordens com os braços e falava algumas palavras em português que todos entendiam.

Os espaços de poder estavam muito claros ali. Eu pedi à funcionária que intermediasse o meu contato com um dos dois donos do local, intimamente, preferia que ela me apresentasse ao chinês que estava sentado do lado de dentro do balcão, mas ela me apresentou em chinês ao outro que estava dando ordens do lado de fora.

A sensação que eu tive foi a de ter sido jogada na cova dos leões, pois tentei devagar e em português bem lento, explicar quem eu era e falar um pouco sobre meu estudo. Gostaria de perguntar a ele se ele tinha alguma ideia ou hipótese para a migração dos chineses para a região Nordeste.

Eu nem terminei a segunda frase e ele já esbravejou algo que eu não entendi, mas certamente foi algum insulto. Nesse momento, embora eu já concordasse que seria difícil a aproximação com os chineses, tive o primeiro grande receio de não conseguir realizar a pesquisa.

Após esse episódio, inúmeros aconselhamentos, leituras e reflexões, contrariando todas as advertências, decidi que tentaria me aproximar dos chineses e o meio que encontrei foi atuando em campo como vendedora num boxe do Feiraguay e assim dei início à pesquisa de campo.

A decisão por entrar em campo como uma trabalhadora comum em uma banca no Feiraguay foi tomada após a leitura de inúmeros autores da área que impunham que essa vivência das práticas e da realidade organizacional em campo por certo tempo é fundamental para um estudo etnográfico. Estar no mesmo lugar do pesquisado para compreender a sua realidade é decisivo para que um estudo assuma as características de uma etnografia.

A observação sistemática e participante, aliada à elaboração dos diários de campo e à leitura das respostas das entrevistas, contribuiu de modo fundamental para o cumprimento dos terceiros e quartos objetivos específicos que são respectivamente: Analisar as interpretações dos agentes do campo sobre as práticas dos chineses no Feiraguay e Interpretar os capitais dos agentes do campo na relação com os chineses no Feiraguay.

Após todos os passos dados na direção do cumprimento dos objetivos desta tese, já estava muito claro para mim que a inserção dos chineses no Feiraguay era controversa. Aliás,

essa ocupação chinesa revelara-se controversa desde o seu início. Uma pista dessa controvérsia é revelada na fala do E-4 (2017) sobre a percepção por parte dele sobre os chineses no Feiraguay:

(...) mas na minha gestão já existia chinês lá dentro (...) o primeiro chinês que entrou dentro do Feiraguay na época eu fiz uma assembleia, chamei todos os comerciantes, falei com eles como nós tínhamos que ter muito cuidado e atenção porque os chineses estavam rondando o Feiraguay, e se eles entrassem, futuramente eles iam querer dominar. Porque eu conheço, eu morei em São Paulo, numa travessa da 25 de março, na Barão de Duprat, e isso já nos anos 1980, por volta de 1985, 1986, eu já via o que é que eles pintavam lá. O chinês ele não respeita funcionário, ele não respeita o cliente/ hoje ele tá até respeitando por conta da crise que nós estamos vivendo no nosso país, que o Brasil pra eles pra ganhar dinheiro foi muito bom, então hoje eles já trata até com um pouco mais de respeito até por uma questão de adequação, eles foram se adaptando e viram que não é com ignorância que não se conquista ninguém. Então chamei esse pessoal, coloquei em ata, eu tenho lá em ata. Se eles pegarem lá e verificar, entre 2004 e 2007, eles vão ver lá que tem em ata¹⁴ (Entrevistado 4).

Essa controvérsia assumiu corpo quando os gestores da AVAMFS decidiram no ano de 2015 que não aceitariam a presença de novos chineses. Foi uma decisão tomada em assembleia e votada por unanimidade entre os associados, ainda que parte dos comerciantes do centro considerem a presença dos chineses positiva para o Feiraguay.

Segundo o E-1, são 650 boxes, 550 comerciantes. Do total de 650, 23 são boxes de chineses. Quando a decisão entrou em vigor eram 21 chineses, dois outros conseguiram entrar e se estabelecer, sem que os gestores da AVAMFS percebessem. Ainda de acordo com o E-1, desde que a decisão foi tomada, já foram negados mais de 50 pedidos de chineses para entrar e se estabelecer no Feiraguay.

Perseguindo o cumprimento do objetivo específico de analisar as interpretações dos agentes do campo sobre as práticas dos chineses no Feiraguay, durante a observação participante empreendida para coleta de dados e escrita desta tese, categorias êmicas foram identificadas. As categorias êmicas podem ser entendidas como uma abordagem que busca compreender determinada cultura com base nos referenciais dela própria. Os observadores que estão dentro, participando da dinâmica local são chamados de *insiders*, já os observadores de fora, chamados de *outsiders* (CAMPOS, 2002).

De acordo com Lett (1996), a abordagem ética diz respeito a uma interpretação de aspectos de outra cultura a partir das categorias daqueles que a observam, isto é, dos próprios pesquisadores e investigadores. Para Rosa e Orey:

¹⁴ Esse documento a que o E-4 se refere teve a sua existência negada pela gestão da atual da AVAMFS que alegou que não havia esse ou qualquer outro documento que tenha sido deixado na sede pela gestão anterior.

(...) a abordagem êmica procura compreender determinada cultura com base nos referenciais dela própria. Em outras palavras, a abordagem ética é a visão externa dos observadores e investigadores que estão olhando de fora, em uma postura transcultural, comparativa e descritiva, enquanto a abordagem êmica é a visão interna, dos observados que estão olhando de dentro, em uma postura particular, única e analítica. Então, a abordagem ética corresponde à visão *do* eu em direção ao *outro*, ao passo que a abordagem êmica corresponde à visão do *eu* em direção ao *nosso* (2012, p.865, grifo do autor).

Para melhor compreensão das categorias êmicas e éticas, apresento esse quadro adaptado de Rosa e Orey (2012), que é bastante didático:

Quadro 4: Principais diferenças entre a abordagem êmica e a abordagem ética

Abordagem Êmica	Abordagem Ética
Perspectiva dos nativos (internos)	Perspectiva dos observadores (externos)
Visão local (interna)	Visão global (externa)
Tradução prescritiva	Tradução descritiva
Cultural	Analítico
Transcrição cultural	Transcrição acadêmica

Fonte: Rosa e Orey (2012)

As categorias êmicas que emergiram do campo de pesquisa Feiraguay foram: ameaça, invasão, controle, ilegalidade e segregação. Essas categorias foram listadas no quadro 6 onde também aponto o descritor de cada categoria. As categorias serão tratadas individualmente na seção 3.2.2. Como se trata de um estudo indutivo, o tratamento ético (ou teórico) utilizado nesta tese foi apresentado na seção de escolhas teóricas.

Quadro 5 Categorias êmicas e seus descritores

CATEGORIAS ÊMICAS	DESCRITORES
Ameaça	Os chineses como ameaça para os comerciantes brasileiros.
Controle	Controle sobre os chineses no Feiraguay.
Ilegalidade	A ilegalidade dos imigrantes chineses.
Informalidade	A informalidade dos comerciantes brasileiros
Invasão	Invasão dos chineses no Feiraguay.
Política	Aspectos políticos sobre os chineses no Feiraguay.
Segregação	Comportamento segregador dos chineses.

Fonte: Elaboração própria, 2017

No decurso do estudo empírico, as vozes dos agentes do campo ganharam força e por essa razão foram valorizadas neste estudo, o que autores clássicos da prática etnográfica, como Malinovski (1956); Geertz (1986); Clifford (1986); Malighetti (2004) chamaram de polifonias. Para Bourdieu, (1957; 1977) as vozes e os gestos repetidos que são traduzidos em

ações e em práticas se configuram em um “bem simbólico” (BOURDIEU,1977, p.22) e, também por essa razão, as vozes do campo devem ser privilegiadas. Ao avaliar a ideia do valor das vozes como bem simbólico (1975; 1977) Catani et al (2017) apontam:

O valor depende dos distintos mercados nos quais é proferido. Em outros momentos o autor se refere ao capital como capital linguístico considerando, assim, tanto o produto da enunciação quanto o processo enunciativo ou discursivo como capitais. Ele parece, além disso, [...] reforçar a relativa autonomia dos mercados e campos na definição dos preços dos discursos (CATANI et al, 2017, p.254).

No Feiraguay, o valor das vozes é alto e, quando uso o substantivo “voz”, não me refiro apenas ao produto da sua enunciação ou ao seu processo enunciativo, nem apenas seu ao aspecto discursivo (CATANI et al, 2017). Refiro-me aqui a vozes que podem ser silenciosas e manifestadas pelas práticas, gestos e ações dos agentes do campo. O *habitus* que fala, e assim, me refiro às vozes sociais que se manifestam também em gestos.

Nesta seção, privilegiar as polifonias dos agentes do campo foi importante, pois foi durante e após esta escuta que me senti apta para identificar o *habitus* dos comerciantes brasileiros e dos comerciantes chineses, bem como os capitais: econômico, social, cultural e simbólico dos brasileiros e dos chineses que ocupam o Feiraguay na condição de comerciantes. E, a partir daí, indicar quais são as posições dos comerciantes chineses e dos comerciantes brasileiros no campo Feiraguay.

Em seguida, indicar quem fala mais alto no campo foi algo que se tornou natural, e que foi possível por meio da identificação de uma classe dominante, a classe que possui a voz mais poderosa e, como em toda dicotomia, para que existam dominantes, os dominados são fundamentais.

Identificadas essas classes, caberá examiná-las para que sejam identificados quais os agentes de cada classe, ou seja, quem é a classe dominada e quem é a dominante no campo Feiraguay. Esta análise será feita à luz do constructo teórico de Bourdieu (1966; 1976; 1983; 1986; 1987; 1989; 1994; 2007; 2011). Cabe aqui realçar que esta seção cumpre o último objetivo específico desta tese: interpretar a inserção dos chineses no Feiraguay.

O conjunto de técnicas tantas vezes mencionado nesta seção contribuiu também para o cumprimento do quarto objetivo específico que foi o de interpretar os capitais dos agentes do campo na relação com os chineses no Feiraguay. Contudo, foi a ideia dos capitais de Bourdieu (1966; 1976; 1983; 1986; 1987; 1989; 1994; 2007; 2011), indicados na seção de escolhas teóricas, que iluminou a identificação destes capitais no campo. Por essa razão, posso

considerar que este último objetivo foi cumprido também a partir da abordagem ética do campo.

Quadro 6 Categorias éticas e seus descritores

CATEGORIAS ÉTICAS	DESCRITORES
Espaço social	Macrocosmo, que é a cidade de Feira de Santana, contexto do objeto.
Campo	Microcosmo Feiraguay, arena de disputas.
<i>Habitus</i>	Práticas e disposições dos comerciantes brasileiros e chineses no Feiraguay.
Capital econômico	A identificação do capital econômico dos agentes do campo
Capital social	A identificação do capital social dos agentes do campo
Capital cultural	A identificação do capital cultural dos agentes do campo
Capital simbólico	A identificação do capital simbólico dos agentes do campo

Fonte: Elaboração própria, 2017

2.2.4.3 Etnografando o Feiraguay

O período da pesquisa de campo dedicada à observação participante serviu principalmente para que eu acessasse o que Malinovski (1976) chamou de os imponderáveis da vida real. Segundo Malinovski (1976), nenhuma entrevista é capaz de colocá-la em contato com as minúcias e idiossincrasias do cotidiano, expressões e palavras não ditas, práticas e códigos locais só são acessíveis estando no campo (MALINOVSKI, 1976).

A escolha pelo boxe que atuei como vendedora se deu por acessibilidade. Fui apresentada à proprietária, que aqui chamarei de boxe da E-20, por intermédio de uma amiga em um evento social planejado por essa amiga com o objetivo de nos apresentar.

Durante o diálogo, falei do meu objetivo de me aproximar dos chineses e ela declarou que o seu boxe ficava de frente para um boxe de chineses e que havia outro também de chineses localizado atrás do seu.

Logo decidi que seria nesse espaço trabalharia e ela concordou. Uma semana depois a procurei com uma carta de apresentação do meu programa de doutorado e esclareci que estava ali na condição de pesquisadora, mas desempenharia o mesmo trabalho que a sua funcionária e que ela se sentisse à vontade para me tratar como tal. Ela recomendou que voltasse na segunda-feira da semana seguinte para iniciar as atividades, pois ela viajaria por aqueles dias.

Assim o fiz. Na segunda-feira acordei cedo, antes das 6h00 e fiquei aguardando chegar as 7h00 para entrar em contato com a proprietária da loja. Às 7h30 enviei uma mensagem dizendo que estava pronta para chegar a hora que ela quisesse, ela disse que chegaria em 1 hora, eu perguntei se poderia chegar ao mesmo horário e ela respondeu que sim e assim o fiz.

Munida com uma bolsa, uma marmita com meu almoço e um caderno de notas, segui para o início das minhas atividades como vendedora do Feiraguay. Ressalto que conheço outros donos de boxes no Feiraguay, contudo o fato de o boxe da E-20 estar localizado de frente para um box de chineses que vendem óculos, produto de hegemonia dos comerciantes chineses no Feiraguay foi decisivo. No futuro eu saberia que os donos do boxe era um casal de chineses originados de *Guandong* e que tinham três filhos. Dois estavam no Brasil e um mais velho estava na China com objetivo de adquirir os costumes locais.

Lembro-me do primeiro dia que cheguei ao boxe para trabalhar escutei da E-20: “você vai ficar enlouquecida e vai sair correndo daqui”. Sorri de volta, entreguei a carta de apresentação e me afastei um pouco, pois ela estava atendendo a quatro atacadistas de outras cidades, interessados na compra em atacado de “réplicas”, porque no Feiraguay não se comercializam cópias, e sim réplicas.

Durante o período de 30 dias, entre os meses de fevereiro e março de 2017, fui até o Feiraguay de segunda à sexta-feira (houve dois intervalos em função de alguns imprevistos) realizar a observação participante que consistiu na realização do trabalho como vendedora num boxe de um quadrante (1,80 m² x 1 m) de roupas e calçados femininos.

Um dos momentos mais conflituosos durante as definições de como seria a observação participante ocorreu no momento de decidir quanto tempo eu precisaria ficar ininterruptamente imersa em campo, atuando como vendedora. Segundo Trad (2012), a presença no campo, no meu caso no terreno do Feiraguay, “estar lá” e retornar de modo cotidiano é o meio de acesso fundamental ao conhecimento que se ambiciona durante a observação participante. Segundo o autor:

É fundamental reconhecer que a qualidade das informações recolhidas e a imersão na vida diária de comunidades, de pessoas ou de instituição em um estudo etnográfico, dependem em grande medida do tempo de permanência do pesquisador no terreno de investigação (TRAD, 2002, p. 5).

Frente a essa informação, reconhecia em meu tempo disponível um fator de limitação de relevo, pois existem prazos institucionais que precisam ser honrados, o que de fato me preocupava. Segundo Clifford (1998), logo quando se iniciaram as pesquisas etnográficas, havia a expectativa de que o pesquisador entrasse por imersão numa sociedade até que o desgaste dos dados acontecesse, o que não é algo factível nos dias de hoje e com as normalizações atuais. Segundo o autor:

(...) desde os primórdios da etnografia havia a expectativa de que o etnógrafo vivesse na comunidade de estudo e permanecesse nela por tempo suficiente para o

desenvolvimento do seu trabalho, ressalta que, raras vezes, tal tempo era especificado. Caberia interrogar se é possível prescrever um tempo ideal para este processo. Pode-se ponderar que a necessidade de imersão sobre o terreno é uma decisão que cada investigador toma em função das suas ideias; por conseguinte, “nenhuma receita”. (CLIFFORD, 1998, p.103).

A finalidade de atuar como agente ativa do campo era de fato conhecer as rotinas e as lógicas organizacionais do campo, sentir as dores e as dificuldades dos trabalhadores do Feiraguay e presenciar realidades que só em campo é possível que se conheça. Assim, minha permanência diária acontecia das 9h00 até as 13h00 e por algumas vezes das 11h00 até as 17h00, horário aproximado em que o boxe da E-20 encerrava o seu expediente.

Além de presenciar a rotina organizacional do centro, era também o intuito agir como vendedora para tentar algum tipo de aproximação com os chineses, e repito: foi essa a razão da escolha por tal boxe que estava de frente e de costas para boxes de chineses. A E-20 vendia réplicas de sandálias de uma marca muito conhecida e que estão em alta nos meios *fashion*.

Além dessas réplicas, E-20 vende todo tipo de roupa feminina. Na época da observação participante, o boxe da AG-20 possuía tamanho padrão, o que corresponde a 1 quadrante e era muito desorganizado. Ela contava com a ajuda de uma funcionária que era uma menina bem jovem, no máximo 20 anos, mãe de um bebê de 10 meses, muito disposta a trabalhar, mas sem o menor traquejo para vendas.

Na figura 9 é possível que se observe a minha visão de dentro do boxe da E-20 para o boxe de chineses.

Figura 9 – Minha visão da banca dos chineses de onde realizei a observação participante



Figura 9: A minha visão de dentro do boxe onde trabalhei como vendedora.

Fonte: Elaboração própria (2017).

Ainda no primeiro dia, novos clientes do atacado chegaram e a E-20 se sentou no chão, onde passou a maior parte da manhã, para fazer cálculos e levantamento dos pedidos do atacado, e eu assumi as vendas do varejo. Vendi R\$ 200.00 durante a manhã e apoiei a AP-8 que vendeu R\$ 90.00. Enquanto cumpria minhas atividades de vendedora, não parava de olhar para os chineses que, nesse mesmo espaço de tempo, venderam pelo menos o triplo do que eu e a AP-8 juntas. Eu estava tão ansiosa por um contato com eles que cheguei a pensar que ficar olhando tanto para eles podia ameaçar uma possível aproximação. A partir daí, tentei – e não sei se consegui – ser mais discreta nos olhares.

Durante minha permanência no campo, me comportei como uma funcionária deve se comportar. A minha estratégia para aproximação dos chineses era a de ser uma excelente

vendedora do *mix* de produtos da E-20 e assim chamar a atenção deles de alguma forma. Por isso, logo que cheguei, já me inteirei ao máximo das informações possíveis sobre os produtos a serem comercializados ali. O boxe não possuía inventário, quando perguntei sobre o quanto ela investiu nas sandálias e sobre quais os critérios utilizados para escolher aqueles determinados modelos que estavam ali expostos, ela não sabia me explicar e se mostrou alguém muito frágil em vários momentos.

Trabalhei ativamente com as vendas e atuei quase como uma consultora de negócios para a E-20, já que ela não possuía hábitos basilares para um comércio funcionar apresentando lucro como o controle de entradas e saídas de mercadorias, controle de investimento e nem critério para compras de mercadorias e formação de estoque. Ela não sabia o que vendia mais ou menos e imobilizava todo o capital que possuía em estoque. Além de o espaço ser muito desarrumado, a visão que se tinha do lugar por parte clientes era muito poluída, o que dificultava qualquer venda, a mais simples possível.

Durante o período, cuidei do estoque, influenciei a aquisição de um sistema de controle e alimentei esse sistema, mudei o *layout* do espaço, fiz promoções e publicidade, anunciei o boxe na rádio local, alimentei as redes sociais e até me passei por uma fornecedora para livrar a E-20 de uma situação embaraçosa que envolvia prazos de entrega em um grupo de mensagens. Esse excerto do diário de campo indica quão envolvida estava, pois cometi um gesto que fere o que considero ético:

(...) eu e AP-8 tentamos organizar a loja e deixá-la mais competitiva, enquanto a E-20 enfrentava problemas com a entrega de novas mercadorias. Ela tem um grupo em um aplicativo de mensagens composto por clientes que realizam compras no atacado. Ela envia fotos das sandálias que encomendou, dá um preço estimado e as clientes fazem seus pedidos. Ela passa boa parte do seu tempo dando atenção a esse grupo, e por questões de confusão com os pagamentos (eu não entendi exatamente qual era o problema entre a E-20 e os fornecedores), essas sandálias estavam atrasadas e ela não suportava mais as cobranças dos grupos, quando ela recebeu uma ligação de um fornecedor avisando que a mercadoria atrasaria ainda mais. Ela recebeu a notícia quase como quem recebe a notícia de que alguém morreu. Fiquei comovida e decidi ajudá-la. Primeiro ela decidiu que ia desligar a internet e esquecer os clientes. Eu a adverti que essa era a pior coisa a ser feita no momento. Percebi que estava agindo como consultora de gestão, mas eu precisava fazer algo naquele momento. Lembrei-me das aulas de comunicação empresarial que eu já dei e no tópico de gestão de crises que dizia que a pior coisa a ser feita era ficar calada e se esconder nessas situações e a orientei a falar a verdade. Ela resistiu e disse que perderia os clientes. Eu insisti que ela deveria dizer algo, dar alguma satisfação acerca do atraso. Ela não sabia o que fazer, o clima era de tensão, eu então sugeri que ela dissesse que havia acontecido uma tragédia. Acidente com o veículo que transportava as sandálias e que o motorista estava em estado grave. Ela disse: mas eu não sei como dizer isso, e eu já totalmente envolvida com a situação assumi as rédeas. Entrei no aplicativo de mensagens, me fingi de fornecedora e tive o seguinte diálogo com a E-20:

“E-20 querida, Só agora pude parar e organizar meus pensamentos e me concentrar para responder a você e a todos os meus parceiros com quem sempre tive uma relação de parceria e amizade e, numa hora como essa, vão ser compreensivos. A razão pelo atraso da sua encomenda e da de outros clientes de Maceió foi grave. O carro que conduzia as mercadorias atropelou um animal ao sair do Estado de Pernambuco, o que deixou o motorista (nosso funcionário) gravemente ferido. Alguns funcionários de uma agência de trânsito evitaram o saque dos produtos, mas a preocupação agora é com a saúde de Evaldo, nosso motorista. Já estamos organizados para enviar as mercadorias até o dia de hoje à noite.”

Orientada por mim, a E-20 me cadastrou na sua agenda como fornecedora, fez o *print* do diálogo e enviou para os seus clientes e respirou aliviada porque finalmente ela teria uma desculpa e tempo para negociar com o fornecedor.

Logo após esse gesto e o alívio da E-20, eu contava os minutos para ir embora e chorei muito no caminho até em casa, porque, de alguma forma, eu tinha utilizado meus recursos intelectuais para compactuar com uma mentira. Nesse instante refleti o quanto isso pode ser comum nos espaços organizacionais.

As idas ao boxe da E-20 me consumiram muito fisicamente. Chegava em casa esgotada, porque, além do forte calor que faz por lá, as condições de trabalho são ruins, só cabe uma pessoa sentada no espaço interno da banca. E, como eu estava ali como pesquisadora, tentava sempre deixar todos muito à vontade. Por isso eu nunca podia me sentar, sempre cedia para a E-20 ou para a AP-8. Lá também tem muita poeira, sou alérgica a ácaros e à fumaça (os chineses fumam muito) e chegava em casa diariamente me coçando e espirrando muito e me sentindo realmente suja.

De acordo com Clifford (2008, p. 18), “a observação participante obriga os seus participantes a experimentar, tanto em termos físicos quanto intelectuais, as vicissitudes da tradução”. Pude constatar essa verdade, pois durante o período de observação participante, tive modificações físicas e intelectuais; as físicas, porém, são as mais visíveis, pois em pouco tempo eu já estava usando roupas parecidas com as roupas das vendedoras do Feiraguay e tinha ganhado peso, porque fazia as minhas refeições nos mesmos fornecedores que todos os vendedores comiam, já que levar a minha marmita com uma saladinha era algo que provocava risos entre todos. Sendo assim, precisei modificar minha dieta que sempre foi rigorosa, o que acarretou ganho de peso, fato que me aproximou ainda mais das vendedoras do Feiraguay, pois a maioria delas está acima do peso.

Lembro que na segunda semana de observação participante, passei a usar os cabelos presos com um coque desleixado e foi assim por todo o tempo que permaneci como vendedora no boxe da E-20, ainda que a minha estética original fosse atraente para os

consumidores¹⁵ do boxe, estando lá, não percebi que isso poderia ser uma vantagem competitiva.

Na figura 10 é possível observar parte dos produtos comercializados no boxe da E-20.



Figura 5: Parte do mix de produtos do boxe da E-20
Fonte: Elaboração própria (2017)

Nos meses seguintes, ao fim da observação participante e da realização das 25¹⁶ entrevistas, destaco que retornei ao Feiraguay pelo menos uma vez por mês e pude acompanhar a dinâmica das mudanças dos boxes que tantos entrevistados relataram que acontecia e dediquei atenção especial ao boxe onde trabalhei. Constatei que o boxe triplicou o tamanho no período que me afastei e, além de aumentar muito em tamanho, melhorou a organização e a exposição de produtos, a proprietária desse boxe abriu uma loja de calçados nas imediações do centro e, inclusive, a inauguração foi marcada por um *cocktail*. Recebi o convite da inauguração da loja impresso e por meio virtual, mas não pude comparecer.

Chama a atenção o fato de que em algumas mensagens trocadas, ela demonstrava gratidão ao fato de eu ter contribuído para que ela organizasse as suas mercadorias e que

¹⁵ O público da Box da E-20 é composto em 95% por mulheres com faixa etária variada.

¹⁶ Foram 26 entrevistas no total, porém, como indicado mais cedo a 26ª só foi realizada no mês de dezembro de 2017.

fizesse o controle de caixa e do estoque. Ferramentas de gestão simples, mas que ela não conhecia ou não considerava importante, por isso não as aplicava. As Figuras 11,12,13 e 14 mostram o boxe da E-20 nos meses de dezembro e janeiro de 2017 e a loja que ela abriu nos entornos do Feiraguay em outubro de 2017.

Figura 11 Foto atual do boxe onde realizei a observação participante:



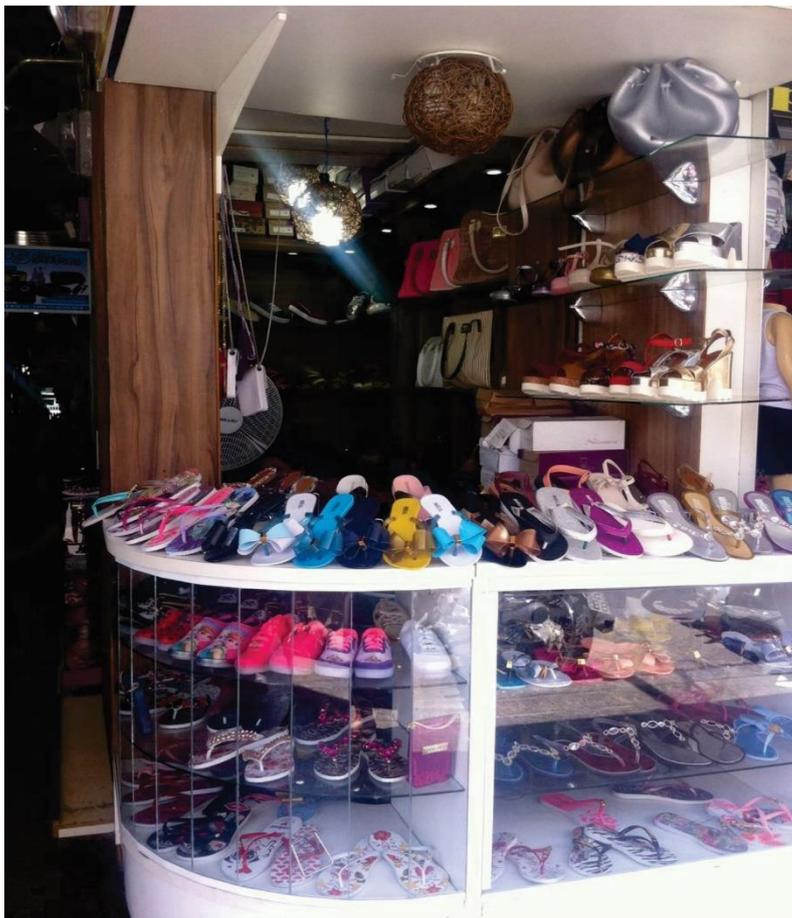
Fonte: Elaboração própria (2017)

Figura 12: Foto atual do boxe onde realizei a observação participante:



Fonte: Elaboração própria, 2017

Figura 13 – Interior do boxe onde realizei a observação participante



Fonte: Elaboração própria, 2017

Figura 14 _ Loja que a E-20 abriu nos entornos do Feiraguay após o fim da observação participante empreendida:



Fonte: Elaboração própria, 2018

Durante a permanência no campo, evitei ao máximo qualquer tipo de conflito com a AP-8, mas tivemos alguns embates; nada muito grave, mas o que acontecia é que como a E-20 ficava muito tempo dando atenção aos grupos na rede, eu assumia a gestão da loja e sempre enchia a AP-8 de atividades que ela cumpria, mas sempre reclamando.

Um dia adverti a AP-8 que ela devia ser mais proativa¹⁷ e não esperar tanto pelas demandas da E-20 ou por sugestões minhas e ela reagiu mal, ficou emburrada por toda a manhã. Na acepção de Bourdieu, “choque de civilizações” significava a confrontação entre dois sistemas sociais fechados em relações assimétricas de poder material e simbólico.

Durante esse mês de permanência no campo, procurei, além de insistentemente tentar me aproximar dos chineses, compreender o juízo que o brasileiro fazia sobre o chinês e o juízo que os chineses faziam dos brasileiros. Percebi que os estrangeiros, apesar de se comunicarem pouco com os brasileiros, demonstravam orgulho de si, ao tempo que demonstravam algum nível de desprezo pelos comerciantes brasileiros do Feiraguay. Por parte dos comerciantes brasileiros com os quais eu convivi, havia também esse sentimento de

¹⁷ Com o tempo de observação participante no Feiraguay, notei que a proatividade não é uma característica comum nos trabalhadores do campo e muitos donos de boxes se queixam disso.

orgulho por resistirem crise após crise e seguirem firmes no comércio. E os sentimentos dos brasileiros em relação aos chineses são muito heterogêneos, como as informações do estudo empírico revelaram.

Mas um sentimento que me pareceu comum a todos os comerciantes com quem eu tive contato foi o sentido de alerta. Os chineses não passam incólumes. Há uma convivência parcimoniosa, contudo cabe aqui a expressão popular que diz que eles convivem, porém, com: ‘um olho fechado, mas o outro aberto’.

O fim do estudo empírico não foi decretado por mim e nem pelo desgaste dos dados. Me envolvi de modo cego com o objeto e a cada entrevista acreditava que havia mais o que investigar. Após a realização das entrevistas com os E- 4 e a E-5, tomei conhecimento do crime ocorrido entre os chineses nas dependências do Feiraguay.

Tinha o objetivo de ir até a delegacia, tentar entrevistar o delegado que cuidava do caso, cogitei procurar o processo, mesmo tendo sido advertida por muitas pessoas para não avançar com essa ideia, pois ninguém sabia exatamente o que estava por trás daquele acontecimento.

Por mim teria continuado as buscas, mas minha orientadora decretou encerrada a pesquisa de campo. Hoje vejo que investigar esse crime contribuiria pouco para esta tese e podia comprometer a minha integridade física. Em nenhum momento pensei nisso e, só após o decreto da minha orientadora, tive clareza de quão perigoso podia ser esse meu gesto. A etnografia implica riscos de várias ordens e sobre estes riscos Fleischer e Bonetti (2010) organizaram o seguinte pensamento:

Existem riscos de diferentes ordens: metodológica, epistemológica, política, pessoal, epidemiológica etc. Assim, a categoria “risco”, mantida historicamente no singular estrangulador, explode. Percebemos que há vários tipos e ordens de “risco” que dependem, para começar, se, de fato, fazem sentido para o antropólogo e os seus interlocutores na pesquisa. Há “riscos” antes, no e depois do campo. Há aqueles invisíveis, imaginários, inimagináveis, persistentes, incontornáveis para o campo, os sujeitos da pesquisa, o antropólogo, a Antropologia, o Departamento, Universidade, a consultoria de onde se vem etc. Não podemos mais retratar os “riscos” como algo estático e único. O termo e a experiência arriscada passam a ser adjetivados de forma polissêmica, conforme o conjunto de atores, cenários, circunstâncias, eventos envolvidos. É importante partirmos da noção dos “riscos” implicados naquele campo específico e não simplesmente reproduzir ideias comuns de “risco” ou de um “campo” universal (...) Não raro ouvimos muitas histórias sobre os mais diversos desafios enfrentados pelos pesquisadores em meio ao seu processo de pesquisa etnográfica, tais como assaltos, ameaças, chantagens, extorsões, guerras, enamoramentos, acidentes, processos de adoecimentos, epidemias contagiosas, entre outros (FLEISCHER; BONETTI, 2010, p.6).

O estudo dos chineses no Feiraguay possuía riscos que não conseguia enxergar, tamanho era o meu envolvimento. Desde os estudos exploratórios havia um indicativo da existência de uma máfia, inclusive com denúncias em veículos de comunicação e relatos de comerciantes durante as entrevistas. Ao fim do estudo, o Feiraguay havia se revelado não apenas uma ótima janela sobre a vida cotidiana dos feirenses, mas também um microcosmo complexo, com uma história, uma cultura, uma vida social, estética, emocional e moral em si muito intensa e rica.

A experiência no boxe da E-20 ainda não havia me aproximado da forma como esperava dos chineses. Já desconfiava que isso não aconteceria, até que o ponto alto de interação com eles aconteceu em uma tarde em que o comércio estava ruim, neste dia tudo estava bem lento para todos, inclusive para os vizinhos chineses.

Nessa mesma tarde a E-20 ainda não havia chegado. Até que ela chegou com muitas mercadorias novas vindas da Feira da Madrugada que fica na cidade de Fortaleza no Estado do Ceará e trouxe alguns novos modelos de sandálias. A chegada da E-20 movimentou a esquina, pois logo alguns atacadistas que haviam comprado pelos grupos formados em aplicativos de mensagens chegaram rapidamente para recolher os seus pedidos.

Perguntei a E-20 se ela havia inventariado as peças e ela disse que sim, que tinha feito de modo analógico, anotado em um papel. Fiquei quieta e passei a ajudá-la na substituição das peças antigas pelas novas, embora achasse que ela não devesse agir dessa forma, pois naquele refugio de peças que estava colocando de lado havia peças de verão que podiam ser comercializadas a preços menores. Faltava a E-20 tudo do ponto de vista empresarial, além de uma definição da sua política de preços.

No final do dia as mercadorias estavam todas substituídas e o boxe ficara bem bonito. O movimento no corredor aumenta com exposição de novos produtos, mas aumenta apenas para os produtos novos. Durante as atividades dessa movimentada tarde, notei que a AP-1 e o AP-2 estavam prestando atenção ao nosso movimento. Continuei ajudando a E-20 e a AP-8 a mudar o estoque.

Falei muitas vezes que não concordava com a decisão de remover todas as antigas peças e substituir pelo novo fardo recém-trazido pela E-20. Trabalhava naquele momento completamente envolvida e, como vinha atuando muito mais como consultora de negócios para a E-20, mais uma vez manifestei minha opinião acerca das atividades em seu ponto de venda dizendo que ela não devia fazer exatamente o que estava fazendo. A substituição das roupas deixaria o boxe mais alegre e mais leve e também mais atraente, mas não dá para sair

comprando livremente como ela fez e substituir todo o estoque. Sobre isso tivemos o seguinte diálogo:

Taiz: o que você vai fazer com essas roupas todas?

E-20: tenho que vender.

Taiz: como você vai vender se você está retirando tudo?

E-20: não sei.

Taiz: quando passar o carnaval você traz de volta essas peças e liquida, o que acha?

E-20: mas logo após o carnaval vem a micareta¹⁸.

Taiz: em março chove, você coloca pelo menos algumas mangas compridas pra tentar escoar o produto e no final de março você recoloca as peças de verão como shorts e camisetas mais leves para vender durante o período da micareta...

E-20: e no São João eu recoloco tudo¹⁹.

Após esse diálogo com a E-20, fiquei pensando que durante todos esses dias de observação participante, a E-20 modificou o *layout* do seu boxe várias vezes sempre com modelos de sandálias diferentes ou novas peças de roupa, sendo que essa última mudança foi radical. No mesmo período, não notei nenhuma modificação no boxe da AP-1 e do AP-2 e nem em nenhum boxe de chineses. Nesse dia prestei bastante atenção no *layout* da loja da AP-1 e do AP-2 e realmente não havia nenhuma mudança perceptível. Foi assim até o fim da observação participante e em todas as vezes que voltei até o boxe da E-20, os boxes dos chineses estavam exatamente iguais ao que eu havia visto na última vez em que estivera por lá.

No fim do diálogo com E-20, a AP-8 chamou a atenção que a AP-1 e o AP-2 e algumas outras vendedoras estavam paradas escutando tudo, achei que a minha presença estava sendo finalmente naturalizada por aqueles chineses. Essa impressão se confirmaria logo em seguida quando por um momento fiquei sozinha no box da E-20 e a AP-1 estava atendendo muitas clientes ao mesmo tempo e também estava sozinha. Eram cerca de cinco mulheres que realizaram um pedido de óculos muito alto que, mesmo com todo o estoque que ela tinha no boxe, não foi suficiente para atender a demanda daquelas clientes. Por essa razão, a AP-1 que, como disse, estava a sós no box, precisou sair das instalações do Feiraguay e ir

¹⁸ A micareta de Feira de Santana é muito grande e gera uma movimentação maior do que o próprio carnaval na cidade.

¹⁹ O que aconteceu nos dias seguintes ao meu afastamento foi exatamente o contrario o que eu previ. Ela, a E-20, ao invés trazer novas peças e liquidar, ela fez um enorme investimento em novas peças de Mlissas, alugou o boxe ao lado (que por caso é propriedade de uma entrevistada que concorda comigo sobre os erros de gestão que E-20 comete) reformou tudo, removeu todas as peças de roupa que ela comprou há pouquíssimo tempo e cobriu todo o seu espaço com Mlissas. São falhas de gestão que os comerciantes chineses aparentemente não cometem.

até o local onde fica o seu estoque (no entorno da Praça Médici) buscar algumas peças para atender a essas clientes. Como ela estava sozinha e eu também estava a sós no boxe da E-20, ela não hesitou em me dizer: “miga, olha! Olha pra mim!” sinalizando que a banca não podia ficar a sós sem supervisão e demonstrando um nível de camaradagem que existe entre os comerciantes brasileiros e chineses (ou pelo menos entre a AP-1 e os demais do corredor J).

Naquele momento, acreditei que minha presença estava naturalizada pelo menos pela AP-1. Contudo, o fato da AP-1 ter naturalizado a minha presença naquele momento não garantiu mais nenhum tipo de aproximação ou diálogo com ela. Foi apenas uma emergência. Destaco que eles só falam em português o que é extremamente necessário, nada além, como foi o caso desse evento.

Nesse dia a E-20 colocou o boxe abaixo e mais uma vez substituiu todo o estoque por novidades, gesto que novamente deixou as meninas do corredor todas alvoroçadas em volta das novidades. Muitas peças da moda, shorts e collants com temas de super-heróis (era véspera do carnaval) e em tons de flúor.

Apesar das críticas ao modelo de gestão praticado pela E-20 que realiza amplas compras, ela ficou mais competitiva e a circulação no corredor aumentou, o que é natural com tudo que é novidade, porém chama a atenção o fato de os chineses não manifestarem qualquer interesse em nada que está ao seu redor. A AP-1 naturalizou a minha presença em um determinado momento e solicitou a minha ajuda em situação especial, mas o movimento contrário, eu tentando algum tipo de informação ou diálogo com ela, não foi viabilizado em nenhum momento.

Eles, os chineses, não são clientes de nada. Os entrevistados relatam que não se via chineses circulando em outros comércios que não sejam o deles, que eles não frequentam restaurantes, não compram nos boxes do Feiraguay que não sejam de chineses e nem nas lojas do entorno. Enfim, não contribuem para a circulação da economia para além do que é fundamental para a sua existência.

Pelo menos os chineses que circulam dentro do Feiraguay confirmam o pressuposto dos entrevistados. De um modo geral, eles não possuem relações pessoais com os brasileiros. O E-4 declarou o seguinte sobre o relacionamento de amizade entre ele e algum chinês:

Não. Eles não são amigos de ninguém. Se ele precisar do brasileiro e o brasileiro for tonto, o brasileiro é usado por eles. Só que eu nunca fiz jogo de chinês. Já tive muitas propostas de chinês lá dentro pra abrir mão de pontos bons... não. Primeiro, que não tenho mais pontos para vender (...) (Entrevistado 4).

No final desse dia de observação participante, aproveitei que a AP-8 estava se comportando bem no boxe sem a presença da E-20 e, de posse do mapa que o E-5 me cedeu, dei algumas voltas e fui anotando os pontos de chineses no Feiraguay, quantos deles estavam em cada boxe; estava buscando informações censitárias.

Andei pelas ruas do Feiraguay apoiando o mapa impresso numa prancheta. O mapa que utilizei está apresentado mais adiante em uma folha A4. Como naquela manhã o Feiraguay estava vazio, fui caminhando de modo bem paciente pelas ruas internas daquele centro comercial e, sempre que via um boxe de chineses, marcava no mapa e anotava qual produto ele estava comercializando e quantos chineses e quantos brasileiros estavam ali trabalhando.

Durante essa caminhada, vi muitos boxes vendendo réplicas de Mlissa, como as da E-20. Então eu parava e perguntava os valores e anotava para levar informação privilegiada para a E-20. Durante a caminhada, também reconheci pelo menos dois clientes do atacado lá do boxe da E-20.

Quando retornei desse passeio estratégico, fiquei sabendo que a AP-7 contou para AP-1 que eu estava ajudando a E-20 com os concorrentes e ela perguntou quanto eu estaria recebendo. Segundo a AP-7, a AP-1 fez uma expressão de surpresa quando informada que eu não estava recebendo nada. A AP-7 repetiu que eu era estudante e que estava fazendo uma pesquisa escolar.

Quando retornei à banca da E-20, a conversa era sobre estratégias para melhorar as vendas, lembro-me de estar preocupada, porque estava muito tempo conversando com a AP-8 e de costas para o boxe da AP-1. Nas horas vagas sempre buscava uma oportunidade para tentar estabelecer um diálogo e essa veio quando a AP-8 saiu para checar se o seu Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS)²⁰ havia sido liberado no banco e deixou um espaço livre.

Do lado de dentro do boxe mantive contato visual o tempo todo com a AP-1, que correspondia sempre sorrindo, mas o contato não passava disso e era mais demorado quando ela estava segurando sua pequena filha.

A surpresa do dia, porém, ainda estava por vir. Perto da hora do almoço, a E-20 tinha ido providenciar o seu almoço uma das clientes do boxe que eu tinha visto durante a minha caminhada da manhã apareceu, me disse que tinha um crédito na loja e que queria pegar em

²⁰ Na época da observação participante, houve o anúncio por parte da Caixa Econômica Federal de que determinados contribuintes possuíam direito a sacar tal valor e essa informação deixou os agentes do Feiraguay agitados, era o assunto mais falado e todas as pessoas do corredor onde realizei a pesquisa fizeram essa consulta.

mercadoria, confirmei tudo com a E-20 pelo celular e entreguei toda a mercadoria que ela queria, porém, antes dela ir embora, me olhou com firmeza e estabelecemos o seguinte diálogo:

Cliente: você está fazendo o que aqui?

Taiz: Sou pesquisadora da Universidade Federal da Bahia, estou estudando o Feiraguay e a inserção dos chineses aqui.

Cliente: Eu já trabalhei para eles, eles são muito mal educados.

Taiz: Quero entrevistá-los, me ajude!

Cliente: Detesto eles. Mas mudando de assunto, foi você que estava andando com uma prancheta na mão nesse instante por aí por dentro?

Taiz: Sim, fui eu. Estava anotando onde estão os chineses e o que eles comercializam, preciso fazer uma descrição bastante detalhada do Feiraguay para conseguir compreender.

Cliente: Pois saiba que você provocou uma situação ruim, porque um monte de gente estava achando que você estava fiscalizando a praça.

Taiz: - sorrindo, mostrei a minha carta de apresentação – deixei claro para ela que eu não estou aqui para nada, além de analisar e compreender a inserção de chineses, A-20 não me paga nada e os meus objetivos são exclusivamente acadêmicos. Se quiser e puder, lhe agradeço por esclarecer a razão da minha presença aqui.

Cliente: Eu não, me livre de problema. Já fui, tchau.

Taiz: Tchau.

Notei que a AP-8 observava tudo de longe. Então ela se aproximou me perguntando se tinha sido isso mesmo que ela tinha escutado. Confirmei a atitude para a AP-8 que me deixou apreensiva. Em pouco tempo, não sei se por efeito do diálogo com a cliente da E-20, uma das comerciantes do campo se aproximou de mim, apreensiva, me perguntando quem eu era, o que eu estava fazendo ali, e, à medida que eu ia me apresentando e mostrando minhas credenciais, ela ia se justificando, dizendo que praticamente não trabalhava com produtos importados e que o comércio dela era “quase todo legal”²¹. Tentei me explicar, mas, talvez por ter dito à cliente que eu era estudante da Universidade Federal da Bahia, eu estava sendo confundida como uma agente da Polícia Federal que estava ali para notificar e apreender mercadorias ilegais. Tentei deixar claro que não se tratava do assunto, mas a lojista não pareceu convencida da minha condição de pesquisadora.

²¹ Discurso revela a esfera da ilegalidade naturalizada.

Logo após a saída da lojista, a E-20 chegou falante e eu tentei contar a ela o acontecido, mas não conseguia, eu estava muito apreensiva dela achar ruim o que aconteceu, não com receio dela impedir minhas atividades em seu boxe, mas por receio dela ficar preocupada ou desconfiada de mim.

Em seguida, a AP-8 se aproximou e a primeira coisa que fez foi relatar o ocorrido; foram segundos de tensão, até que ela terminou o relato e a AP-20 teve uma reação surpreendente. Começou a rir, assim que a AP-8 identificou a lojista dando suas características físicas. A E-20 exclamou feliz: é por isso que ela escondeu as réplicas de Mlissa para criança, ficou com medo! Era para você (eu, no caso) ter dito que era da fiscalização sim e que era minha amiga, todos sentiriam medo.

Respirei aliviada e, às 15h00, decidi que devia retornar para casa, pois havia tido um bom dia de vendas e estava desanimada em relação à aproximação com a AP-2. Os momentos de stress me deixaram bastante esgotada.

O dia seguinte todo foi de ajuda a E-20 na condução e gestão da banca. A cada dia eu sentia que ela precisava muito de atenção mais técnica; então, percebi o quanto estava envolvida no trabalho com a E-20 e mais uma vez dando menos atenção ao que julgava necessário ao comércio dos chineses. Perceber isso me deixou frustrada e passei a prestar mais atenção aos chineses.

No último dia de atividades, me dediquei muito à banca, mas agora, analisando o dia friamente, concluo que essa dedicação total se deu também porque a AP-1 e o seu marido AP-2 pareciam estar estressados e não deram nenhuma atenção, nem a mim e nem a ninguém. Ele não sorriu hora nenhuma, nem com as brincadeiras das meninas do corredor com ele e com a AP-3.

Ele só fumava e passava a mão na cabeça, talvez por conta do movimento fraco. Foi a primeira vez que presenciei o boxe da E-20 vendendo mais que o boxe dos chineses e que os demais boxes do corredor²².

Durante todo o período da observação participante de frente para a loja da AP-1 e do AP-2, foi impossível não estabelecer comparações entre os comerciantes brasileiros e os chineses. Muitos vendedores do Feiraguay são organizados como são os chineses, mas a maioria deles é como a E-20: sem metas, objetivos e controle; a E-20 é, além de tudo, 100% informal.

²² Acredito que esse aumento nas vendas tem a ver com a minha presença e apoio nas vendas de E-20.

A organização dos chineses chama a atenção e é preciso ser realçada, mas não só a organização. Os chineses, apesar do claro desejo de não participar da sociedade brasileira, fazem parte do Feiraguay que é uma meta Feira de Santana. Anteriormente indiquei aqui, nesta tese, que a cidade é bastante acolhedora com forasteiros, não apenas brasileiros, como estrangeiros. Sendo assim, no Feiraguay, como em Feira de Santana, não poderiam faltar os imigrantes.

No Feiraguay, imigrantes em grande número são só os chineses, mas além desses, existe um peruano e dois libaneses. Confirmando que os 23 chineses donos de boxe (fora os chineses que trabalham nos mesmos boxes), que estão instalados no centro, são parte do Feiraguay, agrupei a opinião de alguns entrevistados a respeito de como seria o Feiraguay sem os chineses:

Não. Eu acho que os chineses é um mal necessário. Não só para o Feiraguay, mas se tratando de Feiraguay, pela questão de que eles têm muitos produtos, como eu falei na outra etapa da entrevista, que o brasileiro não consegue. Essa logística dele, essa forma de burlar, ou de... não sei como, moldar um tipo de logística e de formalidade em relação às notas dele, faz com que ele traga produtos que o brasileiro não consegue trazer e chegar no mesmo preço. O que não pode é esses chineses tomar conta, porque se você observar na Feiraguay hoje 80 por cento dos chineses trabalham com óculos, então imagine que se tivesse mais / hoje nós temos acho que 26, algo assim, 23... se nós tivéssemos aí 46 chineses, 35 fossem todos de óculos. Isso vai fazer o quê? Depreciando o mix da Feiraguay. Hoje ele é importante, porque ele agrega ao mix. Ele tem óculos, ele roupa, ele tem calçado, mas se a gente deixar que venham mais, tem a questão social, que já falei anteriormente, mas também tem a questão comercial, que ele deprecia o nosso mix. É um mal necessário. É bom com eles, mas com eles e a gente podendo coordenar, a gente podendo disciplinar o quanto eles podem e aonde na Feiraguay. (Entrevistado 2).

Agora, pra isso acontecer, se o chinês for embora do Feiraguay tenha certeza que o Feiraguay também fecha. É porque não presta mais. Enquanto tiver o último centavinho, eles tão ali, ó. Aquilo é igual aquelas baratinhas que eles têm lá na China mesmo, lembra aquela baratinha miudinha? Que veio numa importação que fizeram aí, que nunca mais ninguém conseguiu controlar elas? Eles são assim. É um bilhão e trezentos milhões de habitantes pra se espalhar no mundo inteiro. (Entrevistado 4).

Porque assim, antigamente éramos dependentes dos chineses, hoje o Feiraguay... abriram porta / empresas, e praticamente hoje não existe mais 20 por cento dos chineses aqui. Pra o que tinha, hoje praticamente não tem mais chineses, o que tem é pouco, então vejo, imagino o Feiraguay sem os chineses. (Entrevistado 15).

Não, eles vai fazer muita diferença no Feiraguay. Eu faço assim, eu compro com eles / não é aqui em Feira de Santana, mas eu compro hoje em Salvador com eles, com chinês, compro em São Paulo com chinês, faço negócio com eles. Vendo pra eles e compro de outros. (Entrevistado 16).

O aluguel seria bem mais barato, os pontos que estão alugados seriam bem mais baratos, a concorrência seria bem mais leal, tipo, não teria onde eu comprar, no caso, se não tem onde eu comprar aqui, não tem teria também onde os meus clientes se deslocar e ir até lá, então o que é que ia ocorrer, ia ser mais difícil da mercadoria

chegar pra mim, porque eu ia mandar trazer de São Paulo, mas eu ia ter uma margem de lucro maior. (Entrevistado 18).

Eu acho que não seria bom não, porque tem muita gente que vem mais / eu acho que tem muita gente que vem pro Feiraguay pela presença deles, dos produtos deles, que vem pensando que acha mercadoria barata. E eles têm preço pra atacado, pra atacado eles têm preço bom. (Entrevistado 19).

Após a observação participante, o pressuposto de que a presença dos chineses era controversa só se confirmava e, mais uma vez, as vozes dos agentes do Feiraguay confirmam o incômodo que essa presença provoca.

3. ESTUDO SOBRE A INSERÇÃO DOS CHINESES NO FEIRAGUAY

Após tatear sobre todas as esferas do comércio da cidade Feira de Santana e assim me defrontar com a forte inserção dos chineses no Feiraguay, delimitei o objeto e tracejei um caminho para o cumprimento dos objetivos do estudo. Os passos que segui são apresentados nessa seção, dividida em quatro subseções. Na primeira subseção realizo uma descrição densa sobre o Feiraguay seguida de outra subseção intitulada os chineses no Feiraguay e por fim a subseção diálogos entre Bourdieu e os chineses no Feiraguay.

3.1 DESCRIÇÃO DO FEIRAGUAY

Na introdução deste estudo, a cidade de Feira de Santana é apresentada como uma cidade que nasce no leito de uma feira e é sob essa estrutura de feira que a sociedade feirense foi se constituindo. Os E-4; E-25 e E-26 afirmaram em suas entrevistas e toda a literatura lida confirma origem da cidade.

Esta é uma tese situada no tempo presente, mas o Feiraguay, campo de pesquisa desta, existe como um microcosmo de reprodução dos traços sociais, culturais e econômicos da cidade de Feira de Santana. É uma síntese do que é comércio e de como é a cidade. O Feiraguay, portanto, pode ser compreendido como uma pequena Feira de Santana dentro da própria Feira de Santana.

Com o intuito de descrever o Feiraguay, recuperar de modo sintético a forma como ocorreu a constituição da cidade de Feira de Santana será um recurso utilizado para cumprir a este objetivo específico.

É comum encontrar na história da humanidade que foi catequizada pelo catolicismo, cidades originadas a partir de uma igreja e de uma feira de rua que se dava no mesmo dia das celebrações religiosas (SÁ, 2017). Com a Princesa do Sertão não foi diferente, ou seja, é uma cidade que se constitui em torno das feiras livres que com o tempo foram perdendo força, pois o comércio se modernizou e as feiras foram sendo substituídas por novas formas de comércio. Algumas, no entanto, resistiram, e foi assim com o Feiraguay. O depoimento do E-25 é bastante preciso quando descreve o Feiraguay:

O Feiraguay, na verdade, ele é um rabinho da lagartixa que ficou balançando aí depois que mataram as origens da cidade. Por que a cidade é o quê? Uma feira-livre. Feira-livre em todos os aspectos, porque você tinha uma feira-livre que qualquer pessoa podia vir, trazer suas coisas pra vender, bastava ter um ombro, saía circulando na rua vendendo seu fumo de corda, seu amendoim, vendendo seu umbu,

e aí a cidade ela se desenvolveu em toda essa feira-livre. E essa feira-livre tinha a coisa do autônomo, isso era muito importante, e a gente viu depois que mudou a cidade, tirou a feira-livre e botou pro centro de abastecimento, houve uma supressão muito grande desse público de autônomos, e as pessoas autônomas que constituíam a feira-livre, mas que paralelamente faziam outros negócios, pequenos vendedores de miudezas que também faziam parte da feira-livre, tal. Quando a feira-livre desce, começa a haver uma pressão no centro da cidade (...) aí os camelôs começam a ocupar o centro da cidade, e quando a gente começa a ver o centro de abastecimento sem o cuidado adequado, sem a infraestrutura adequada, o que acontece? Uma fragilização do centro de abastecimento, a gente começa a ver uma migração de comerciantes para o centro da cidade. Então isso ficou claro pra mim. (Entrevistado 25).

A história que antecede o Feiraguay no formato em que ele se apresenta nos dias atuais diz que esses comerciantes se aglomeravam no centro da cidade, em outra avenida comercial da cidade, a Avenida Salles Barbosa ao lado do Mercado de Arte da cidade. Lá os comerciantes se organizavam como camelôs e esses mesmos comerciantes viajavam para o Paraguai em busca de eletrônicos. O E-25 (2017) confirma o dito quando declara:

Aí começou a aparecer a coisa dos rádios e relógios, que eram naquele momento tecnologia (...) que rádio era uma coisa cara, relógio era uma coisa cara, começaram a aparecer relógios baratos, rádios baratos comprados onde? Na fronteira com Paraguai. Então ali virou um comércio com esse *mix* de tecnologia, rádio, toca-fitas de carro, *walkman*, me lembro disso, caixinha de música... E aí virou Feiraguay, porque eram pessoas que viajavam pra fronteira do Paraguai pra comprar eletrônicos mais baratos e vender ali do lado do mercado de artes, que já era por origem o espaço que inclusive tem uma lógica, que o mercado de artes era o mercado de carne, e foi reinaugurado como mercado de artes e ficou ali aquele espaço sempre como espaço (...) (Entrevistado 25).

E assim o Feiraguay começa, no início da década de 1980, quando a economia do país estava fragilizada e o comércio informal era uma possibilidade de ganho praticada pelos brasileiros, conhecidos popularmente como camelôs. Entre as mercadorias vendidas por esses comerciantes brasileiros, destacavam-se os produtos eletrônicos falsificados, contrabandeados do Paraguai, comprados e vendidos sem nota fiscal. Nesse comércio ilegal é que se origina e se estabelece o Feiraguay, mas não com a anatomia que apresenta hoje (OLIVEIRA, 2013); (AVAMFS, 2015). Em meados da década de 1990, esses comerciantes estavam já engajados nas viagens de idas e vindas ao Paraguai, havia comerciantes donos de ônibus, como o E-4 e que organizavam as idas ao Paraguai para a compra e posterior comércio das mercadorias. Sobre essas viagens, o E-4 (2017) declarou: “Eu viajei pro Paraguai, eu tinha ônibus que rodava pro Paraguai, fazia excursão. Então assim, uma viagem dava certo, outra viagem dava errado.” (E-4, 2017).

Essa particularidade de viajar em excursões até o Paraguai para a compra de mercadorias importadas por parte dos comerciantes que se organizavam naquele espaço deu

origem ao nome do centro comercial Feiraguay. O grupo de comerciantes que trabalhavam no espaço uniu as palavras feira e Paraguai formando a palavra Feiraguay. Sobre a origem do nome Feiraguay, o E-4 (2017) declarou:

O acordo [entre os países] abriu a ponte da amizade, o brasileiro podia entrar no Paraguai pra fazer suas compras e aí tinha uma cota, claro que até hoje ainda existe essa cota, e dava entrada no país livremente. Só que o Brasil inteiro invadiu, e aquilo se tornou uma coisa muito grande, e a partir dali o produto começou a entrar em grande quantidade no país e aí foi quando nós criamos o nome Feiraguay, porque o produto que vendia era produto importado (Entrevistado 4).

Na época que o Feiraguay surgiu, a ideia mais presente no imaginário do brasileiro é que absolutamente tudo que vinha do Paraguai era falsificado ou copiado de algum outro país, o que valia para todos os setores, embora as bebidas alcoólicas, cigarros e os produtos eletrônicos fossem os produtos de falsificação mais populares, e essa era a principal razão dos baixos preços, e o que levava os brasileiros a atravessar a fronteira com as compras.

Esse movimento dos comerciantes era crescente e passou a incomodar os lojistas que cercavam esse comércio informal, pois os esforços dos comerciantes do Feiraguay se traduziam em ameaça e esses comerciantes formalizados passaram a exigir frente ao então prefeito, José Raimundo, que esse comércio fosse abolido ou reordenado em outro espaço. Assim, o direito daqueles informais seria garantido e eles deixariam de ser uma ameaça para os lojistas da Salles Barbosa e o comércio ficaria mais organizado. Sobre a desorganização do comércio ser uma razão para que o Feiraguay fosse realocado, OLIVEIRA (2013) aponta que:

Nas reportagens sobre o Feiraguay e suas implicações para a sociedade, há um significativo predomínio da opinião de que o Feiraguay deveria ser retirado do centro da cidade. Na defesa dessa posição, o principal argumento utilizado é de que o Feiraguay, em seu endereço de origem, causava desorganização nas ruas do comércio e essa desorganização impedia o progresso e o desenvolvimento da cidade. Desenvolvimento e Feiraguay — alojado no centro da cidade — estariam, portanto, em posições divergentes, posto que havia ali uma ordem fora do lugar, uma desordem. Dessa forma, a retirada dos ambulantes do centro possibilitaria, entre outros benefícios, o desenvolvimento/progresso econômico feirense. (OLIVEIRA, 2013, p.13).

As entrevistas realizadas com os: E-1 (2016), E-2, E3, E-4 e o E-25 (2017) indicaram dois eventos críticos na história do Feiraguay. O primeiro ocorreu no ano de 1995 e contribuiu substancialmente para a realocação do Feiraguay para a Praça Presidente Médici, espaço onde até hoje está. Como Oliveira (2013) indicou, havia o argumento de que a presença dos comerciantes informais na Salles Barbosa era incômoda, porque provocava a desordem nas ruas do centro e também porque esses comerciantes praticavam preços baixos, o que era um

problema também para os comerciantes formais desta avenida. A história contada pelos entrevistados diz que era no mês de dezembro, bem próximo ao Natal que os comerciantes informais da Salles Barbosa vendiam muito e, para ampliar ainda mais as suas vendas, se organizaram para decorar a Avenida Salles Barbosa com luzes típicas da época.

Esses comerciantes investiram bastante dinheiro nessa decoração e conseguiram atrair o público consumidor e alcançar o objetivo de ampliar as vendas, o que mais uma vez incomodou os comerciantes formais que pressionavam a prefeitura para a remoção daquele grupo. Naquele ano, faltando poucos dias para a data em que se comemora o Natal, os comerciantes informais, após investirem tanto em estoque quanto em decoração natalina, foram notificados para que saíssem do centro da cidade. Essa notificação gerou enorme mobilização por parte dos comerciantes do Feiraguay, até porque a realocação deles naquele momento do ano certamente traria prejuízos.

Foram então organizadas passeatas e mobilizações, advogados assumiram a causa e todo esse movimento fez com que a prefeitura fosse flexível, e a notificação foi suspensa até o ano seguinte. Após esse episódio, uma comissão de representantes do Feiraguay, entre eles o E-4, passou a negociar um novo espaço para que se instalassem. Fazia parte das exigências dos comerciantes que não fosse um local tão afastado do centro da cidade. Esse foi um dos critérios utilizados para que a escolha do novo espaço que abrigaria os comerciantes informais passasse a ser a Praça Presidente Médici. A proximidade da praça com um grande terminal de ônibus facilitaria o movimento dos comerciantes, além da circulação dos clientes. Assim se deu a trajetória que levou o Feiraguay à Praça Presidente Médici, onde se consolidou como centro comercial de referência local e para também para outras cidades até os dias atuais. O E-4 (2017) falou a respeito da resistência a essa realocação:

Antigamente aquilo ali era só barraquinha de armar e desarmar, colocava de manhã e à noite desarmava, e eu fui uma das pessoas que fiz muita caminhada, muito protesto pra não ir, porque na verdade, assim, camelô gosta de estar onde o povo está, ele tem que tá onde tem o fluxo de movimentação, então o mercado de arte era um movimento muito grande. Então quando veio essa ideia do governo de tirar a gente dali eu fui uma das pessoas que protestaram. Protestei muito, fui pra imprensa falada, escrita, televisionada, pra que a gente não fosse deslocar pra aquele local, porque ali na verdade hoje é um centro comercial de grande potência, mas ali foram uns 4 ou 5 anos de sofrimento pra gente. Ao chegar naquele local, não tinha jeito, a gente tinha que ficar ali mesmo, foi o poder público que nos colocou ali, eu criei uma associação, essa associação que gere o Feiraguay hoje, que é a associação de vendedores ambulantes de Feira de Santana, pra dar poder e voz ao comerciante que trabalhava naquele local que era muito desprotegido. Não sabia pra onde ir... Eu, com um pouco mais de experiência, tal, criei essa associação, nós chegamos lá no dia 16 de abril de 1996, quando foi no dia 19 de novembro do mesmo ano, eu criei essa associação naquela praça pública ali. E aí fui lutando, lutando, primeiro veio a ideia de/eram barraquinhas, depois veio a ideia de fazer as barracas de chapa com a

cobertura de Eternit (...) Então aquilo lá pra mim é um instrumento de grande valor dentro do município, eu tenho orgulho de dizer que aquilo ali tem o meu DNA, foi criado por mim. (...) Quando nós fomos transferidos pra lá, foi exatamente porque aquele lugar não comportava mais, então o diretor da associação comercial, presidente, tenho que agradecer muito porque foi uma das pessoas que me deu muita força também na época, que é o (Clovis Cedraz), que é uma pessoa que se preocupa muito com comércio em Feira de Santana. Foi nosso parceiro em ajudar também nós criar a associação, foi ele que me deu todas as dicas, ‘cria uma associação que assim você vai ter mais olhos, o poder público vai poder lhe olhar com outros olhos’, porque até ali a gente procurava o poder público e ele não acreditava muito no nosso trabalho. (Entrevistado 4).

A Praça Presidente Médici fica em uma região um pouco afastada do centro da cidade. O espaço da praça era um grande galpão que seria ocupado, ainda que não exclusivamente, pelos referidos comerciantes brasileiros de produtos trazidos do Paraguai. Assim, o conhecido, e até turístico Feiraguay, perde a forma de feira mais tradicional para assumir a forma de uma organização comercial ou, como é popularmente designado, *shopping center* popular.

De acordo com os E-1 (2016); E-2, E-4 e o E-25 (2017), logo quando os comerciantes foram para a Praça Presidente Médici, o espaço não oferecia uma infraestrutura adequada para um comércio. “As barracas precisavam ser montadas por volta das 4h30 da manhã e desmontadas no final do dia, não havia um teto como cobertura” (E-1, 2016) ainda de acordo com o E-1 (2016):

A gente armava e desarmava e aí como estava ficando muito trabalhoso, o que as pessoas fizeram? As pessoas começaram a fazer estrutura de ferro, tipo uma gaiola, porque tinha aquele trabalho de armar e desarmar, chegar no final de ano, saía tarde, chegava muito cedo e o pessoal começou a fazer as portas, a fazer a estrutura de ferro e começou a fazer isso aí, e numa dessas construções, intervenções ou reforma, não sei como vou dizer isso... E aí como era muita máquina de solda e a energia daqui era um pouco desgastada, sobrecarregada, numa dessas intervenções, dessas reformas, houve um incêndio por conta da parte elétrica, dessa área daqui, da frente (...) Do lado esquerdo. Acho que quatro ou cinco corredores e foi um estrago muito grande (Entrevistado 1).

Esse incêndio foi o segundo evento crítico na história e evolução do Feiraguay e é citado por 21 dos 26 entrevistados durante a realização desta pesquisa. O E-25 (2017) sintetizou o ocorrido:

No começo era muito embrionário, e o tempo foi passando e foi ficando as barracas ali. Mais tarde tivemos várias crises, muitos queriam voltar pra lá, mas como era um *mix* forte, relógios, máquina de fotografar, aí ampliou um pouco esse *mix*, som, tocafitas, CD. Começou a ter um outro viés. Como era um *mix* estabelecido na parte de tecnologia, na época, e na parte de eletrodoméstico de uso sonoro, aí começou a crescer relógios e outros tipos de utensílios, aí aquele *mix* teve a força de atrair as pessoas pra lá. Tanto que naquela região ali [onde está instalado o Feiraguay] era só oficina de carro e residência. Chegando 2000, fui vereador e me lembro que o Feiraguay estava uma bagunça, mas com muito movimento. Barracas de pau, de madeira, qualquer coisa, e eu me lembro muito da energia elétrica, que eu vinha

prevendo que ia ter (...) que estava muito complicado, eu via que como você mexia com muito equipamento eletrônico, acabava que era gato por cima de gato, e ninguém tinha controle de quem estava ali. Resultado? Incendiou (Entrevistado 25).

Segundo os E-1 (2016) e o E-4 (2017), apenas após esse acontecimento é que a iniciativa pública municipal interferiu em favor dos comerciantes reconstruindo os corredores atingidos. Segundo esses dois entrevistados:

O incêndio foi maior do lado esquerdo. Acho que quatro ou cinco corredores e foi um estrago muito grande. O prefeito, na época, acho que José Ronaldo (...) iniciou essa construção, por que a prefeitura se comoveu com a situação dos comerciantes, mas foi a primeira vez que a prefeitura se mobilizou para fazer algo na estrutura do Feiraguay, porque senti pena (...) A prefeitura fez essa primeira parte com o dinheiro da iniciativa pública e depois o pessoal adotou o mesmo modelo. O gestor da [associação] da época organizou e pagou, e o Feiraguay terminou crescendo ainda mais. (Entrevistado 1)

(...) e aí fui lutando, lutando, primeiro veio a ideia de/ eram barraquinhas, depois veio a ideia de fazer as barracas de chapa com a cobertura de Eternit, depois quando foi em 2002 houve um incêndio, de grande proporção, e aí foi onde nós fizemos uma parceria com o governo municipal. É bom deixar claro que o governo municipal não (arcou) nada praticamente, pra nós construirmos o Feiraguay. Então o governo municipal na época ele custeou / foram 23 lojinhas que pegou fogo, a outra parte nós fizemos várias reuniões, pedi permissão pro poder público e fui construindo, e hoje o Feiraguay é aquele centro comercial. (Entrevistado 4).

É importante ressaltar que a iniciativa pública cedeu recursos apenas para a construção da ala nova, que foi construída após o incêndio no Feiraguay. Os comerciantes que não estavam lá antes do incêndio construíram novos boxes com recursos próprios e grande parte deles construiu seguindo o padrão arquitetônico adotado pelos boxes atingidos pelo incêndio e que precisaram ser reformados ou reconstruídos.

Há certa controversa no que diz respeito a essas construções, pois existem informações colhidas nas entrevistas, e também por escuta ocorrida após o desligamento dos gravadores, de que a iniciativa pública pagou a infraestrutura da ala nova e os comerciantes pagaram por seus boxes. Com esse reordenamento, muitos espaços da praça ficaram livres e a associação construiu boxes nessas áreas livres os vendeu e ficou com o dinheiro dessa venda.

Esse evento de construção e venda de boxes por parte da associação no período de pós-incêndio é controverso, porque a Praça Presidente Médici é um espaço de solo público. Sendo assim, a construção na área não pode ser privatizada por uma associação. Em tese, o rito a ser seguido diz que o ambulante que pretende comercializar²³ naquela região deve pedir

²³ Atualmente, todo o terreno da Praça Presidente Médici está lotado com boxes construídos, não há espaço para novas construções. Porém, esse é o rito que foi seguido pelos comerciantes para se instalarem no Feiraguay.

uma licença na prefeitura para se estabelecer na praça e só após essa licença, a construção está autorizada, seguindo ou não os padrões dos boxes no pós-incêndio.

A gestão atual não sabe explicar esse fato, mas o E-1 (2016) declara que há uma ação na justiça investigando esse caso e que os antigos gestores da associação devem responder por essa ação. Sobre esse assunto o E-1 (2016) declara:

(...) Aquele era um espaço desenhado no chão, aonde a pessoa vinha, igual à feira, colocava, armava a barraca e comercializava os seus produtos, e aí adotou o mesmo modelo da prefeitura, na época do incêndio, e tudo fez, pagou sua parte, e o gestor da época, ele organizou tudo, e cada um pagou por metro quadrado e construiu o que está sendo visto aí, hoje. Essa área aqui é mais nova. Como tinha muito ambulante, muita gente vendendo CD, tinham uns quiosquezinhos que eram lanchonetes, aí o que foi que eles fizeram? Essa história é um pouco até mais confusa, mas é mais ou menos o que a gente viu e a gente não sabe, de fato, o que foi que aconteceu nos bastidores (...) A gente não sabe até que ponto o poder público autorizou, quem autorizou, [a venda dos boxes] de como foi feito, e de que forma foi feita e para onde foi o recurso que foi captado através disso daqui, porque teve espaços que foram vendidos e tal. (...) foi o que a gente viu na época, esse [o antigo gestor] que já tinha muito tempo aqui, ele chamou todo mundo e cada um também pagou pela construção por metro quadrado, sobrou muito espaço aí, sobrou muitos boxes. Esses boxes foram vendidos e a gente não sabe como foi revertido [o valor dessas vendas] (Entrevistado 1).

Essas informações evidenciam uma esfera política que foi decisiva para a formação desse centro comercial e para que ele assumisse a sua forma atual. Ainda segundo o E-1 (2016), nesse momento o Feiraguay passa a ser dividido por nichos de mercadorias:

Aqui era dividido mais ou menos assim: eletrônico, brinquedos era essa parte aqui de cima [ruas que antecedem as ruas que estão em ordem alfabética]. Aqui na frente [local onde fica a sede da AVAMFS atualmente], era uma praça, também, tinha um módulo policial aqui, a sede era embaixo, também da associação, e onde tinha esse retorno do meio do Feiraguay. No outro lado aqui era considerado parte do relógio, que o pessoal comercializava mais relógio. (Entrevistado 1).

A praça presidente Médici antes da instalação do Feiraguay era cercada por oficinas mecânicas e por uma grande área residencial. Com a chegada e permanência desse novo grupo de comerciantes, esse entorno se modificou e hoje toda a área é composta por galpões usados para depósitos, boxes, lojas, galerias e demais organizações comerciais.

Segundo os E-1, (2016); E-2, E-3, E-4 e o E-25 (2017), o Feiraguay é localizado na Praça Presidente Médici (e limita-se a ela), centro da cidade de Feira de Santana, espaço público. Portanto os comerciantes do Feiraguay não são os proprietários daquele terreno, mas pagam pelo direito de explorar aquele solo. A perspectiva espacial dos entrevistados: E-1,

(2016); E-2, E-3, E-4 e o E-25 (2017) é que o Feiraguay possui os limites claros no retângulo que compõe a Praça Presidente Médici; já para os gestores do site feiraguay.com, portal possuidor de uma série de parcerias estabelecidas com o centro e com a AVAMFS, o Feiraguay tem outra perspectiva espacial:

Muitas pessoas acreditam que o limite do Feiraguay é a ilha, a chamada “ilha”, que é a Praça Presidente Médici, mas, na verdade, a gente entende que as lojas ao redor, elas fazem parte do Feiraguay e foi justamente essa quebra de paradigma, que a gente chama, foi quando a gente implementou, porque o pessoal sempre falou: “é o box de fora do Feiraguay ou é o box de dentro do Feiraguay?”, e a gente sempre fala “aquilo ali tudo Feiraguay”, entendeu? Então, pra gente, a gente considera aquilo tudo Feiraguay, tanto as ruas da laterais, como a ilha de dentro (Entrevistado 6).

Segundo o portal feiraguay.com o Feiraguay é maior que a Praça Presidente Médici, um espaço de ocupação pública, e que, ao contrário do que ocorre na maioria dos lugares, onde o comércio informal cresce em torno dos prédios de instituições privadas, duas enormes galerias de gestão privada cresceram no entorno do Feiraguay. A maioria das lojas do entorno do centro são de antigos e atuais proprietários de boxes no Feiraguay e existem também muitas lojas de chineses.

A figura 15 permite que se tenha uma noção da amplitude do Feiraguay. Há indicação com setas dos corredores de comércio formal a que me refiro e que foram construídos após a existência do Feiraguay na Praça Presidente Médici e que são também fortes centro de atacado na região.

Figura 15: Foto aérea do Feiraguay e destaque do início dos corredores comerciais que circundam o Feiraguay



Fonte: Feiraguay.com. Acesso em 22/12/2016

A loja de bolsas da Figura 16 é de propriedade de chineses e está localizada no cinturão que cerca o Feiraguay. Ela se destaca por ser uma loja grande, com o subsolo e o mezanino todo tomado por bolsas de todos os tipos e para todas as idades. É curioso o fato de que grande parte dos produtos dessa loja não são originais da China ou “xing ling” como os comerciantes se referem.

Grande parte das bolsas é fabricada no Brasil. Outro dado curioso é que todos os trabalhadores dessa loja são brasileiros, usam fardas e parecem ser formalizados. A lógica de vendas e de contratação, seja de brasileiros, seja de chineses, fora da Praça Presidente Médici é diferente da praticada dentro da praça.

Figura 16: Fachada da loja de bolsas dos chineses localizada no entorno do Feiraguay.



Fonte: Elaboração própria (2017)

O entendimento de que o Feiraguay está para além da Praça Presidente Médici, ou seja, inclui o cinturão de comércio que foi construído em torno da praça, não é apenas dos gestores do feiraguay.com, pois escutei a seguinte frase de um cliente da loja da E-20: “o Feiraguay é tudo isso aqui [referência à praça e ao cinturão]” e também “os donos das lojas daí de fora são os mesmos donos dos boxes do Feiraguay”. Duas vendedoras vizinhas ao boxe da E-20, quando perguntadas informalmente sobre o tamanho do Feiraguay, concordaram que ele está além dos limites da Praça Presidente Médici.

Não há um consenso sobre onde começa e onde termina o Feiraguay ou sobre quais são as fronteiras do centro. Porém, como já sinalizado, a lógica das lojas de fora da praça é diferente da praticada nos boxes. É como se o comércio do entorno, embora seja também considerado Feiraguay por alguns, fosse mais passível à ação do Estado. Por isso os

trabalhadores são formalizados, há a emissão de nota fiscal à medida que há a exigência por parte dos clientes. Todos os comerciantes do entorno são formalizados. Na figura 17 é possível que se identifique a Praça Presidente Médici.

Figura 17: Em destaque a Praça Presidente Médici



Fonte: Imagem adaptada do *google maps*

A forma como o Feiraguay se organiza é horizontal e retangular. Os boxes que compõem esse retângulo²⁴ estão distribuídos por ruas divididas em transversais que vão da letra A até a letra Z. Contudo, na parte da frente do Feiraguay, o traçado não é linear e não são transversais. São pequenas ilhas com um a cinco boxes juntos e são contadas da Rua 1 a Rua 7. As transversais organizadas em ordem alfabética estão logo em seguida.

A atmosfera do Feiraguay é bastante confusa e é difícil se localizar estando lá dentro, especialmente em épocas de festas. Lembro-me de me sentir muito confusa em todas as visitas que fiz ao local antes da entrevista que realizei com o E-6, (2016), pois durante essa entrevista o E-6 me forneceu uma planta que ele próprio desenhou em um *software*, o que me ajudou na minha localização no campo. A falta de um traçado planejado torna o local confuso, essa foi uma das razões alegadas pelo E-6 (2016) para a criação do portal feiraguay.com:

²⁴ Esse dado é de 2017, porém não é um dado seguro, pois os comerciantes, com exceção dos chineses (pelo menos em tese) mudam o seu formato à medida que surgem oportunidades como o aluguel de mais um boxe em uma das ruas laterais.

(...) eu sempre achei o Feiraguay meio confuso (...) e eu senti também muita dificuldade, apesar de ser de Feira, sentia muita dificuldade em comprar no Feiraguay, saber quais são os boxes que tem o produto que estou procurando, saber promoções que estão ocorrendo no local. Então, a partir dessa necessidade que eu senti “poxa, eu posso ajudar outras pessoas”, até porque o maior público de Feiraguay é de fora de Feira (Entrevistado 6).

O portal feiraguay.com é um site parceiro da AVAMFS, inclusive dois dos três gestores da AVAMFS entrevistados utilizam o portal para anunciar os produtos e as promoções dos seus respectivos comércios. A organização do site depende dessa parceria e do bom relacionamento entre os gestores do site e os comerciantes de dentro e de fora da Praça Presidente Médici.

Segundo o E-1 (2016), o centro comercial se desenvolveu e conta atualmente com uma estrutura fixa de 650 boxes, em uma área coberta de 4.000 m². A medida de um boxe corresponde a um quadrante de 1.80 m² x 1.00 m². Trata-se, portanto, hoje um dos maiores centros de comércio de atacado de Feira de Santana e o mais conhecido fora da cidade. O mesmo E-1 (2016) destaca que no início do novo Feiraguay, já na Praça Presidente Médici, os boxes eram divididos por nichos de mercadorias:

Aqui era dividido mais ou menos assim: eletrônico, brinquedos era essa parte aqui de cima [ruas que antecedem as ruas que estão em ordem alfabética]. Aqui na frente [local onde fica a sede da AVAMFS atualmente], era uma praça, também, tinha um modulo policial aqui, a sede era embaixo, também, da associação, e onde tinha esse retorno do meio do Feiraguay, no outro lado aqui era considerado parte do relógio, que o pessoal comercializava mais relógio (Entrevistado 1)

Essa divisão por nichos perdeu força quando os comerciantes passaram a ocupar o Feiraguay de acordo com a possibilidade de aumento dos seus boxes e essa é a principal razão que dificulta a atualização da planta baixa do centro. É muito comum a mudança de tamanho dos boxes, à medida que é viável para os comerciantes a aquisição de novos boxes vizinhos para a ampliação. Um exemplo que ilustra bem essa situação é o caso do boxe da E-20, espaço onde ocorreu a observação participante.

No período de janeiro e fevereiro de 2017 ela tinha apenas um quadrante de 1.80 m² x 1.00 m². Encontrei com a E-20 em meados de março, durante as idas ao Feiraguay, quando ela já me avisou que estava negociando a ampliação do seu boxe, negociação essa que foi bem sucedida e ela então alugou o boxe ao seu lado e dobrou de tamanho. Nas imagens é possível observar a mudança. Na figura 18 dá para ver que a parede que limita o boxe é bem próxima ao balcão de atendimento. Já na figura 14 é possível notar a diferença de profundidade.

Figura 18: Boxe da Entrevistada 20.



Fonte: Elaboração própria, 2017.

A maior parte dos boxes do Feiraguay possui mais de um quadrante, o que corresponde a $3.60 \text{ m}^2 \times 3.60 \text{ m}^2$ (2 quadrantes) e não existe um ordenamento lógico na dessa distribuição. Não há um planejamento sobre quais bancas de produtos devem estar perto umas das outras e também é possível perceber que não há um padrão de crescimento dos desses pequenos pontos de venda individuais. Conforme relatado, eles ampliam seus espaços de acordo com as oportunidades de compra ou aluguel de um boxe vizinho.

Muitos boxes do Feiraguay são planejados por arquitetos e decorados por especialistas e possuem a aparência de lojas de luxo. Contudo, grande parte são simples, planejados e decorados pelos próprios donos. É comum encontrar um boxe muito bem decorado ao lado de um simples e desorganizado. É possível ver na Figura 19 um exemplo desse espaço organizado, mas planejado pelo seu próprio dono.

Figura 19: Boxe planejado pelo seu proprietário no Feiraguay



Fonte: Página do boxe no *facebook*. Acesso em 19/06/2017

De acordo com o depoimento do E-5 e do E-20, assim como da escuta de outros comerciantes locais, o Feiraguay atualmente é o m² mais caro da cidade de Feira de Santana, chegando a custar entre R\$ 200.000 e R\$ 220.000²⁵; sendo que esses compradores vão sempre ser permissionários, porque no Feiraguay se vende o direito de ocupar e explorar o solo público. O aluguel do m² custa em média R\$ 4.000. Até o momento que realizei a entrevista com o E-26, há a ideia de que os comerciantes do Feiraguay eram permissionários, o que o entrevistado nega:

Eles se declaram permissionários, mas não são. Não tem nenhuma... O que nós temos é um acordo com variação técnica, onde a gente repassa a condição que foi feita pela prefeitura, para que eles administrem (...) A deliberação perante o espaço é exclusivamente da prefeitura. (Entrevistado 26).

O centro comercial funciona em regime de condomínio e quem faz a gestão desse condomínio é a AVAMFS. Segundo o E-2 (2017), a gestão e o funcionamento do Feiraguay se dá da seguinte forma:

²⁵ Essa informação não foi confirmada por nenhuma agencia da prefeitura da cidade.

Existe um corpo, uma direção, que é composta por presidente, vice-presidente, 1º diretor, 2º diretor e tesoureiro. Cinco pessoas [compõem a direção da AVAMFS]. Eleições a cada quatro anos, aonde a maioria simples das pessoas vão à assembleia, as chapas dos sócios, qualquer sócio, que a gente chama associado desse condomínio, o comerciante que esteja em dia pode lançar candidatura, formou uma chapa ele pode concorrer. Então essas pessoas são eleitas por quatro anos pra gerir a Feiraguay, gerir aqueles recursos que são arrecadados por uma cobrança que é feita semanal e mensal, de acordo com a proposta e alinhada com o comerciante. A prefeitura nos dá (um toldo), iluminação, as secretarias competentes não dão cada uma seu suporte, seja de trânsito ou limpeza pública, enfim, e nós que arcamos dentro da Feiraguay, por achar que a Feiraguay, por julgar que a Feiraguay é autossuficiente, com a segurança/ esse dinheiro, esses recursos que são cobrados é empreendido em segurança, limpeza dentro da Feiraguay, iluminação, telhado, que é um grande gargalo da gente, manutenção de banheiros, reparos na parte elétrica... nós temos hoje internet em toda Feiraguay, aí a prefeitura entrou com internet, mas nós temos / o Feiraguay é monitorado 100 por cento com câmeras, essas câmeras foram adquiridas e instaladas com recursos próprios, então é dessa forma. A gente pode contar com a prefeitura e com todas as suas secretarias, e contamos, que eles têm toda boa vontade pra nos ajudar sempre que solicitado, mas a gente por se julgar autossuficiente e por ter isso, não acha que tem necessidade de a gente tá tentando pleitear algo junto à prefeitura, mas sempre que a gente os procura, eles nos dão suporte que é exigido. (Entrevistado 2).

Conclui-se que os comerciantes do local contam com a “boa vontade” da iniciativa pública, mas mantêm o desejo de realizar a sua gestão de modo autossuficiente. Há um claro desejo por parte da prefeitura da cidade para que a gestão desse shopping popular seja cada mais independente. O E-26 ilustra esse desejo da prefeitura quando diz:

Precisa [ter diálogo com a Prefeitura] e tem, porque a gente vem fazendo isso o tempo todo. É muito melhor você estar, no meu olhar, o papel da prefeitura é educação, saúde, segurança, apoio, mas ficar preocupado... Para você ter uma ideia, ficar preocupado porque o cidadão botou o manequim e a pessoa não consegue passar pela rua? Não é um papel, e várias vezes aconteceu isso, de eles pedirem a atenção da prefeitura para que os associados não invadam as calçadas com as suas próprias mercadorias, e eu “rapaz, vocês deviam trabalhar em sintonia. não compete a prefeitura tirar um homem para poder atender uma necessidade de sua venda”. Isso é desperdício de dinheiro público. (Entrevistado 26).

Para a viabilidade dessa gestão emancipada, a AVAMFS cobra R\$ 15.00 por um quadrante semanalmente a cada lojista. O valor é cobrado de modo progressivo, R\$ 15.00 por quadrante, ou seja, se um boxe ocupa dois quadrantes, paga R\$ 30.00 semanais e assim por diante. São atribuições da associação: a limpeza, a segurança interna e nos arredores, a fiscalização para que não existam vendedores ambulantes no passeio que circunda o centro e eles fiscalizam também possíveis irregularidades, ou seja, atos que estejam em desacordo com o regulamento vigente que foi votado e aprovado em assembleia pelos associados.

Durante a entrevista com o E-1, (2016), foi possível observar uma preocupação dos gestores com os comerciantes ambulantes (camelôs) que estão posicionados nos entornos do

centro comercial. Essa preocupação da AVAMFS chama a atenção, pois a origem de todo o Feiraguay está na informalidade e me recorro de ter a sensação de falta de empatia dos gestores da AVAMFS com os ambulantes, os camelôs vistos com mais frequência pelo entorno do centro e que comercializam água mineral, água de coco, frutas, espetinhos de carnes, balas e doces. Estes comerciantes não são bem-vindos nos passeios que cercam o Feiraguay.

Para o Presidente da AVAMFS, esses comerciantes atrapalham a circulação dos clientes do campo e tem sempre algum fiscal da AVAMFS a postos para combater essa presença. Alguns “comerciantes de isopor”, no entanto, são facilmente vistos ocupando o passeio da Praça Presidente Médici, isso ocorre com o consentimento dos comerciantes que estão nos boxes. Por exemplo, em frente ao boxe onde atuei existe um comerciante com isopor de água de coco que é defendido e protegido pela proprietária E-20. A presença dele ali é importante para dar apoio a ela. Ele, o vendedor de coco, troca lâmpadas, ajuda na abertura e fechamento do boxe, pendura prateleiras. A E-20 e a S-8, por sua vez, fazem os despachos de água de coco quando este comerciante precisa se ausentar. Essa situação não é incomum; acontece com muitos outros comerciantes. Sobre os ambulantes, o E-1 (2016) declarou:

O Feiraguay, lembrando que a gente não cuida dos arredores da praça, a gente cuida somente da praça. Você pode até ver que existem alguns ambulantes aí, mas era para estar bem pior, viu? Era para ser tombado de ambulante. Do lado de lá, o lado das lojas, você vê que tem alguns ambulantes, mas é contra a vontade da gente. O poder público, na realidade, faz vista grossa, não quer nos ajudar com relação a isso aí. É como eu lhe falei, já tem um desgaste, já tem um corpo a corpo e está explicando e tal, e as pessoas chateando comigo, e eu falar e querer resistir para que eles venham se estabelecer como ambulantes aqui, eu não vou estar me envolvendo com uma coisa que eu já acho que seria competência do poder público, até mesmo nos ajudar ou ele mesmo fazer essa questão do reordenamento, de decidir quem não pode, então, não vou me comprometer a estar olhando, a estar fiscalizando a outra parte lá, do outro lado (...) Causa desordem. O maior é a desordem, também, entendeu? E muitos deles, além da desordem, como eu posso dizer? Muitos deles, às vezes, começam trabalhando com produto e daqui a pouco, querem trabalhar com produto mesmo com associado que já está aí. Por exemplo, se essa época do ano, se a gente deixar, você não tem noção do tanto que carro que encosta aí para o carro vender blusa, para o cara botar sandalhinha de couro para vender, sapatinho no carro. O cara vem cedo, estaciona ali, abre a mala ali e fica vendendo. Eu não acho justo um cara chegar e botar uma roupa dentro de um carro, pendurar, fazer uma arara ali, pendurar no meio da rua, e vender para os nossos clientes, sendo que tem associado aqui que paga a associação, que já está comercializando aqui, muitos eles paga aluguel. Não é justo, entendeu? E se você deixar, isso aí, se você deixar um, abre precedente para vários. (Entrevistado 1).

Uma informação de relevo na gestão do Feiraguay é o compromisso que os gestores possuem com o campo. Segundo o E-25: “eles [gestores da AVAMFS] tratam o Feiraguay com tratam aquilo com uma dignidade muito grande” o que chama a atenção. Por isso é

importante registrar como os gestores da AVAMFS, tanto da gestão atual quanto da gestão passada, manifestam compromisso com o Feiraguay e manifestam também como o Feiraguay é importante para eles individualmente. Esse compromisso também é observado entre os comerciantes, sejam eles mais jovens no centro ou mais antigos. Segue o depoimento dos 5 gestores da AVAMFS (três da gestão atual e dois da gestão anterior) que indicam o compromisso de cada um com o Feiraguay:

A gente está aqui fazendo uma gestão transparente, que nunca teve. Eu tomei essa iniciativa partindo de um ponto de vista em que eu tinha que me manifestar também, me posicionar, e tal. Falei “vou procurar fazer, dar minha contribuição e fazer o meu melhor”. Eu tenho tentado, para lhe falar a verdade. Eu tenho tentado fazer o meu melhor aqui. Já estou aqui há dois anos e pouco, embora não quisesse mais, porque a gente tem uma data de quatro anos (...). Rapaz é porque a gente não pode nem dizer que está cansado, que a gente sabia que ia ser uma tarefa árdua. Foi uma tarefa mais árdua no início, para lhe falar a verdade e, hoje, não está sendo tanto, a gente ganhou respeito, ganhou moral (...) Culpa da transparência, do nosso histórico de vida. Cada um tem uma história de vida aqui bem interessante, particular de cada um, e as pessoas, como sabem que nós somos há muito tempo. Já conhecem, e existe a transparência, existe o retorno, porque o que é arrecadado aqui, a gente procura sempre estar melhorando a condição de trabalho do associado no quesito segurança, limpeza, organização e limpeza, também, dos banheiros, então, a gente sempre está resolvendo problema de vazamento, de quando chove. (Entrevistado 1)

Então se a gente não tomasse pé disso, eu falo a gente porque eu sou uma das pessoas que por essa importância que a Feiraguay tem pra mim, esse apego, esse zelo que eu tenho com Feiraguay, eu passei a ter um compromisso. Compromisso como? De ajudar na gestão da Feiraguay. Estou nela há dois anos e meio como vice-presidente e como tudo na minha vida eu faço isso com excelência. Eu me doo mesmo para o projeto. Então a gente chegou, depois de uma assembleia com todos os associados e a maioria, chegou num consenso de que os chineses não poderiam mais / entrar chineses na Feiraguay para que não atrapalhassem e lá na frente virasse um monopólio desses chineses na Feiraguay. (Entrevistado 2)

A minha vida toda eu passei aqui dentro. Devo tudo ao Feiraguay, muita gente não sabe, mas muitos comerciantes aqui dentro possuem o nível superior, inclusive eu tenho formação em Teologia sou Pastor evangélico e sou Bacharel em Direito. Tudo isso eu devo ao Feiraguay. Estou hoje como 1º secretário porque gosto daqui, quis ajudar a organizar e nós não ganhamos nada, pelo contrário. Gastamos tempo aqui que podíamos estar dedicados ao nosso comércio. (Entrevistado 3).

Deixa eu falar uma coisa pra você... Eu tinha um projeto pro Feiraguay, mesmo porque o Feiraguay tem meu DNA. O Feiraguay eu criei com o maior carinho do mundo... Eu tenho aquela loja onde você foi, [nome da loja], eu levei 5 anos sem poder ir em São Paulo porque se eu fosse em São Paulo, se eu pegasse um avião, quando eu retornasse de São Paulo alguma coisa de diferente estaria. Então o Feiraguay eu peguei, eu coloquei energia no Feiraguay, que não tinha, era um bico de luz, eu coloquei piso de granito no Feiraguay, que são 5 mil e pouco metros quadrados, que nem todo shopping tem piso de granito, que geralmente é piso de alta resistência igual esse aqui, eu defendi o Feiraguay com unhas e dentes, eu enfrentei polícia, operação policial, 300 e tantos homens pelo Feiraguay, eu tô vivo porque Deus é pai, não é padrasto, porque várias vezes... Existia antigamente maus policiais que se aproveitavam do povo do Feiraguay, que se beneficiava pra tomar dinheiro, eu não permitia, denunciava na imprensa mesmo, corria atrás dos superiores deles e... Assim, não deu. (Entrevistado 4).

O Feiraguay é importante para mim, mas nem só pra mim, mas pro Brasil. Aqui, por Feira ser um grande polo comercial onde tem diversidade de produtos e com preços mais em conta. Então atrai muitos turistas. Feira de Santana é muito conhecida internacionalmente pelo Feiraguay. A gente viaja por aí e o ponto de referência de Feira de Santana é Feiraguay. Na época mesmo que estivemos em Brasília, pela própria associação, pra defender os interesses dos sócios, que tinha muitas batidas aqui da polícia federal e apreensão de produtos, e nos chamou a atenção porque pra fiscalizar a mercadoria do Feiraguay a Receita Federal utilizava de uma forma de serviço que não era o normal de se fiscalizar empresas. Então lá em Brasília a gente falou sobre o Feiraguay, chamou bastante a atenção do secretário da Receita Federal a devida forma de trabalhar deles, que eu até falei pra ele assim / ele disse, ‘não, mas se fiscaliza lá, se faz batida lá porque é necessário’, e aí eu coloquei pra ele ‘porque tem cidadão lá, esse cidadão aqui mesmo tem empresa e é o mesmo contador no polo dos box do Feiraguay e nas lojas lateral. O mesmo contador que faz a contabilidade da empresa dele fora dos boxzinhos é a mesma que faz fora, e quando a Receita Federal quer fiscalizar a loja dele fora, eles mandam uma intimação solicitando documentos, que é apresentado, e quando quer fiscalizar a loja dele onde tem os box do Feiraguay, vem com a polícia’. (Entrevistada 5).

Esta fala do E-2 (2017) confirma que o compromisso e o zelo pelo Feiraguay também surge na esfera da política:

O mandato do E-24 tem um grande compromisso conosco, mas o mandato de Luiz / conosco é Feiraguay. Mas o mandato de Luiz, a pauta de Luiz, as reivindicações / as diretrizes do mandato de Luiz é feita por um grupo ao qual a gente é / a gente faz parte da composição, mas ele tem o seu corpo de assessoria e ele também tem preparo e vai conduzir isso com os nossos interesses, mas com os interesses de toda a comunidade, inclusive quando eu falei de Bonfim de Feira porque ele tem um grande compromisso, já que ele veio de lá, ainda tem irmã que mora na zona rural de Bonfim de Feira, e alguns outros distritos que a gente sabe que têm muitas carências, e que precisam muito que um vereador que realmente é de lá e que viveu os problemas de lá, e que vive, possa melhor lhe representar e exigir melhor condição de vida pra essas pessoas. (Entrevistado 2).

O Feiraguay, organização comercial de destaque da cidade. Lá de tudo se vende, de tudo se encontra. De acordo com o portal feiraguay.com, existem mercadorias de vários grupos. Os grupos citados pelo portal e alguns exemplos de cada um desses grupos estão listados no quadro 6:

Quadro 7: Grupos de produtos comercializados com Feiraguay:

GRUPOS	PRODUTOS
1. Alimentos	Lanches em geral, sequilhos, cocadas, balas e chocolates; espetinho de carnes; marmitas com refeições, refrigerantes, água de coco; farinhas; alguns grãos secos.
2. Acessórios veiculares	Lubrificantes, películas, alto-falante, tv's e dvd's, aparelho de som dos mais modernos, paletas de parabrisas, lanternas, faróis, aspirador de pó.
3. Celular e acessórios	Capas de proteção, cabos e carregadores, películas,

	bancos de energia.
4. Discos e DVD`s com jogos	Discos de vinil, cd`s e dvd`s piratas de música, de filmes e de jogos e há também a opção de encomendar o seu próprio CD ou DVD em um boxe específico. Nesse mesmo boxe é possível que o cliente compre um pen drive e selecione as músicas da sua preferência.
5. Eletrônicos	Câmeras fotográficas, câmeras de segurança, caixas de som de todos os tipos e tamanho, gravadores, vídeo game, microfones, fone de ouvidos, canetas e óculos espíões, conversores de TV, pen drives, impressoras, roteadores, cartuchos reciclados etc. .
6. Fármacos	Remédios tarja amarela e tarja preta que possuem a sua venda controlada em farmácias, no Feiraguay podem ser comprados sem receita. Há também a oferta de folhas verdes e desidratadas consideradas curandeiras e afrodisíacas, cremes que prometem ser a solução para dores crônicas, além de produtos para o combate a odores, a calvície e à prisão de ventre.
7. Games e Jogos	Cartões de memória, consoles, controles especiais, jogos para todos os vídeos games disponíveis no mercado, mini vídeo games.
8. Higiene pessoal e doméstica	Escova e creme dental, sabonetes, detergentes e desinfetantes de fabricação própria, essências para os ambientes da casa.
9. Importados	Bebidas, cigarros, perfumes, relógios, réplicas idênticas de bolsas de grife internacionais.
10. Sexy shop	Fantasia masculinas e femininas, óleos e cremes lubrificantes íntimos, brinquedos eróticos, lingerie especiais.
11. Utensílios domésticos	Conjuntos completos de jantar, faqueiros, roupa de cama, mesa e banho jarros, luminárias, flores artificiais, relógios de parede, varal, painéis, copos, guardanapos, lustres, venenos contra insetos domésticos, aspirador de pó, .
1. Informática e Acessórios	Teclados, mouses, transformadores, cartuchos de impressora (réplica)
2. Moda fitness	Malhas, calçados e meias especiais para serem usadas em academias; <i>collants</i> , polainas, cintas, halteres, produtos de pilates.
3. Moda praia	Biquínis, maiôs, sungas, boias de todos os tipos, óculos de mergulho, snorkel,
4. Móveis	Conjuntos de mesa, conjunto de mesa e cadeira dobrável, cadeiras plásticas, aparadores, tapetes, poltronas infantis, berços dobráveis.
5. Produtos esportivos	Luvas, halteres, bolas, redes, uniformes de times nacionais e internacionais, chuteiras, capacetes, joelheira, tornozeleiras.
6. Produtos femininos	Lingerie, roupas, calçados, bolsas, perfumes e cremes hidratantes e cremes anti-idade, meias finas, luvas, jóias, relógios, <i>soutiens</i> com alça de silicone, enchimento para bojos de <i>soutiens</i> ., bijouterias, acessórios para o cabelo, chapéu, cintos, tiaras, acessórios afro, turbantes.
7. Produtos Infantis	Brinquedos, roupas, fraldas, pelúcias, produtos especiais para bebês recém-nascidos, mamadeiras,
8. Produtos Masculinos	Roupas, calçados, <i>wonderwear</i> , óculos, carteiras,

	meias, jóias, chapéu, cintos, calçados, pijamas, chinelos.
9. Produtos unisex	Guarda-chuva, capas de chuva, mochilas.
10. Restaurantes	Lanchonete, restaurante de comida tradicional nordestina.
11. Serviços	Entrega de marmitas, serviços de aferição de pressão arterial, rádio local, serviços de comunicação visual, serviço de caligrafia em metais.

Fonte: Elaboração própria

No Feiraguay são encontrados desde fármacos de venda proibida a venenos para insetos, todos os tipos e tamanhos de pelúcia, passando por itens bélicos e tudo que está na moda e é tendência é fácil encontrar. Na maioria das vezes esses produtos são apresentados em forma de réplicas, algumas são mais parecidas com as marcas originais que as outras, fato que em muitos casos define a política de preços. Quanto mais parecida com o produto original é a réplica, mais alto é o seu preço. No quadro 7 indico como alguns dos produtos são apresentados no Feiraguay. As marcas que possuem réplicas e logos idênticas às marcas originais são: Adidas, Ana Hickman, Polo by Kim, Colcci, Polo Ralf Lauren, Lança Perfume, Carmen Stephens, Hollister. Abercrombie and Fitch, Ferrari, Dudalina, Havaianas, Coca-Cola.

Quadro 8: Relação das marcas de produtos cujas réplicas adaptam o nome da marca e/ou o logos e compõem o *mix* de oferta no Feiraguay.

RÉPLICAS			
ORIGINAL	DIFERENTE	LOGOS	
		ORIGINAL	DIFERENTE
APPLE	APLE	NIKE	Reproduzem o símbolo fielmente
CARMEN STEPHENS	CARMEN	LACOSTE	Há um esforço para que se reproduza o logos fielmente, mas não conseguem.
JOHN JOHN	J JHON	TOMMY HILFIGER	TH - Mais o símbolo da marca.
S-4	MLISSA	NEW YORK YANKEES	Reproduzem o símbolo fielmente.
OAKLEY	OKLEY	COCO CHANEL	Reproduzem o símbolo fielmente.
OSKLEN	OKLEN		
RAY – BAN	RAIBAN		
REBOK	REBOOK		
CHICAGO BULLS	BLACK BULLS		
PRADA	PRADO		
LOUIS VITTON			
MIL MIL	MIU MIL		

Fonte: Elaboração Própria (2017)

Um dado de destaque a respeito do Feiraguay e que foi obtido em algumas entrevistas e confirmado com a observação participante é a força do comércio por atacado do centro. Essa modalidade de comércio é uma característica importante do centro comercial ou, como um dirigente da AVAMFS definiu, “atacarejo”, ou seja, no Feiraguay uma parte do comércio é realizada por atacado (a maior parte) e a outra parte a varejo, o que não é comum em centros comerciais ou *shoppings* populares onde a prevalência costuma ser do comércio varejista.

Os pagamentos, em sua maioria, são feitos à vista; o desconto no varejo varia entre 5 e 10%, depende do comerciante e do produto. Alguns comerciantes chegam a esconder as máquinas para evitar que se realizem vendas no cartão, contudo raras são as bancas que não aceitam cartões de crédito e débito para suas vendas. Alguns acrescentam o valor de 5% nas compras em cartões de débito, a maioria dos parcelamentos é realizada com incidência de juros das operadoras de cartão de crédito.

Essa é uma lógica seguida pelos comerciantes: nas compras à vista é cedido entre 5% e 10% de desconto; sendo assim, imagina-se que esse desconto é dado porque as compras à vista são isentas das taxas cobradas pelas operadoras de cartão de crédito. Nas compras com cartões há a incidência de juros, que, na maioria dos casos, já está embutida no valor do produto no momento da formação de preço. O acréscimo, portanto, nas compras pagas com cartões de débito e crédito não fazem muito sentido, mas é uma prática local²⁶.

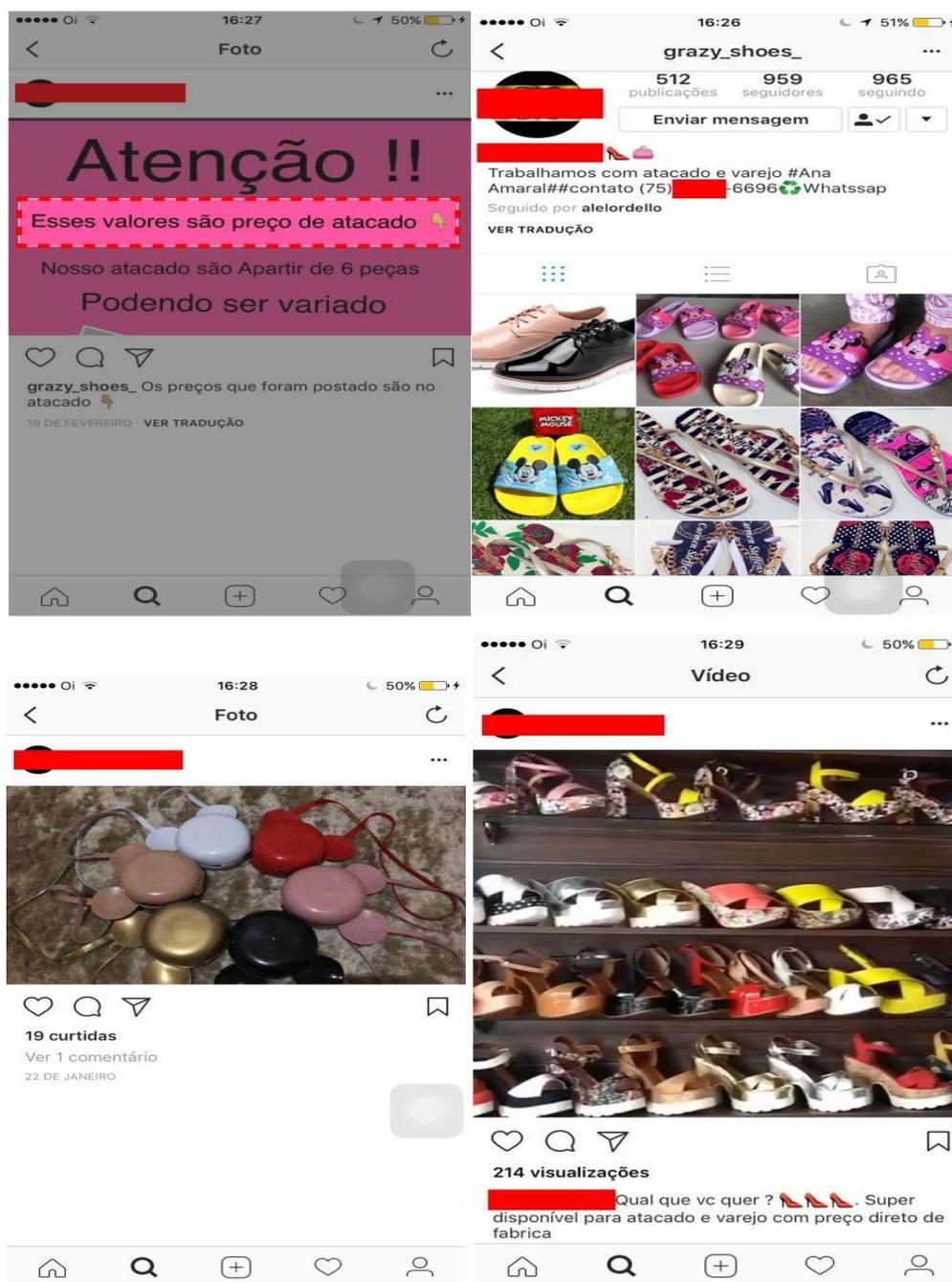
O desconto para compras realizadas no atacado chega a 40%. Por atacado se entende a compra de no mínimo seis peças idênticas; essas vendas normalmente são realizadas por aplicativos de mensagens ou por textos enviados por sms`s. Os comerciantes alimentam grupos nesses aplicativos com imagens e a descrição dos produtos, os integrantes dos grupos normalmente são de outras cidades e estes fazem as suas encomendas e marcam dia e hora para ir buscar no Feiraguay.

Muitos comerciantes do local mantêm seus boxes apenas como um *show room* das suas mercadorias e alugam galpões nas redondezas que servem como depósitos dos exemplares que estão expostos nas vitrines do Feiraguay. As redes sociais são muito usadas pelos comerciantes como vitrine para os clientes de outras cidades, não apenas para vendas no atacado, mas para aquelas realizadas no varejo. Nas figuras 20, 21 e 22 apresento algumas

²⁶ Essa não é uma prática apenas dos comerciantes do Feiraguay, mas de todo o comércio da cidade de Feira Santana, tanto o formal, quanto o informal.

imagens da página do boxe da S-20 em uma rede social. É possível observar nas imagens como as vendas por atacado são priorizadas.

Figuras 20 – Imagem da página da S-20 em rede social



Fonte: Instagram do próprio boxe (2018)

O número seis é cabalístico no comércio atacadista do Feiraguay, e é uma regra do local. É uma espécie de contrato tácito entre os comerciantes que possui em uma de suas cláusulas que os descontos para as vendas em atacado só podem ser cedidos nas compras acima de seis produtos idênticos. Assim, quando os clientes compram seis peças iguais ou do mesmo grupo de produtos, aquela venda é considerada venda por atacado.

Entretanto, durante a primeira instância da observação participante, foi possível observar que a E-20 flexibilizava esse número a depender do cliente; ela procurava ser discreta durante essa prática, para que outros comerciantes não percebessem que estava descumprindo uma regra local. Alguns comerciantes afirmam fazer parte da regra local a não flexibilização do número mínimo de 6 unidades, mas, talvez por causa do cenário de crise política e econômica instalada no país na época da pesquisa, essa flexibilização do número de mercadorias no comércio por atacado acontece. Presenciei inúmeras vezes essa flexibilização no boxe da E-20.

A E-20 era ainda mais flexível com os seus clientes atacadistas mais antigos quanto ao rigor do número de peças, mas ela fazia questão de pedir segredo a cada um dos clientes que recebiam o desconto, mesmo levando produtos diferentes ou no caso da compra de menos de seis itens.

De acordo com o CDL (2017), o Feiraguay abastece a macrorregião de influência da cidade, gerando mais de 1.800 empregos diretos e indiretos, além de ser um dos principais polos de distribuição da região Nordeste. Sobre a importância do centro comercial para a cidade de Feira de Santana e região o E-25, (2017) foi taxativo:

(...) hoje se você disser assim, o Feiraguay não existe em Feira, é um caos. Feiraguay gera mais de 5 mil empregos em torno dele. Então é um importante vetor de economia da cidade, agora porque eu tenho dito isso, eu falo porque eu converso muito com o CDL, eu tenho ajudado muito também nas interlocuções do governo no CDL e na associação comercial. Muito. Em todos os aspectos. Na segurança, na parte de discussão de estrutura, na discussão na Fazenda, então eu digo sempre a eles o seguinte: quanto mais vocês incluírem o Feiraguay, mais vai ser importante pra economia de Feira. Incluir Feiraguay significa dizer: eles existem. No que puder regulamentar, regula, no que puder auxiliar, auxilia, no que puder modernizar, moderniza, mas não podemos marginalizá-los. Ao contrário, temos que inclui-los (Entrevistado 25).

De acordo com esses entrevistados, por volta de 80% do comércio no Feiraguay é realizado por atacado. Outra informação importante cedida pelas mesmas fontes, e também confirmada na pesquisa de campo, é que os consumidores atacadistas de lá são aproximadamente 80% de outras cidades, e uma parcela grande é da capital do estado,

Salvador. Durante a observação participante foram identificados consumidores habitantes de cidades localizadas a mais de 200 km de Feira de Santana.

Os clientes que são naturais de Feira de Santana geralmente compram no varejo e pesquisam muito antes de fechar uma compra, por isso são chamados de “latera”²⁷ entre os comerciantes. Os “lateras” são duramente evitados pela maioria dos donos de boxes do centro.

A informação dada pelos E-1, E-2 e o E-3 de que o “atacarejo” é uma forma de comércio muito praticada no Feiraguay é confirmada pelo E-12: “Aqui a gente vende tanto no atacado como no varejo. É pinga-pinga. Atacado acima de 6 peças e varejo uma, duas, três.” (E-12, 2017). O E-14 (2017) afirma: “Vendo no varejo e no atacado, mas tenho vontade de tocar mais no atacado também (E-14, 2017).

Sobre a força do comércio de atacadista, o E-16 (2017) afirma: “Não, nós só vende no atacado. Nosso público é atacado; 97% é atacado. Eu estou aqui só para mostrar ao meu cliente o que eu tenho.”

O E-19 é objetivo e diz: “Vendo mais no atacado” convergindo com o E-20 que garante:

Vendo muito mais no atacado. Assim, ganha menos, porém gira mais. A gente ganha no giro, porque o varejo é pouco que a gente vende, então eu acho que a margem do varejo é maior, porém a rotatividade é menor. Aí eu prefiro atacado, que é mais rápido. Ganha menos, mas gira mais rápido (...) (Entrevistado 20)

E-23 fortalece a informação da venda por atacado quando indica que:

A maioria das minhas vendas são feitas no regime do atacado. 80% do meu comércio é atacado e o varejo é só 20% e olhe lá. Vendo para todo o Brasil no atacado. Vende pra todo o Brasil (...) vem, bastante [clientes de outras cidades]. Acho que o foco maior são eles [os clientes atacadista] Eu vendo muito pelo Instagram também (Entrevistado 23).

Embora existam dados oficiais que indiquem que o comércio não é a principal força econômica da cidade, o Feiraguay se destaca na economia local em função do seu *mix* de produtos e do volume de vendas, especialmente as realizadas por atacado. Estando no Feiraguay, é possível observar pessoas de muitas outras regiões do estado, inclusive da capital, negociando as compras por atacado. Foi esse o fenômeno que o E-26 chamou de turismo de negócios.

²⁷ Latera significa aqueles clientes que cercam os boxes lateralizando o mesmo e impedindo que outros clientes realizem as suas compras. Normalmente são clientes naturais de Feira de Santana e que estão realizando pesquisa, antes de finalizar a sua compra.

Durante a observação participante, foi possível constatar a força do comércio de Feira de Santana, o que em alguns momentos fez refletir sobre os dados do IBGE (2016) acerca das atividades econômicas da cidade. Esses dados apontam o comércio apenas como a 4ª força econômica da cidade, ficando atrás, respectivamente, do agronegócio, da indústria e dos serviços. Sobre esse dado do IBGE (2016), O E-25 (2017) declarou:

(...) esse dado do agronegócio eu discordo, porque o agronegócio não tem essa força toda aqui. Eles devem tá aí com outro/ não sei qual é/ porque eles devem tá colocando o agronegócio (...) e a indústria tem. A que mais tem é indústria, hoje. Mas força econômica, a força de arrecadação econômica é da indústria, mas a força de geração de emprego e a força da oxigenação da economia é o comércio. O comércio é o fator mais importante de desenvolvimento da cidade, porque ele gera mais empregos, gera mais maior oxigenação econômica e gera mais trânsito de recursos. A indústria gera mais dividendos, arrecadação pro município (...) mas não tenho dúvidas, a maior atividade econômica da cidade é o comércio (...) tem mais gente no comércio trabalhando, formal e informal, do que na indústria (...) E outra coisa, o IBGE tá errado aí porque o IBGE/ porque tem uma grande parte na informalidade. Mais de 45% dentro do comércio da cidade é informal. Porque não tá o informal, meu amor. O informal não tá aí. Se botar o informal... pode dizer que é porque não tá analisando que Feira de Santana tem seguramente mais de 45% dessa economia na informalidade. E no comércio. E eu tô dizendo 45 por segurança. É mais. Bote o Feiraguay, bote o centro de abastecimento, bote o centro da cidade, bote as pequenas bodegas, bote os pequenos barzinhos, bote os pequenos armazéns, bote os pequenos... informalidade é tudo isso, é barzinho, é merceariuzinha (...) 45% por baixo (Entrevistado-25).

Essa impressão só se fortaleceu à medida que percebi que grande parte dos comerciantes declaram muito aquém da sua real produtividade e até onde se sabe o IBGE realiza suas pesquisas a partir de consultas diretas às instituições de comércio, serviços, indústria e agronegócios. Um dos entrevistados, o E-7 (2017) declarou o seguinte sobre o volume de mercadorias comercializadas no centro:

Hoje eu sou distribuidor e só distribuidor, só distribuidor de caixa fechada. Todas essas caixas vêm da China, 100%. Tudo vem de São Paulo, Agora o produto, a origem do produto é China. Agora, do que eu distribuo, 90% vem de São Paulo. Eu compro um contêiner com mais de 500 caixas e cada caixa possui pelo menos 100 unidades (...) as mercadorias chegam no porto de São Paulo. Só no Brasil é possível comprar um contêiner inteiro sem problemas (...) Eu distribuo para toda a Feira de Santana e para cidades perto também, mas meu forte é o Feiraguay (Entrevistado 7).

A sensação de que o comércio é, de fato, uma força econômica da cidade foi balizada pelas palavras do E-26 e do S-9 que disseram, respectivamente:

Não. Em primeiro lugar, é comércio e serviço, isso está na frente. O IBGE também compara esses números com a cadeia, indústria, e o agronegócio é o seguinte: nós somos muito fortes nessa área. Para você ter uma ideia, talvez em norte, nordeste, o único lugar que tem dois frigoríficos com bovinos, é Feira, e corte, no campo do

gado. Em uma cidade, ter dois frigoríficos, matador de frigorífico, dentro da legalidade, nós temos um de caprino. Dificilmente, você vai encontrar um frigorífico com CIF legalizado. E temos a agricultura muito forte, também, na região. Então, nós, na pecuária de corte, somos os balizadores econômicos para todo setor, então, quando se define preço de arroba de boi no Brasil, Feira de Santana é consultada. Quando se vai consultar venda de frango no país ou na América, Feira de Santana é consultada, e assim por diante, então, nós temos, realmente, uma força, mais ela não é tão visível, mas ela é preponderante, mas não é mais forte que o comércio (Entrevistado 26).

Tem crescido muito em Feira de Santana essa parte de serviços. Tem evoluído muito. O comércio de Feira é, há muito tempo já... A agropecuária, ela foi maior, mais na década de cinquenta, mais ou menos. Da década de sessenta para cá, ela começou a mudar, foi mudando, evoluindo, então, o nosso comércio, ele é, disparado, o nosso setor maior. Tá aqui dois auditores que trabalham muito nessa área. A questão do Feiraguay, eu posso afirmar à senhora, é um foco de comércio fortíssimo. Aquilo nasceu de camelôs, que tinha na Rua Sales Barbosa, e que foram transferidos para ali, contrariados, revoltados, e, com o passar do tempo, foram crescendo, evoluindo, e muitas daquelas lojas que têm nas laterais são de pessoas que foram comerciantes, ali (...) são Empresários, mesmo (AP- 9).

É difícil mensurar o faturamento total do Feiraguay, levando em consideração apenas os boxes formalizados da Praça Presidente Médici. Mensurar o faturamento de qualquer organização comercial, mesmo lojas formalizadas, dentro de shoppings, é algo difícil, pois não há como ter certeza de que elas declaram os seus valores reais. Um exemplo disso é que é comum em lojas de *shoppings* tradicionais a presença de um profissional ao lado dos caixas anotando os pagamentos de compras realizados pelos clientes. Esse profissional normalmente está lá sob as ordens da gestão dos centros comerciais, controlando as vendas dos lojistas de modo analógico para que o centro comercial consiga ter uma noção mais precisa das vendas. Outra estratégia muito utilizada pela gestão de centros comerciais para ter acesso ao número de vendas de modo mais preciso são as campanhas em datas festivas, quando o cliente consumidor pode trocar as notas fiscais de suas compras pela participação em sorteios de produtos como carros, apartamentos, entre outros.

Se esses números fossem somados aos das galerias e lojas que cercam a praça, fora todo o comércio informal e todas as avenidas comerciais que possuem boxes e os *shoppings*, os números seriam diferentes; acerca disso não restam dúvidas. Esse é um ponto que hoje merece a dispersão de energia e de investigação para que seja possível o entendimento e a compreensão clara do tamanho desse empreendimento que é o comércio de Feira de Santana.

O campo Feiraguay possui duas fortes marcas que são a informalidade e a ilegalidade. Neste momento do texto estes temas vão ser apresentados do modo como se aproximam e mais adiante, esses temas são apresentados individualmente nas subseções: 3.2.1 Práticas dos comerciantes chineses no Feiraguay e 3.2.2 categorias êmicas de análise.

De acordo com o E-2 (2017) e com o E-6 (2016), por volta de 70% dos comerciantes desse centro estão se esforçando para abandonar a esfera da informalidade pois, ainda de acordo com o E-6 (2016), há o desejo por parte dos comerciantes brasileiros que não se regularizaram até o momento de se regularizarem num futuro breve pois, de acordo com o entrevistado existem muitas vantagens em ser legalizado, como o fato de poder conseguir linhas de crédito para expansão do seu negócio e para a ampliação do seu *mix* de produtos.

Mas essa formalização acontece a passos lentos, foi o que a experiência da observação participante mostrou. Sobre essas diferenças de práticas e pensamentos entre comerciantes chineses e brasileiros, o E-2 forneceu as seguintes informações:

O que se tem que fazer é realmente formalizar quem está sendo incomodado, queixas formais aos órgãos competentes, porque o chinês ele tem uma engenharia pra fazer chegar esses produtos no Brasil, ou aqui no seu comércio, engenharia essa facilmente detectada pelos órgãos de defesa do consumidor. Se você olhar na loja do chinês, os produtos a maioria não tem INMETRO, então facilmente o Procon pode ir ali, o Inmetro pode ir ali e autuar. O preço, a forma como eles praticam, se for fazer uma vasculhada nas notas fiscais deles, vão ver que de alguma forma aquela importação ali tem indício de que não é uma importação legal, porque o brasileiro na mesma condição não consegue importar igual a eles (...) (Entrevistado 2).

Acerca do mesmo tema, o E-18 declarou em entrevista:

Depois que os chineses chegou, aí foi mudando, eles foi entrando com uma coisinha hoje, com um tênis, com um óculos amanhã, e foi[expandindo], e roupa, e já chegou a brinquedos, hoje praticamente eles têm tudo. Tudo que nós temos aqui com notas fiscais, que nós temos com selo do Inmetro, eles têm lá sem nota fiscal, sem selo do Inmetro, paga aos funcionários meio salário, eles não pagam salário integral, e concorrendo com a gente de portas abertas. Inclusive até já foi feito um noticiário aqui do sindicato com o poder pra tentar impedir, mas até o momento não conseguiu (Entrevistado 18).

O E-26 (2017) indicou em sua fala que há um esforço da Prefeitura para combater a informalidade. Segundo o E-26 (2017):

Há um esforço da prefeitura para diminuir a informalidade. Isso, porque a informalidade perde todo mundo. Perde até o trabalhador, porque o cara não pode nem contratar. No momento em que ele se formaliza, ele pode até ficar inadimplente com o ministério do trabalho, mas aí é do ministério do trabalho; ele pode ficar até inadimplente com a Receita Federal, porque está com alguns produtos inadequados, em nível de importação, mas existe uma regra bem definida. Mas, perante a prefeitura, estava legal, porque estava todo constituído dentro dos padrões municipais, está certo? Então, a gente legalizou o uso de solo, então, quando houve essa transformação, aí que foi uma grande mudança, então, em vez de o cidadão ir para o Paraguai comprar, não precisava ir para o Paraguai comprar. Ele poderia comprar na 25 de março, porque ele estava legalizado na junta comercial, como empresa, mesmo que seja um espaço menor. E aí, aqueles que se capitalizaram mais, começaram a assumir daqueles que têm pouco capitais, e começaram a ter um, dois, três boxes, uma pessoa botando no nome do pai, botando no nome da mãe, botando no nome do tio, mas... E isso foi passando e se solidificando de tal forma que se tornou um dos locais que virou outro tipo de negócio: vende mais para gente que vem de fora, do que para gente que está dentro da cidade, então, eu canso de chegar

aqui e vendo pessoas que estão vindo passar aqui, a semana, e sempre quer passar no Feiraguay para levar alguma lembrancinha, levar alguma coisa. Houve, assim, um grande, dentro do imaginário baiano, que o Feiraguay tem produtos bons e baratos. Só que aí, a coisa foi começando, também, a mudar. Muitos desses que eram comerciantes do Feiraguay se tornaram distribuidores de outros Feiraguays que aconteceram na Bahia. Lazeiro abriu o dele, Santo Antônio abriu o dele, e levando esses empresários e comerciantes de Feira para outros lugares, e eles se vendo, aqui, como grandes distribuidores, então, tem muita gente aí que são grandes distribuidores (Entrevistado 26).

É um projeto do E-25 a construção de um centro comercial na região do Centro de Abastecimento da cidade que vai abrigar muitos comerciantes informais e a aquisição de um boxe nesse novo centro obrigará os comerciantes a sair da ilegalidade. Segundo o E-25, esse novo centro comercial deve abalar o Feiraguay, o que eu não acredito que acontecerá, mas foi o S-9 que depôs com mais detalhes sobre esse novo centro:

Nós estamos construindo um centro comercial, inicialmente, que chamamos, inicialmente, de “shopping popular”, que vão ter mil e oitocentas lojas parecidas com aquelas do Feiraguay, um pouco maior, um pouco maior do que aquelas, mas que têm setecentas vagas para estacionamento. O primeiro piso, para você subir, tem escada rolante, e está sendo construída, ao lado, um centro de abastecimento. E que nós estamos apostando no sucesso desse centro comercial para abrigarmos os camelôs que funcionam em outros espaços. A obra está bem adiantada. A obra está indo a todo vapor. Acredito que em mais seis, sete meses, estará concluída. Nós pretendemos fazer isso. Eu não tenho a menor dúvida que o Feiraguay é um lugar que tem muito sucesso. Tem muita gente ali que foi do comércio informal (...) (AP-9)²⁸

Ao longo do estudo, não encontrei nenhum dado consistente que me levasse a afirmar que a ilegalidade seja uma consequência da informalidade, contudo frases declaradas quando o microfone era desligado, indicavam esta relação. A ilegalidade é, de fato, uma marca forte do campo, pois a origem do Feiraguay passa pela importação de mercadorias muitas vezes contrabandeadas, por isso a ilegalidade é uma expressão que surge no discurso dos entrevistados quando estes se referem aos produtos vendidos no Feiraguay, assim como há a referência à ilegalidade quando se trata da origem do centro.

O E-4 (2017) relata que uma das razões dele se preocupar com a chegada de chineses ao Feiraguay é que essa ideia de ilegalidade e da falsificação fosse reforçada com tantos “xing-lings”. O E-4 (2017) revela que a ilegalidade está na gênese do centro, o que é uma noção “muito difícil de ser mudada”. Segundo o E-4 (2017):

Porque na verdade, o governo brasileiro eles dizem que eles perdem muito com a mercadoria que circula no país sem nota, mas o próprio governo brasileiro criou uma

²⁸ Toda a literatura pesquisada para fins de escrita desta tese, diz que ações desse tipo não diminui a informalidade, inclusive indico na seção 2.2.1.2 uma experiência parecida com esta e que deu errado na capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

lei, se não me engano é lei (11.998), que todos os sacoleiros do Brasil poderia entrar no Paraguai durante um ano, comprar 120 mil reais durante um ano, e eu fui uma das pessoas que corri muito atrás pra que essa lei fosse cumprida, fui em Foz do Iguaçu várias vezes, fui na Receita Federal aqui pra tentar legalizar, mas eles mesmo criaram a lei, o Presidente da República sancionou na época, mas eles criaram dificuldade tão grande que ninguém consegue comprar legal dentro do Paraguai, entendeu. Então a parte ilegal que existe ainda dentro do país é por conta da própria dificuldade que o governo criou, porque existe uma lei, mas não foi colocada em prática. Foi sancionada, mas a própria Receita Federal do Brasil quando nós fomos / eu fui várias vezes à Receita Federal do Brasil em Foz do Iguaçu, fui dentro do Paraguai, e eles não têm documento legítimo de deixar a gente comprar lá dentro pra circular dentro do país aqui (Entrevistado 4).

A voz do E-21 (2017) se coaduna com a do E-4 (2017) quando esse aponta a ilegalidade como sendo uma marca original do Feiraguay e como os chineses têm práticas trabalhistas que são ilegais.

(...) principalmente quando eu comecei, eu nunca pensava assim no Feiraguay com essa importância aqui na cidade nesse sentido de algum fator social, que simplesmente eu só pensava na renda e o Feiraguay antigamente tinha muitos problemas com fiscalizações constantes, aqui se vendia alguns produtos que era meio complicado, que aqui logo nos primórdios se negociava muita arma, muita coisa aqui ilegal... Ilegal num nível... Num nível penal mesmo, arma, drogas, coisas bem pesadas. Aí foi se estruturando, aí foi filtrando aquelas pessoas que vinha aqui mais pra negociar essas coisas teve que saí, automaticamente, aí talvez hoje eu vejo o Feiraguay com um papel social importante, na cidade ele hoje pode ser considerado um ponto turístico, gera renda de vários setores, seja pessoal que vende os seus lanches, o pessoal que olha carro também, gera uma renda, todos os tipos, transportadoras, hoje em dia a gente trabalha muito com transportadora, isso também gera um outro tipo de comércio fora. Eu acho que hoje sim. Feiraguay de 5 anos pra cá, ele vem com papel social importante na cidade (...) a base é produto ilegal ainda, mas como eu falei, não é no nível de drogas, armas, coisas que não era normal, mas se ouvia falar muito mais do que hoje. A parte ilegal aqui, a parte de contrabando, dessas coisas, vai ser difícil, é praticamente impossível erradicar, mas têm diminuído bastante, muitas empresas têm sido / abriram as portas aqui para os comerciantes daqui, algumas importadoras de São Paulo, algumas marcas nacionais, principalmente de eletrônicos, tem umas marcas de bateria recarregável, de alguns rádios, algumas coisas nacional que abriu as portas pra aqui. Eu sei que tão, assim, menino, criança chinesa tem muita aqui... Às vezes some, eles vão lá pra China, porque parece que tem um período que eles tem que ir pra lá pra aprender a língua, isso e aquilo outro, depois volta... E às vezes até os pais mesmo, eles somem, aí passa um período... Porque assim, quem trabalha aqui, aí tem Santo Antônio de Jesus, aí eles têm como se fosse vários lugares, aí sai daqui, vai pra Santo Antônio, aí vem um cara de lá de Salvador, vem aqui pro lugar dele, aí fica nesse rodízio, a gente fica perdido, mas quanto a legal, ilegal, fica difícil a gente falar, mas uns 3 anos atrás uma das minhas funcionárias ela trabalhava [com chineses] e ela não ganhava nem salário mínimo (Entrevistado 21).

A ilegalidade surge no discurso do E-2 (2017) não apenas quando se refere aos produtos vendidos no centro, mas também acerca da condição dos imigrantes ilegais representados pelos chineses que ocupam o Feiraguay. Observa-se que, com exceção do E-4 (2017), a esfera da ilegalidade é naturalizada no discurso dos comerciantes, já que a fiscalização ao centro é precária. Para o E-2 (2017):

Não há, olha só, na minha percepção em relação a isso, não compete ao município, que é o... Não o dono, mas é a pessoa que/ o órgão que hoje tem o comando, já que é uma área pública que eles nos cedeu para que a gente trabalhe, então não compete à prefeitura julgar se o comerciante tá ali com produto com nota ou sem nota, se até de repente um chinês tá legal ou ilegal. Se ele tá ilegal, é com a Polícia Federal, se o produto não tem nota, é com a Receita Federal. Em relação à Receita Federal, a Receita hoje existe uma demanda muito grande / a Feiraguay é grande, mas não pra as atribuições da Receita, que tem muitos outros problemas pra ser resolvidos, mas esporadicamente ela vem à Feiraguay sim, e ela busca penalizar os comerciantes que estão com produtos à margem do que é o certo. Então a gente / eu particularmente procuro, hoje estar o mais correto possível pra não sofrer nenhum problema do tipo, mas vou lhe dizer que no passado já sofri porque não tinha 100 % dos produtos com nota. (Entrevistado 2).

Nos trechos em que a ilegalidade foi realçada pelos entrevistados, é possível que se depreenda que há preocupação dos comerciantes com o centro. O E-25 (2017) demonstra preocupação com o Feiraguay à medida que ele sugere parcerias com órgãos de fomento à pequena empresa e estimula que os comerciantes abram as portas para Receita Federal. Segundo o E-25 (2017):

Eu tenho inclusive chamado a atenção pra que eles coloquem mais o Sebrae ali dentro, pra que eles coloquem mais a Receita... Eles não têm que ter medo da Receita, eles têm que conciliar, é possível conciliar com a Receita. E eu acho que isso, do que era do passado pra o que é hoje, eu sinto que o Feiraguay deu passos bem mais consistentes. Se um dia eu fosse executivo eu ia fazer uma grande reforma ali... Sabe pra quê? Pra aquilo ali ser o grande cartão postal da cidade. Porque se você marginalizar, como no passado / eu me lembro que o nosso trabalho não era pra encobrir nada de errado, era o contrário, era pra que eles evoluíssem no processo de organização, mas não fossem marginalizados. Porque se você for analisar, se você botar uma operação policial em qualquer comércio da cidade, em qualquer shopping / onde já se viu operações em shoppings aqui na cidade, em outras cidades, Salvador / São Paulo outro dia a Daslu foi dentro de um shopping chique em São Paulo fazendo a maior confusão do mundo. Então onde você botar operação, você vai encontrar alguma coisa, só que isso não pode contaminar o geral, como se fazia no passado. No passado o Feiraguay foi muito marginalizado. Depois que se organizou, depois que as lojas começaram a ter parte de concreto, parte de organização de caminhos, de corredores, quê... Não tá o chique, mas tá muito melhor, tá limpo e eles [gestores da AVAMFS] tratam aquilo com uma dignidade muito grande. (Entrevistado 25).

Uma expressão muito repetida entre os entrevistados, entre os comerciantes e que é muito escutada nos ciclos sociais, e por razão não pode ser suprimida, é que o Feiraguay é uma região turística. O E-3 declarou “que o Feiraguay é muito maior que a cidade de Feira de Santana”. Declarou ainda que a cidade ficou conhecida pelo Feiraguay. Os depoimentos dos entrevistados E-2, E-23, E-25 e o E-26 (2017) acerca das visitas turísticas e da popularidade do Feiraguay em inúmeros outros lugares é convergente:

O que pesa contra a gente é que a Feiraguay não foi projetado. Como falei há pouco, o Feiraguay veio de lá pra cá, teve uma administração no passado que não tinha o escrúpulo necessário, talvez, desculpe a fala, mas com isso estreitou Feiraguay,

apertou a Feiraguay, não trabalhou para que se tivesse uma estrutura física melhor, e o turista, quando ele vai pra um lugar, ele quer comodidade. Ele precisa se sentir seguro na parte física do lugar onde ele está e ter um conforto pra que ele demore mais, pra que ele faça as coisas e aquilo seja da melhor forma possível. A Feiraguay hoje a gente tem que salientar que no verão ela... faz um calor fora do normal, no inverno às vezes o barulho da chuva também atrapalha, mas a gente tem um projeto muito grande aí que vai ser custeado em 80 por cento pelo ministério do turismo, uma verba que veio de um / do senador (Jodoval) através de Zé Chico, que era seu suplente, e mais um milhão de reais que a prefeitura vai entrar com uma contrapartida, e tá orçado em um milhão e quatrocentos e cinquenta mil essa obra. Já está licitada e projetada, que vai ser o telhado mais alto, que vai dar ventilação, claridade, e o conforto que a gente precisa. Então eu digo que grande parte desse problema, e que de repente é o que impacta para o desconforto do turista na Feiraguay, vai ser resolvido com essa obra (Entrevistado 2).

Hoje é um cartão postal da cidade, a maioria do pessoal que vem a Feira de Santana quer conhecer o Feiraguay. Muitas pessoas que vêm em Feira fazer alguma coisa / eu já vi pessoa falando, não, eu quero ir lá conhecer o Feiraguay, eu vou lá comprar alguma coisa no Feiraguay. Hoje o Feiraguay tem muita coisa, de presente, se você saber rodar tem muita coisa boa de roupa barata, depende de tempo pra rodar e pesquisar (Entrevistado 23).

O Feiraguay, a maior riqueza que o Feiraguay tem é a expressão cultural da nossa economia e da nossa movimentação econômica, das transformações que se deram no curso da história que culminaram na criação do Feiraguay. Além disso, é um polo de atração de trabalho extraordinário, evoluiu muito, porque antes era uma coisa muito do 'sem nota', melhorou muito isso, e principalmente depois que veio o celular, toda essa coisa de baixar música, não sei o que, acabou aquela tensão sobre os CDs, sobre os DVDs, aquela tensão no passado era maior, e isso deu um certo conforto pra que o Feiraguay também fosse se adequando a essa parte de organização comercial. Hoje existe empresas lá que de lá se desenvolveram tanto que já tem filiais em outras cidades (Entrevistado 25).

E é turístico. Considere como turismo de negócios. Um Professor que vem de Salvador para dar aulas aqui, dorme, come, usa o transporte da cidade aproveita e vai visitar o Feiraguay, comprar uma lembrança barata, já tá gerando receita e isso é turismo de negócios. Turismo de negócios o Feiraguay gera (Entrevistado 26).

É possível também que se depreenda da fala do AP-9 os traços de turismo de negócios que o Feiraguay possui. Segue o trecho referido:

Só vou contar um caso aqui, bem rápido. Numa determinada época, de política, eu fui a uma cidade muito longe daqui de Feira de Santana, Ipupiara, e, eu andando na feira, fui cumprimentar o pessoal na feira, e três rapazes que estavam na barraca, viraram para mim, "Zé", e eu, "você me conhece?", "conheço, eu vou à Feira de Santana em quinze em quinze dias", "você vai a Feira de quinze em quinze dias fazer o quê?", "vou comprar para vender aqui", "e qual lugar você compra e vende?", "Feiraguay". É, talvez, o maior centro de atacado do Nordeste. É um negócio bem forte. (Agente participante 9).

E é assim que funciona a dinâmica comercial do campo Feiraguay. Decerto que existem muitos outros pequenos detalhes nas práticas de comércio do campo que não foram identificadas e por isso não foram reveladas, mas podem surgir numa instância descritiva

como esta, porém cobrir tudo demandaria um tempo e uma energia que os limites de tempo de um programa de doutorado impõem, esses limites impedem mais tempo em campo.

3.2 OS CHINESES NO FEIRAGUAY

Atualmente, o que mais chama a atenção no Feiraguay é a forte presença do imigrante chinês. Sabe-se que o comércio de mercadorias chinesas vem invadindo todos os mercados faz muito tempo, mas chama a atenção no Feiraguay a substituição dos produtos vindos do Paraguai, o que poderia levar à negação da própria identidade de tão importante centro comercial. Em um dos primeiros contatos estabelecidos com o E-1 (2016), ele manifesta essa preocupação ao relatar que, se os chineses não tivessem a sua chegada disciplinada, o Feiraguay podia se tornar uma Chinafeira.

Trata-se de um centro de comércio ocupado fundamentalmente por brasileiros. Existe a indicação que os chineses chegaram à cidade de Feira de Santana nos anos de 1990, mas foi no início dos anos 2000 que de acordo com o E-4 (2017) o primeiro comerciante chinês entrou no Feiraguay; desde então essa ocupação passou a ser crescente e a inserção dos chineses no Feiraguay se configura como o objeto desta tese.

Após a realização de um estudo etnográfico no Feiraguay, foi possível se identificar que as práticas de comércio dos chineses no local se distanciam das práticas de comércio dos brasileiros. Durante a observação participante e das entrevistas, categorias êmicas emergiram do campo, tais foram: ameaça, controle, ilegalidade, informalidade, invasão, política e segregação.

3.2.1 Práticas dos comerciantes chineses no Feiraguay

São muitos os aspectos que fazem a inserção dos chineses no Feiraguay controversa, e uma das razões que pode explicar está na diferença das práticas dos chineses em relação aos brasileiros. Esses imigrantes, como quaisquer outros, possuem hábitos culturais diferentes dos nativos da região para onde imigram, mas chama a atenção naqueles que se instalaram no Feiraguay o nível de organização de seu comércio, muito diferente dos brasileiros. Os sistemas simbólicos aos quais eles estão expostos e que formam o *habitus* dos chineses são muito diferentes dos que formam o *habitus* dos brasileiros e isso pode explicar essas diferenças. A infraestrutura dos chineses é muito funcional e parece ter sido planejada para serem funcionais assim e facilitarem as vendas. Esse aspecto chama ainda mais a atenção

quando eles realizam vendas por atacado. As imagens dos boxes de óculos das figuras 18, 19 e 20 ilustram bem suas práticas organizacionais.

Durante a observação participante, houve uma situação em que uma atacadista se aproximou do boxe da AP-1 e do AP-2. Fiquei atenta à conversa e ouvi claramente a AP-1 negociando cerca de 50 óculos esportes, todos eles eram réplicas da marca RayBan. O S1 e a AP-2 insistiam com o cliente que não podiam diminuir mais o preço, pois eles já eram muito baratos, saíam por volta de R\$ 30.00 no atacado e eles ofereciam como vantagem que ela (a cliente) levasse as capas dos óculos que, no varejo eles vendem separadas dos óculos por R\$ 3.00 cada. São capas em forma de um envelope confeccionadas num tecido que se aproxima da camurça e as capas duras que são bem parecidas com as capas dos óculos originais, vendidas por R\$ 5.00. Os vendedores ofereciam, além do desconto, 50 capas duras.

Ela fechou negócio. Escolheu pelo menos 5 modelos diferentes da mesma marca com lentes espelhadas de várias cores e a AP-1 despachou a encomenda desses 50 óculos e 50 capas em aproximadamente 5 minutos. Ela abria uma gaveta, retirava um saco plástico que devia ter cerca de 10 unidades de cada um dos modelos de óculos, esses embrulhados em um plástico que tinham uma espécie de gaveta que acomodava as peças e assim retirava dos envelopes a quantidade necessária para completar o pedido da cliente.

Após a saída da cliente com seus 50 óculos e 50 capas, a AP-1 anotava quantos óculos haviam sobrado em cada saco plástico e os devolvia para as suas gavetas. Eles são muito organizados e como a organização dos displays de todos os comerciantes de óculos chineses é idêntica, imagino que esse comportamento seja em função do *habitus* dos chineses, pois, apesar de existirem comerciantes brasileiros organizados, essa não é a regra.

Durante a observação participante pude comparar inúmeras vezes a dificuldade que a E-20 tinha para conseguir consolidar uma venda no atacado. Ela não tinha o controle dos produtos dentro do seu boxe e não fazia uso de nenhuma simples ferramenta de qualidade (um *check list*, por exemplo) que pudesse contribuir na padronização e na organização do seu boxe. Por muitas vezes tentei, com a AP-8, inventariar as peças do boxe da AP-20 e organizar as peças por cores, tamanho e modelos, para acelerar o processo de vendas.

Como o espaço era pequeno para as muitas peças acumuladas das estações anteriores e a E-20 alimentava o estoque com novas peças todas as semanas que eu estive no campo, o nosso esforço de organização durava apenas até o momento que a AP-20 se aproximava com novas mercadorias que se acumulavam e então havia o retrabalho que deixava a AP-8 bastante incomodada.

As negociações entre comerciantes chineses e clientes brasileiros não acontecem de modo simples e não é a barreira do idioma a principal razão. Numa ocasião, a AP-1 estava numa longa negociação com um brasileiro que não deu certo. Percebi do que se tratava desde o começo.

Houve uma situação em especial em que um cliente (era um senhor idoso) queria comprar um par de óculos esporte, réplica da marca RayBan que custava R\$ 60.00, ele estava acompanhado pela sua filha, genro e neta que o aconselhavam sobre o modelo e davam opiniões sobre o modelo e sobre o preço. Até que o senhor se decidiu por uma das muitas réplicas de RayBan oferecidas, a de modelo aviador, que custava R\$ 60.00. Ele pediu desconto e a AP-1 disse que à vista (em dinheiro) faria por R\$ 50.00. Ele disse que queria à vista, porém pagando com débito automático, a AP-1 disse que não poderia dar esse desconto na venda no débito, e que venda à vista significava “*in cash*”. O senhor se chateou bastante enquanto toda a sua família tentava convencê-lo de que seria um bom negócio sacar o dinheiro, já que a AP-1 estava firme em não ceder seu preço e o desconto oferecido por ela seria de 14%, caso ele fizesse o saque; seria um desconto maior que o praticado no centro.

O senhor saiu esbravejando muito e nessa hora me aproximei com o argumento de tentar entender o que havia acontecido. Por que você não conseguiu fechar a venda? A AP-1 respondeu em português com muita dificuldade que ela não poderia dar o desconto que o cliente demandava, mesmo que a pretensão da compra fosse através de débito em conta²⁹, porque o desconto só é cedido em dinheiro, já que o banco cobra deles uma taxa para operações com cartão de crédito ou de débito e ela não cederia. Ela demorou pelo menos 5 minutos para passar essa informação. Tentei ajudá-la a escolher bem as palavras. Sorri, falei para ela que entendia e tentei dizer que, se ela precisasse de algum tipo ajuda, ela poderia me chamar. Sinceramente não sei se ela entendeu, mas ela sorriu, falou com o AP-2 no idioma deles, imagino que ela relatou o conteúdo da conversa que teve comigo. Voltou a sorrir e foi assim durante toda a manhã.

Neste dia todas as chances que tive tentava sorrir para a AP-1 que retribuía com sorrisos, diferente de AP-2, que se manteve sério durante todo o dia e a única coisa que ele fez, além de vender, foi falar ao celular em seu idioma e fumar muitos cigarros. Em pouco tempo circulando e observando os chineses no Feiraguay, notei que essa era uma prática comum no local: aumentar o preço quando a venda ocorre no cartão, contudo os chineses eram mais rigorosos em manter a decisão. Esse comportamento dos chineses sempre sérios e

²⁹ Para o cliente a compra era à vista, pois considerava que a compra em débito excluiria o dinheiro imediatamente de sua conta.

muito fechados era bem típico e diferente dos brasileiros que, ao contrário, são sempre muito receptivos.

Apresento a seguir os depoimentos de alguns dos entrevistados que concordam que os chineses têm a personalidade mais séria, são mais “fechados”, adjetivo mais repetido para se referir àqueles imigrantes asiáticos.

Eu vou apresentar algumas coisas que eu penso, do meu ponto de vista, do ponto de vista social, do ponto de vista econômico, político, então, o que acho que no decorrer da conversa aqui vai sempre se inclinar para algum desses pontos de vista, mas estou falando que vai ser bem difícil, porque, realmente, são pessoas bem difíceis de lidar, desconfiadas (Entrevistado 1)

Na verdade, eles são bem ignorantes. Mesmo a gente querendo oferecer uma vantagem para eles, eles não tratam a gente bem e, às vezes, a gente foi com o cliente para poder o cliente comprar lá, diretamente com ele, porque a gente sabia que o produto queria, só ele tinha, na época, e o cliente reclamou com a gente e a gente falou “o máximo que a gente faz é passar o contato e, mesmo assim, se tiver algum contato para ser prioritário, a gente vai priorizar os outros e vai ignorar eles, justamente por conta dessa divergência” (Entrevistado 6)

(...) eles são muito fechados, agora quando ele tem confiança num brasileiro, eles são muito tranquilos. Se eles confiarem, eles confiam mesmo. Então eles não são muito de confiar, mas quando eles confiam, eles têm uma confiança / eu tenho uma convivência muito boa em relação a isso (...) eles geralmente vivem na mão de alguns chineses que a gente não conhece, eles são muito fechados, então a gente não sabe como é basicamente esse processo aí, essa convivência deles (Entrevistado 7)

(...) porque eles são fechados e eu não tenho muita aproximação. Por eles mesmo, eles são fechados. Apesar que aqui anda muitas pessoas, muitas crianças, um pessoal tal (...)Aí fica aqui andando pra cima e pra baixo, fica brincando com todo mundo, mas os proprietários mesmo são bem fechados (...) Como eu citei muitas vezes, são fechados, eles têm uma proteção, uma coisa assim que a gente não consegue analisar eles e tirar uma conclusão. Eu mesmo até no meu trabalho que eu já fiz / não, não posso falar essas coisas / mas é difícil, porque são muito fechados. Se você tentar conversar, se você falar alguma coisa pessoal eles na hora muda de assunto. Até as crianças, a gente vai conversar, não fala, muitas vezes os nomes não são nem reais, são nomes fictícios, de fácil de pronunciar, mais populares... eles têm uma estratégia que / eu não consigo fazer uma análise mais profunda deles (Entrevistado 21)

Ainda durante este dia, passei a refletir sobre as razões que atraíram a AP-1 e a sua família até o Brasil, o Nordeste, a Bahia, Feira de Santana. Contudo, estando em Feira, é fácil entender porque, mesmo com a oferta de pontos comerciais em toda a cidade, eles escolheram o Feiraguay para instalarem o seu comércio. Ali é realmente um lugar de comércio muito forte e é considerado um termômetro do comércio da cidade. Sobre esse fenômeno, a E-5 (2017) disse:

O comércio, o dinheiro, o capital que gira na cidade, que circula aqui no Feiraguay sustenta muito o comércio local, porque eu ouvi o depoimento de uma amiga minha que tem boxe de roupa lá no centro da cidade, ela reclamando do movimento fraco e perguntou como estava aqui / não foi agora não, foi alguns anos atrás, e eu falei, não, lá tá devagar também, mas dá pra sobreviver. Aí ela disse pra mim, 'quando vocês lá no Feiraguay vier reclamar de dificuldade, a gente aqui no centro da cidade tá roendo unha, porque a coisa lá pra ficar ruim... é porque tá feia mesmo'(...) o último lugar a ser ruim de comércio é no Feiraguay. E uma coisa que é triste pra gente que é da cidade, é que a maioria dos moradores da cidade não sabe o valor que tem o Feiraguay. Eles não dão muita importância. A maioria, 80% que frequentam o Feiraguay são pessoal de fora (Entrevistado 5)

Outro evento ocorrido logo no começo desta pesquisa de campo também foi marcante para o início da análise das relações entre comerciantes chineses e brasileiros. Como já registrei aqui, tinha o hábito de sempre, após o expediente ou da ida ao Feiraguay para a realização de uma entrevista, andar livremente pelo centro. Certo dia, assim que avistei uma banca de chineses atípica, pois essa era menor, quadrada e ficava um boxe após os boxes de esquina, decidi me aproximar. Duas chinesas pareciam as donas dessa banca e comercializavam camisas, réplicas de grifes internacionais falsificadas. Fingi ser uma cliente e fiz perguntas à vendedora, que era uma menina brasileira, negra, com aparência de, no máximo, 18 anos. Fiz perguntas sobre preços de grifes com Polo US, Armani Exchange e Polo Ralph Lauren que custavam R\$ 25.00 e R\$ 35.00. Pedi para ver as camisas, demonstrei interesse, fotografei. O material não parecia ruim e eram muito parecidas com as originais vendidas em lojas de *shoppings* tradicionais.

Chama a atenção neste evento o fato de que, durante todo o tempo em que estive na banca em contato com a vendedora, as duas chinesas estavam sentadas conversando em seu idioma e rindo muito, elas ignoravam a minha presença. Durante o contato final com a vendedora, perguntei se elas entendiam o português e a vendedora respondeu que sim. Afastei-me e fiquei observando de longe. Chamou minha atenção ainda nessa situação é que as duas chinesas ignoravam também a presença da sua vendedora; para elas, a vendedora brasileira parecia invisível.

Aproximei-me de outra banca para tentar comprar um gravador e continuei olhando para elas por pelo menos 15 minutos; cena perdurou: elas continuaram conversando alto em seu idioma e sorrindo muito; a vendedora permaneceu encostada no balcão com um olhar vazio e olhando também para o vazio. Fui embora logo em seguida com aquela imagem na cabeça e um tanto comovida. Mais adiante eu confirmava, após presenciar situações correlatas, que a invisibilidade dos trabalhadores brasileiros para os empregadores chineses é uma marca na relação entre ambos. Por sinal, é preciso registrar que, pelo menos no comércio

do campo Feiraguay, não existe um único chinês na condição de trabalhador em boxes de brasileiros.

Com o avançar dos dias da observação participante, notei que o comportamento das chinesas que ignoravam a presença dos clientes brasileiros quando tinham um trabalhador brasileiro contratado não era uma novidade, ao contrário, era um comportamento comum. Uma disposição dos chineses. Trabalhando na banca da E-20, estava sempre atenta ao comportamento dos vendedores chineses. Tantos os do boxe de frente quanto os das outras laterais. Notei que eles ficavam sempre de costas para o balcão e conversando entre si; quando algum cliente se aproximava, estes precisavam fazer esforço para atrair a atenção dos vendedores. Vale ressaltar que, embora o local sempre muito barulhento, ainda assim é possível escutar a um chamado mais alto.

Muitas vezes, os clientes gritavam e gesticulavam bastante tentando comprar, mas todo esse movimento parecia em vão; eles, os clientes mudavam de lugar para atrair a atenção dos vendedores, e só quando os vendedores chineses os enxergavam, iam dar atenção. Nesse momento vários clientes se aproximavam e ficavam pelo menos 20 minutos negociando e saíam com pelo menos dois exemplares de óculos, pareciam que eram clientes antigos. O curioso é que os novos clientes que se aproximavam esperavam pacientemente para ser atendidos. A cena parece retratar a existência de uma hierarquia entre os clientes novos e os mais antigos, isso no comércio dos chineses.

Outro aspecto que chama atenção e é importante apresentar é que os clientes não são tão pacientes nos boxes de brasileiros quanto são nos boxes de chineses. Decidi prestar mais atenção a isso logo após esses eventos e constatei esse comportamento. Um dia tentei seguir um dos clientes dos boxes dos chineses para tentar confirmar esse dado, contudo, esse cliente andou tão rápido que não consegui acompanhá-lo nem por um minuto. Rapidamente ele havia se perdido na multidão. Então pensei: mas ele esperou tanto para ser atendido no boxe dos chineses e agora sai e anda tão rápido. Esse fato pode estar relacionado com a qualidade, preço e especificação dos produtos comercializados por chineses, mas esse é apenas um pressuposto. Sobre esse comportamento dos comerciantes asiáticos no campo, a E-8 emitiu a seguinte opinião:

(...) eu não sei, porque do pessoal mesmo. Tem gente que não gosta mesmo [dos chineses]. Eu conheço, já tem uns dois, três que não gosta tipo chinês quer ficar aqui, mas tem muita gente que gosta de chinês. Porque tem gente que gosta, ou vida, não sei como gente conseguir. Não consegue. Se você sabe (reforçar), você trabalha, você consegue. Brasileiro ele quer, tipo, a gente mesmo comércio, se você trata cliente bem/ brasileiro vai comprar de brasileiro mesmo, não é chinês, primeiro

lugar, quem compra com chinês é porque chinês tem preço bom. Eu acho que tem isso ainda no Brasil, chinês e brasileiro pra ele escolher brasileiro quando preço igual. Eu acho, né (Entrevistada 8).

Os modos típicos de pensar, sentir (MALINOVSKI, 1978, p.122) e agir dos comerciantes do Feiraguay oscilam de acordo com as demandas de clientes e também de acordo com os *habitus* dos dois grupos que atuam no local: os brasileiros e os chineses. Em todo o período de pesquisa *in loco*, percebi que, quando a demanda de clientes era maior, tanto os comerciantes chineses quanto os brasileiros reclamavam do cansaço; por outro lado, ambos demonstravam estar bastante satisfeitos com os resultados. Já quando a demanda por compras era menor, foi possível observar uma clara insatisfação, embora o mau humor entre os chineses seja mais acentuado; eles ficam zangados. Já os presenciei ignorando comerciantes brasileiros que tentavam se aproximar para falar sobre a baixa de vendas.

Parece natural para quem vive do comércio a insatisfação com baixas vendas, contudo no Feiraguay esta insatisfação parece mais aguda. É curioso como é um comportamento reproduzido por todos: chineses e brasileiros. Ressalto, porém, que a felicidade dos chineses é sempre mais contida e seu mau humor muito mais evidente, diferente dos comerciantes brasileiros.

Na segunda semana de observação participante, minha presença já estava bastante naturalizada. Já conhecia pelo nome todas as vendedoras do corredor J, alguns proprietários além da E-20, da AP-1, o AP-2 e sua filha caçula, a AP-3, as outras vendedoras dos boxes vizinhos e até alguns clientes. As vendas estavam lentas, muitas consultas e promessas de retorno não concretizadas, eram os famosos “lateras”. O que não acontecia do lado contrário, o lado da AP-1.

O movimento deles não estava grande, mas tinha sempre alguém consultando sobre preços e valores e comprando uma ou outra mercadoria. Uma hora fiquei bem de frente para a AP-1 e ela ofereceu uva passa para a AP-7 - vendedora do box vizinho - que aceitou. Ela me ofereceu também e porque não gosto de uva passa, tive uma certa repulsa, mas aceitei, peguei 3 frutinhas e comi sem pensar, a AP-1 insistiu que comesse mais uva passas e tive que comer. Senti nojo, achei que a mão dela estava empoeirada e suja e ainda assim ela pegava alimentos com as mãos, sem as higienizar antes. Quando terminamos de comer, ela perguntou qual era o nome daquela comida no Brasil, a AP-7 falou que eram passas e eu expliquei que eram uvas desidratadas e por isso ficavam daquele jeito. No final do contato a AP-1 entendeu que eram uvas desidratadas e no meu íntimo pensei: preciso ganhar a confiança dela.

É curioso que a AP-7, bem como várias outras vendedoras do corredor, tentavam explicar a mesma coisa que eu havia dito no próprio idioma português, só que ela falava de modo pausado, como se falasse com um bebê. As práticas de higiene e de bons modos dos chineses são bastante diferentes das práticas dos brasileiros. Eles não se importam em pegar alimentos com as mãos empoeiradas, comem com boca aberta e fazem barulho ao mastigar. Os chineses que são fumantes fumam em qualquer lugar e soltam baforadas para todos os lados, além de não se preocuparem em jogar as pontas e cinzas de seus cigarros em um local adequado. O que mais chama a atenção, no entanto, nas práticas de higiene deles é que cospem o tempo todo e em qualquer lugar dentro ou fora do campo e na frente de qualquer pessoa, além de pigarrearem alto. Nota-se também que esse comportamento é mais masculino.

Os comerciantes brasileiros do Feiraguay não possuem um nível de instrução e de educação tão superior ao dos chineses do campo que são, repetidamente imigrantes de segunda geração e egressos de regiões rurais da China, mas realmente não se trata de instrução, e sim do *habitus* de cada grupo.

Neste estudo há, muitas vezes, a menção de que a presença dos chineses ali naquele espaço pode ser controversa, pois, apesar dessa normativa, muitos comerciantes – inclusive os que votaram a favor da normativa – clientes e demais *stakeholders* consideram a presença dos chineses positiva. Apresento abaixo a opinião de 23 do total de 26 entrevistados a respeito da presença dos chineses no Feiraguay, com a exceção dos três entrevistados que são chineses. As respostas ilustram bem o quão controversa é essa inserção:

São 23 e a gente não quer que esse número cresça, embora, como eu lhe falei, é um atrativo também em Feiraguay. Por quê? É um pessoal que tem também um produto diferenciado, conseqüentemente, se você ou eu se atrai por um produto diferenciado, conseqüentemente, a gente termina olhando outras coisas e termina comprando também outras coisas. Acho a presença deles boa! (Entrevistado 1).

Vários pontos que na minha ótica eu vejo que não é positivo, mas tem a sua parcela de participação de forma positiva que é compor o mix, trazer produtos que os brasileiros não trabalham ou não teriam com o preço que eles têm. Ele é um mal necessário, desde que seja disciplinado (Entrevistado 2).

Você não consegue concorrer com o chinês, porque ele tem manobra, ele usa ferramentas, ninguém sabe como e não sou a pessoa mais correta pra dizer, que faz com que o produto chegue com o preço meio que irrisório (Entrevistado 2).

Os chineses não são bons para mim, nem para o Feiraguay, eles invadiram o espaço do brasileiro em uma concorrência desleal. Acho péssimo! Eles expulsaram os comerciantes brasileiros e exploraram o ponto do Feiraguay até terem dinheiro para comprar lojas do lado de fora (Entrevistado 3).

Eu concordo [com a proibição] eles não têm outro mecanismo pra proibir, porque assim a parte inteligente não era nem proibir, era bater testa com eles (...). Mas a

presença deles é boa e atraente. (...) Conheço Guangdong, também fui lá, comprei. Aí eu achei lá, fui só numa área só, em um dia, 70 mil galpão só de indústria e o forte de lá são as atividades rurais, imagine?. É muita... Então eles compram barato realmente. Eu fui lá e constatei. E quando eu fui lá, o meu objetivo era exatamente criar uma cooperativa de compra pra importar direto da China pra dar vez ao povo do Feiraguay, mas no meio desse processo eu acabei que saí do Feiraguay, e essa viagem / e daí eu perdi o mandato foi exatamente por conta dessa viagem, porque eu viajei, a eleição [para Presidente da AVAMFS) era pra acontecer no dia 17 de novembro. Era pra acontecer no dia 17/12, viajei, perdi meu / atrasei meu voo lá pra chegar, e ao chegar aqui estourou a data limite da eleição, eu inscrevi, transferiu a eleição pro dia 2 de dezembro, ganhei, fiquei 8 meses, com 8 meses depois a juíza entendeu que eu tinha ferido o estatuto, juntamente com esse grupo que já gera hoje o Feiraguay (Entrevistado 4).

Eu acho que são bons, porque o povo quando sabe que tem chinês vendendo naquele lugar sabe que tem coisa barata (Entrevistado 5).

Na minha opinião, é maléfica, entendeu? Por isso que eu te falei, por atrapalhar muito comerciante brasileiro. O brasileiro ele trabalha certinho, geralmente paga impostos, o chinês ele não paga imposto corretamente... Então eles têm uma larga vantagem em relação a essas coisas com o brasileiro. O brasileiro aqui ele procura sempre tá trabalhando corretamente, o chinês não, ele trabalha quase 100% incorreto (Entrevistado 7).

É que os chineses (...) o pessoal despercebidamente deixou eles enraizar no mercado e hoje não só Feira de Santana, como Feira, todo o Brasil em si, São Paulo, Rio de Janeiro, a massa invadiu e é uma raça que eles têm vínculo mais elevado diretamente a contêiner, eles têm a melhor facilidade de buscar e conquistar mercadoria mais fácil do que a gente (...) é a fonte, né? (Entrevistado 11).

Péssima (eles, os chineses não são bons) de maneira nenhuma. Porque quando eles entraram aqui acabou nossa margem de lucro. Hoje ninguém tem lucro aqui dentro do Feiraguay. Nós ganha aqui dois, três reais por produto. Eu deixei de vender importado por causa disso, que a turma de São Paulo vieram toda pra aqui. (Entrevistado 12).

Muito ruim, péssima (palavrão) (Entrevistado 13).

Chinês é uma coisa mais ou menos assim, eles ajuda a gente e a gente ajuda a eles. Eles tem mercadoria a preço bom, a gente compra, comercializa, e assim vai vivendo (Entrevistado 14).

Olha, como eu te falei, não me interfere em nada, mas o erro também foi da direção do início, não a atual agora. A atual já pegou a bomba na mão, mas abriu brecha pros chineses, que hoje os chineses (...) até que ele valorizou, através dos chineses também os boxes aqui são tudo supervalorizada. Ponto que era alugado por 200 reais, hoje é dois mil (Entrevistado 15).

Hoje acho que ele não incomoda, porque assim, ele trabalha só com a linha de óculos, porque hoje no Feiraguay tem 2 brasileiros só que tem essa linha (Entrevistado 16).

Olhe, até um determinado tempo não estava me afetando, mas de uns dois anos pra cá, não que eles aqui no Feiraguay tenham o mesmo produto que eu trabalho, mas abriram muitos boxes ao redor e todos os boxes têm as mesmas mercadorias praticamente que eu vendo. Então em muitos clientes que compravam aqui e agora já descobriram que eles vendem, então agora todos comprando lá agora (Entrevistado 17).

Estaria melhor sem os chineses, com certeza, porque nós ia ter preço, um com o outro, brasileiro com brasileiro, porque o brasileiro mesmo se ele fosse lá importar, mesmo se ele importasse, ele não ia chegar aqui e colocar um box pra concorrer com nós, ele ia vender pra todos pequenos comerciantes. Ele é um grande importador, como nós compramos de grandes importadoras em São Paulo, Santa Catarina, então esses grandes importadores brasileiros não ia concorrer com nós. Então ia fornecer, como fornece mercadorias diretamente pra os pequenos comerciantes (Entrevistado 18).

Aqui pelo menos, a mim não me atrapalha em nada, porque segura mais preço do que as próprias pessoas que não são chineses. Eles não queima preço. Eles diz, se o preço dele for esse, é esse. E quando eles fala que são atacadista, eles são atacadista, ele não vende varejo (Entrevistado 19).

Rapaz, eu só acho que atrapalha a gente, nós brasileiros, de tipo, uma pessoa hoje que é brasileiro tipo eu, eu hoje não tenho condição de comprar óculos pra vender, no caso meu aqui vende óculos, porque eu não vou ter como concorrer com eles, porque eles vêm através de contêiner, compra direto lá da China, tal, e a gente não consegue isso, nós brasileiros (Entrevistado 20).

É uma tendência mundial, né. Todos os lugares do mundo eles têm tomado conta mesmo, em alguns lugares tem sido benéfico, em outros nem tanto. Em São Paulo mesmo, árabes que era os comerciantes mais forte, os chineses ganharam espaço, tomaram os espaços dos árabes... Ela hoje é prejudicial pra economia da cidade, porque a forma deles trabalhar eles não seguem leis trabalhistas, é um tipo de concorrência que praticamente não em como a gente concorrer com eles, porque eles têm um esquema de compra de mercadoria completamente diferente do que a gente aqui, eles têm um grupo bem maior de comerciantes que consegue se unir / vamos dizer, são 10 chineses, eles conseguem se juntar e fazer as compras deles e vem diretamente do porto, porto de Salvador. Totalmente diferente a logística e a forma deles negociarem é completamente diferente de nós brasileiros, entendeu? Porque a gente sempre tem que comprar de terceiro, assim, na cadeia a gente é 3º, 4º lugar, e eles é praticamente da indústria pra eles. Da fábrica pra eles (Entrevistado 21).

Eles são bons para o Feiraguay e a mim nunca atrapalharam e olha que estou de frente para eles, mas eu concordo com a decisão de não deixar novos chegarem, votei a favor (Entrevistado 22).

Empata muito a gente, até pelo fato de eles conseguirem trazer mercadoria com um custo menor, aqui eles vão ter custo menor pra trabalhar também, então acaba tendo preço melhor do que a gente e a gente fica mais impedido de vender, de competir com eles (Entrevistado 23).

Neutro (Entrevistado 24).

(...) mas esses chineses são um ponto de tensão pra eles, mas não tem / olha, o mundo mudou, você não tem como barrar essas coisas que estão acontecendo, eu concordo que tenha que ter um limite. Eu concordo. Sabe por quê? Porque se não desvairia, descamba (...). É bom porque tem competitividade. Você dá competitividade, você não pode / nem os chineses, qualquer espaço do mundo que venha pra cá, você não tem/ porque os chineses eles são ruins e são bons. Não é assim? Nós estamos agora atrás dos chineses pra construir a ponte do rio Itaparica em Salvador (Entrevistado 25).

Tem gente aqui de Pernambuco, tem gente aqui do Maranhão, tem gente aqui de tudo que é lugar, de Minas, de Goiás, como também tem gente boliviana, tem africano, tem... Então, não sei. A cidade, ela é acolhedora. O prefeito da cidade é de fora, entendeu? O ex-prefeito, o ex-presidente da câmara era de Campo Formoso. Na política, a maioria dos deputados é de fora. Então, a cidade é muito acolhedora, ela

está atendendo a sua cultura, à diversidade. Agora, se isso está trazendo um prejuízo, lhe garanto que é mais para os capitalistas, que estão atentos (Entrevistado 26).

Dos 23 entrevistados, nove declararam que a presença chinesa é positiva, sete declaram que essa presença é neutra e sete dizem que a presença deles é ruim para o comércio do Feiraguay. Embora sejam 23 entrevistas apenas, número que não possui força para definir que esse é o pensamento de todos os *stakeholders* do Feiraguay, por escuta ativa e observação direta no centro, as opiniões se dividem e não há um consenso sobre se a presença dos chineses é boa ou ruim. Há sim um consenso em favor da normativa que impede a chegada de novos imigrantes da China, mas, como visto nas opiniões listadas, muitos que votaram a favor, ou não se incomodam com a presença deles ou a consideram boa.

A E-20 não se importava em nada com os chineses e não entendia toda a razão do meu interesse como pesquisadora em compreender essa inserção. Quanto a mim, continuava a passar o dia trabalhando para a E-20 e o tempo todo tentando me aproximar da AP-1 e do AP-2.

Houve uma ocasião que uma mulher brasileira, conversando com a AP-1, disse que tinha uma irmã que morava na Europa e perguntou a AP-1 se ela gostava do Brasil. Ela respondeu claramente que não gosta do Brasil e que trabalhava pensando em um dia voltar para a China e que esse dia fosse o mais breve possível. Eu imaginei que esse fosse um sentimento comum a todos os vendedores/proprietários chineses, porém, as entrevistas realizadas com os três chineses trouxeram respostas diferentes da AP-1, como pode ser observado nos depoimentos abaixo:

Agora não pode falar tem certeza. As coisa muda, mas eu sabe que me ajeito, eu não / eu tá aqui sempre, ou viajar lá e aqui. Minha filha nasceu aqui, futuro é aqui mesmo. Ou estuda bem, Estados Unidos. Tipo trabalhar com firma, essas coisas. Vai mudar. Não sei depois, se mudar o jeito. Agora, por enquanto, eu tenho vontade de colocar minha filha pra estudar nos Estados Unidos, pagando as coisa melhor. Aí a gente faz filho trabalhando pra filho, futuro melhor, até ela depois de 18 anos, 20 anos, então ela se vira. Agora ela tá pequena, então a gente tem que trabalhar muito, ganhar dinheiro pra ela estudar coisa melhor, escola melhor, livro melhor, lugar melhor pra estudar... escola pra filha(...)Aí eu gosto aqui no Brasil porque todo mundo gosta de conversar, pegar amizade fácil. Na China pessoa não conversa muito não. Até chinês com chinês que conhece, vê na rua não fala oi, nem dá bom dia. Aqui não, aqui se bater o olho, ver, fala oi, cumprimenta. Aqui é muito bom, eu gosto assim (Entrevistado 8).

Aqui, agora ruim, depois [que Lula] saiu. China melhor. Aqui China muita gente. Trabalho difícil antes [na China]. Aqui mais melhor. Agora muito ruim. Antes mais melhor. Lula bom. Lula todo mundo comprava. Agora ninguém [tem] com dinheiro. (Entrevistado 9).

Aqui agora ruim, depois saiu. China melhor, mas quero ficar qui [aqui] (Entrevistado 10).

No fim do 10º dia de observação participante, tive novo contato com a pequena AP-3 e o seu pai, o AP-2. Dessa vez foi um contato mais longo, porém não consigo insistir muito no contato, chega um determinado momento que ele para de me entender e faz “cara de paisagem” e não consigo continuar o diálogo. No 11º dia estava trabalhando normalmente na banca, por volta das 14h00 percebi que havia duas outras vendedoras de outros boxes, a AP-4 e a AP-5, conversando com o AP-2, o chinês marido da AP-1 e experimentando óculos.

Elas mostravam desenvoltura no diálogo com o AP-2 e pediam descontos. Elas duas e “o China”, como elas o chamavam, sorriam descontraídos. Em determinado momento, AP-5 pediu um desconto e ele entendeu que ela queria levar os óculos por R\$ 10.00 e, de longe, o escutei, mesmo estando encoberto pelas duas meninas, dizendo: “Nada!”

Eu enxergava toda a movimentação atentamente e queria uma oportunidade de tentar falar com ele, a AP-4 experimentava óculos e dizia “que cara de rica eu tenho”, sorria e logo ambas, as AP-4 e a AP-5 encostaram-se ao balcão da E-20 de onde eu os observava e a AP-4 dispara: “Você é o que da E-20?”. Respondi que era uma amiga e que estava ali realizando uma pesquisa sobre os chineses. Elas me escutavam e pareciam interessadas.

A AP-4 era a mais falante e não parava de experimentar os óculos. Perguntei se elas conseguiam se comunicar bem com eles, os chineses, ela respondeu que sim. Tive a sensação de que eu era alguém muito tímida em relação a elas duas, pois fiquei de frente várias vezes para ele, o chinês, e não conseguia fazer uma pergunta objetiva. Perguntei a AP-4 se ela sabia o nome dele, ela disse que não. Pedi que perguntasse, ela perguntou e ele respondeu se chamava Wu, pelo menos foi assim que entendi. Normalmente os chineses adotam nomes brasileiros e populares, a única exceção que encontrei foi ele, o AP-2. AP-1 também não usa o nome original. Este excerto da entrevista com a AP- 8 indica isso bem:

Taiz: qual seu nome?

Halline³⁰: Halline

Taiz – Aline é o nome seu aqui do Brasil ou é seu nome lá da China mesmo?

Halline – quando eu cheguei no Brasil já tem esse nome, porque eu tá na China quando estudar eu colocar nome, esse com H e LL, Aline, né, traduzindo Brasil, Halline. Eu gosta esse nome, então fica direto.

³⁰ Nome fictício criado para preservar a identidade da comerciante.

Taiz – mas seu nome de batismo lá na China é Alline, com H?

Halline – não. Meu nome da China é (Jyan), ípsilon, A, N

Taiz – todos os chineses aqui no Brasil mudam de nome pra um nome mais fácil?

Aline – é, pra nome mais fácil, porque nome do oriente é muito diferente. Tem vez que pessoa não conseguir chamar, e é uma coisa que tem nome estranho. Quando fala, aí pessoa ri. Então a gente coloca nome de brasileiro mesmo pra pessoa mais fácil de chamar e não esquecer.

Voltando à cena no campo, a AP-4 começou a contar histórias que a aproximavam da AP-1 como o fato de uma situação em que ela, acompanhada de uma colega, teria mostrado as partes íntimas para a AP-1 para que esta pudesse ver como é feita a depilação no Brasil, pois, de acordo com a AP-4, na China elas não fazem depilação íntima.

Continuei o diálogo com a AP-4 e disse que precisava conversar com os chineses, compreender o sentido da presença deles aqui no Feiraguay. Ela me disse que quem poderia me ajudar era um chinês que se chamava AP-6 (nome brasileiro). Achei estranho o nome e perguntei: AP-6? Mas por que esse nome? Ele nasceu na China ou no Brasil? “Na China”, respondeu a AP-4. Então ela se vira para o Chinês e inicia um diálogo:

AP-4: por que o nome do AP-6 é AP-6?

AP-2: não sei, AP-6 é AP-6. Você gosta de AP-6?

AP-4: sim, o acho um gatinho.

Todos riem. Peço para a AP-4 perguntar qual a razão dele ter imigrado para o Brasil e em especial para Feira de Santana. Ela pergunta, ele disfarça e não responde. Minutos depois, quando em um momento ele para de frente para mim, num impulso, pergunto: você veio para o Brasil por causa do *guanxi*? O AP-2 responde que sim e assim ele encerra a conversa saindo de perto. Todas as meninas ficaram impressionadas e me perguntaram o que era o *guanxi*. O que significava e porque eu havia perguntado. Fiquei um tempo explicando sentindo certo alívio por ter conseguido realizar pela primeira uma inferência direta com o AP-2 e que foi correspondida.

De acordo com toda a literatura pesquisada sobre a imigração chinesa, o *guanxi* é a principal forma de financiamento dos imigrantes chineses para qualquer parte do mundo. Góes, (2014) diz que os chineses chegam ao Nordeste atraídos pelo *guanxi*. A organização deles em Feira de Santana se assemelha à estrutura de uma pirâmide. Estão no topo da pirâmide os grandes fornecedores e lojistas que são detentores de um grande capital econômico, ou seja, a capacidade de fornecer o *guanxi*. À medida que vão trazendo outros chineses para trabalhar nos seus comércios, esses trabalham até concluir o pagamento do

guanxi que os trouxe logo que eles honram o seu *guanxi*, ficam livres para empreender ou para continuar trabalhando com o promotor do seu *guanxi*. Normalmente eles pagam de modo breve o *guanxi* e partem para empreender e logo se tornam capazes de subsidiar o *guanxi* para outros chineses. Os que chegam depois ficam na base da pirâmide trabalhando para cumprir com o seu compromisso imagino que o planejado seja alcançar o topo da pirâmide.

Eles têm pressa e trabalham muito mais do que a legislação brasileira permite para logo pagar o seu financiamento, o que, muitas vezes, é confundido com trabalho escravo. Existe quem ceda *guanxi* para que os chineses emigrem para empreender, o tamanho do *guanxi* vai sempre depender do nível de relacionamento que aquele grupo possui com os donos do capital que geram o *guanxi*.

Apesar de a literatura indicar o *guanxi* como principal modelo de financiamento e da afirmativa do AP-2 sobre a sua vinda ter sido subsidiada pelo *guanxi*. Apesar da irmã da AP-1, que é dona de uma grande loja próxima ao Feiraguay, de dois dos três chineses entrevistados para a constituição desta tese negaram que a sua vinda foi subsidiada pelo *guanxi* sendo que a E-8 pertence a uma segunda geração de imigrantes chineses então ela respondeu como os pais dela vieram. Apresento adiante as respostas dos três chineses sobre o *guanxi*:

Eu acho que tem amigos dele [dos pais dela] que tava aqui, né, e falando que precisa pessoas vem trabalhar aqui, aí meu pai precisa trabalhar, porque tava pobre na China, não tem muito dinheiro, tem que vim aqui e... e outro coisa... Brasil melhor pra gente vem porque pessoa aqui tem mais amizade. Não tem racismo. Eu escolhi Estados Unidos porque eu quero futuro melhor, lá tudo coisa mais novo, mas eu quando vem no Brasil, eu já gosto mais daqui do que nos Estados Unidos já, porque eu tenho colega, pessoal que estudava, tava lá, Estados Unidos, falando não muito bom (Entrevistado 8).

Não, não, não tem dinheiro (Entrevistado 9).

Qual *guanxi*? (Entrevistado 10).

Ainda sobre a forma como os chineses chegam ao Brasil, o E-7 (2017) declarou em entrevista:

Geralmente assim, um financiando a vinda do outro, ou vem pra conhecer, ou vem porque tem algum parente que falou bem do Brasil, e aí eles vêm tentar a vida aqui (...) alguns vêm pra aqui praticamente pra ser escravo, como se fosse um escravo (...) pagam tudo e chegam aqui eles têm que pagar com trabalho. A grande maioria que tá aqui no Brasil hoje eles pagam pra tá aqui e não termina nunca. Nunca ele para. Nunca. O dinheiro que eles ganham, quando chega o limite que eles têm alguma coisa, eles geralmente volta pra China, porque eles não conseguem se dar bem aqui, eles voltam pra China... alguns poucos é que conseguem realmente se dar bem aqui. Outros geralmente vive na mão de alguns chineses que a gente não conhece, eles são

muito fechados, então a gente não sabe como é basicamente esse processo aí, essa convivência deles (Entrevistado 7).

Na primeira linha do discurso do E-7, há a indicação do financiamento de uns aos outros, que é muito parecido com o conceito de *guanxi* que, segundo Sheng (2010), é um contrato tácito. Um modelo de financiamento que não é baseado nem nos sistemas bancários e nem na sociedade, mas nos relacionamentos.

O conhecimento da forma como eles chegaram e continuam a chegar a Feira de Santana pode auxiliar na análise dessa inserção no comércio, em especial no Feiraguay, já que existe uma clara hierarquia entre os próprios chineses e entre brasileiros e chineses. Essa hierarquia se manifesta através de posturas e de artefatos culturais visíveis (FLEURY, 1989; SILVA, 2011) como o uso de fardamentos por partes dos empregados chineses e brasileiros e de roupas comuns entre os chineses proprietários.

É comum nos boxes de comerciantes brasileiros do Feiraguay que os gestores não sejam os proprietários, sejam trabalhadores contratados para exercer tal função, o que não se repete nos boxes de chineses. Nestes os proprietários estão sempre presentes, mesmo que exista um alto número de trabalhadores e que estes sejam trabalhadores brasileiros ou chineses, os proprietários sempre estão presentes e são facilmente identificáveis.

A interiorização dos imigrantes chineses no Brasil, em especial a ocupação da região Nordeste onde, de acordo com Silva (2010), se formou uma diáspora chinesa possui muitas explicações. Um dos principais pressupostos encontrados nos estudos para a tessitura desta tese está na obsolescência da rota comercial entre o Paraguai e o Brasil.

Para Pinheiro-Machado (2008) as principais mercadorias comercializadas no Brasil pelos chineses são produzidas na China, exportadas para o Paraguai, receptadas neste país, mais exatamente em *Ciudad del Este*, por chineses e, depois de cruzar a fronteira, distribuídas por todo Brasil. De acordo com a fala de comerciantes do Feiraguay, essa rota indicada pela autora estaria enfraquecida, enfraquecimento que pode estar relacionado à chegada, permanência e interiorização crescente de chineses no Brasil; o que possivelmente está eliminando o intermediário na recepção dessas mercadorias.

Outro pressuposto que justifica a obsolescência dessa rota e que foi colhido durante a realização das entrevistas e a partir da escuta ativa aos comerciantes do Feiraguay é que houve um aumento da fiscalização nas fronteiras entre o Brasil e o Paraguai, o que incidiu em um aumento do risco das mercadorias serem perdidas em uma operação de fiscalização por parte da polícia federal. Sobre esse assunto o E-2 diz o seguinte:

Tá totalmente obsoleta. O que inviabilizou essa rota? Fiscalização. Do lado do bom senso e do cidadão que não tem a ver com essa questão de trazer mercadorias do Paraguai, é inaceitável que nos dias de hoje, com tanta informação, tanto que está a criminalidade, enfim, deixasse que as fronteiras ficassem tão desguardadas, porque infelizmente a gente sabe que uma fronteira desguardada ela não vai passar só eletrônico e material pra o comércio normal e lícito, mas vai passar também muito produto que é ilícito. Então a necessidade que o governo brasileiro teve de melhor fiscalizar as suas fronteiras fez com que isso também atingisse a entrada regular de eletrônicos e outros produtos lícitos de lá no Brasil. É notório que com o avanço da / assim, se empreendeu muito em tecnologia hoje na fronteira principal, que é Cidade Del Leste – Foz do Iguaçu existe um scanner onde você passa com seu carro e seu carro é todo escaneado. Então se tiver qualquer mercadoria, qualquer eletrônico, qualquer arma, droga, qualquer coisa ali, vai ser visto e aquele carro vai parar pra uma outra baía e lá vai ser totalmente revistado. O que ainda existe, mas que não vem aqui pra Feira de Santana, ou se vem, em quantidade muito pequena, são produtos que vem do Paraguai de valores agregados muito alto e tamanho muito pequenos, como celulares, de última geração, continuam vindo muitos *I-phones*, muitos Samsung, muito *pendrive*, muita memória, muito perfume, muita coisa que seja pequeno e de valor agregado alto, mas o que vinha antigamente, que eram rádios, rádio relógio, relógio de parede, enfeites, brinquedos, meias, roupas, essas coisas essa chinesada tá aqui em Feira de Santana, como está em todos os lugares do Brasil, trazendo com uma logística e com algumas manobras que eles burlam pra poder fazer esse produto chegar e ter uma incidência de imposto muito pequena, e com isso ser / não sei se essa palavra existe / ser **inconcorrável**. Você não consegue concorrer com o chinês, porque ele tem manobra, ele usa ferramentas, ninguém sabe como e não sou a pessoa mais correta pra dizer, que faz com que o produto chegue com o preço meio que irrisório. Um carregador de notebook, por exemplo, que eu compro do importador de São Paulo, chega pra mim aqui por R\$ 26,00. Esse mesmo carregador, de outras importadoras que eu também compro, de informática, tipo a *Leaderchip*, fisicamente igual, ele me custa R\$ 62,00. Quer dizer, eu consigo pegar esse carregador que chega por 26 e vender por R\$ 45,00. O outro eu só consigo vender por R\$ 100,00, R\$ 95,00, colocando a mesma margem. É surreal a forma como eles trazem eletrônico hoje, eles importam. Eles deram um jeitinho, compraram por São Paulo, do Paraguai hoje tem esquema que o cara compra em São Paulo, dentro do Paraguai eles entregam dentro de São Paulo, então de São Paulo pra cá se torna legal pra eles. Então tem boxes aí que eu conheço boxes em Feira de Santana, que não vou citar nome, mas ela vai comprar direto em Miami. (Entrevistado 2, grifo nosso).

O E-4 condena a rota, pois a considera perigosa para os comerciantes, porque além dos perigos naturais de viagem realizada no modal rodoviário no Brasil, há o risco de fiscalização e perda do investimento em mercadorias. Convergindo com o E-2, o E-4 declara:

Eu viajei pro Paraguai, eu tinha ônibus que rodava pro Paraguai, fazia excursão. Então assim, uma viagem dava certo, outra viagem dava errado. Uma viagem eu vinha embora tranquilamente, outras viagens sofriam com a fiscalização. Além do perigo de assalto e de acidente na estrada. Então a questão é fator sorte, você pega um avião, você vai fazer uma viagem internacional, você chega aqui no aeroporto quando você vai desembarcar, ou em São Paulo, tem o declarante e o nome do declarante. Aquele corajoso vai com nome de declarante. Se ele tiver com algo ilícito ou em grande quantidade, a sorte é deles. Se ele for barrado pela Receita ele vai... mas se ele não for, ele vai passar. Eu dei duas viagens na China, via Dubai, uma por Dubai outra por Abu Dhabi, e eu não tive dificuldade no aeroporto. Não é que eu não fui lá buscar nada, um dos objetivos que eu fui foi tentar / porque hoje as pessoas falam muito dessas viagens na Bahia, no Brasil, mas o chinês vende barato porque ele compra barato, realmente na China é barato, eu fui lá e constatei.

O E-7 (2017) reforça a alta fiscalização como a principal razão para o enfraquecimento da rota:

Por causa do fechamento das fronteiras, na verdade. Então, quando o governo fechou as fronteiras, hoje fica inviável alguém no Paraguai ir e trazer alguma coisa, porque tem que passar pela alfândega, então é muito difícil. Então todos os produtos que você conseguia comprar no Paraguai, hoje você compra em São Paulo mesmo, entendeu? Porque vem tudo via importação. Então você consegue hoje comprar... a não ser assim, produtos de marca, que são produtos falsificados. Então produtos falsificados aí é outra coisa, entendeu? Geralmente eles hoje falsificam em São Paulo. Eu mesmo, particularmente, eu não trabalho com produto de marca, o básico que eu trabalho é eletrônico, que é rádio, algumas coisas, câmara, brinquedo, utilidade, uma variedade de produto muito grande, então não é produtos falsificados. Produtos falsificados, hoje, tem que ser via Paraguai. Importação pelos portos é muito difícil entrar. (Entrevistado 7).

O E-17 indica que a legalização das compras pode ser um indicativo para o desuso da rota pelos comerciantes de Feira de Santana:

Só que aí o seguinte, o mesmo produto que nós trazia do Paraguai sem imposto nós consegui começar a comprar importação de São Paulo direto já com nota fiscal, e aí acabou o problema, não tinha mais o problema de viajar pra buscar, arriscar. Então hoje legalizou, vem tudo por transportadora, paga todos os impostos, não tem problema, não perde nada, os produto é tudo pago na fonte. Nós trabalha tanto tempo e nunca teve problema com Receita, já veio fiscalização da Receita no meu depósito, tudo, com a polícia federal, chegou lá conferiu todas as notas, tudo legalizado, inclusive um depósito de um chinês, teve que conferir tudo certinho, mas não teve problema nenhum. (Entrevistado 17).

O E-18 atribui a obsolescência da rota também às dificuldades de pagamento no Paraguai e às facilidades de pagamento em São Paulo:

Acho que hoje, depois da concorrência chinesa que tá na cidade, as mercadorias que vêm do Paraguai ficou bastante difícil trabalhar, porque quando a gente trabalha em São Paulo, a gente trabalha com prazo, trabalha com / tem mais possibilidades de trabalhar, tem mais opções, pode comprar no cheque pra 30, 60, 90, 120 dias, e no Paraguai é à vista e tem todo um risco de você perder a mercadoria, devido a essa margem que cada dia tá mais curta, ficou inviável a gente ter chance de perder mercadoria, a gente tem que evitar o máximo possível, entendeu? (Entrevistado 18).

A obsolescência da rota tem grande importância no discurso da maioria dos entrevistados e para alguns justifica a chegada dos chineses a Feira de Santana e posterior ocupação do Feiraguay; contudo, são muitas as razões da dispersão desses chineses. O E-2 supõe que a chegada dos chineses à cidade de Feira de Santana tem a ver com o fato de esta

ser uma cidade popular em todo o país, em razão do seu comércio popular e da sua experiência com as feiras. Ele diz o seguinte a respeito da chegada dos chineses:

ah, sim... o que acontece... o comerciante chinês, porque eu ainda compro e comercializo muito produto no principal polo hoje de material importado do Brasil que é a Rua Senador Queiroz, que é aquela região da 25 de março. Existe uma avenida ali, que é Senador Queiroz, onde tem mais de 50 importadoras, importadoras essas de tudo que você pensar. Se você quer montar uma loja e vender bacia, faca, facão e pano de prato, você vai achar lá. Se você quer vender miudeza, você vai achar lá. Se você quer vender eletroeletrônico, você vai achar lá. Se você quer vender ferramenta, você vai achar lá. Material de segurança, tudo você encontra lá. Então o que acontece, os comerciantes de Feira de Santana, alguns ganharam muito dinheiro, não falo só da Feiraguay, mas comerciante de Feira em geral, atacadistas, compram e compravam muito nessa região. De quem? De importadores chineses e libaneses, na sua maioria. Quando os chineses e esses perceberam que esses brasileiros são de Feira de Santana, se eles tão comprando muito na mão da gente, é porque lá vende muito. Começaram a dar estalo, assim como os comerciantes do Feiraguay também, esses já informais ainda, naquela época, compravam muito na região da 25 de março, da Galeria Pajé, os relógios, os eletrônicos, os celulares; enfim, todo tipo de eletrônico... eles, espera aí, se esses caras vêm muito de Feira de Santana comprar aqui, lá é o lugar. Então eles foram tendo essa percepção, e pela falta de escrúpulos que eles têm, fizeram o que, não são os comerciantes de lá que estão aqui, são crias deles. São primos, na maioria, isso eu posso te dizer e te provar, irmãos, tios, dos chineses que estão em São Paulo, trazem da China essas pessoas, que às vezes vivem lá em condições subumanas, vêm morar numa cidade que não tem frio, não tem muito calor, com clima maravilhoso o ano todo... tem chinês mesmo que vinha aqui que trabalhava em peixaria na China, chegou sem falar quase nada de português, só que eles são muito esforçados, com dois, três meses eles pegam o idioma. Pelo menos o oi, bom dia, tudo bom, que preço? E dizer o preço em português. O que acontece é isso, e aqui tudo propicia pra que eles cheguem e se adaptem fácil, e com isso já tá existindo o quê? Restaurante de chinês. Se você observar no entorno da Feiraguay tem uns dois restaurantes chinês, na Marechal tem um restaurante chinês. Já tem muito chinês aqui, veio um chinês também e viu.. loja de bolsa, esse cara tem quatro loja de bolsa em Feira de Santana. Você sabe onde era a Casa do Estudante, ou é ainda? Colado ao Banco do Brasil? O prédio em cima, aquela loja da esquina, hoje é do mesmo chinês daquela loja em frente à Feiraguay. Mesma reforma que ele tá fazendo ali, mesmo padrão. (Entrevistado 2).

Outro pressuposto para explicar tamanha expansão da diáspora chinesa na região Nordeste pode ser a massificação da presença dos chineses nos estados da região Sudeste. Parece óbvio esse pressuposto e, com simples bom senso, é possível chegar até este, que não é um pressuposto a ser descartado. Mais uma vez o E-4 opina sobre a chegada dos chineses ao Feiraguay:

(...) olha, o chinês é assim, ele pesquisa o local, se ele vê que é bom de dinheiro, ele vai. E outra coisa, é porque a senhora tá entrevistando aqui em Feira de Santana, mas eu fiz uma entrevista um tempo desses aí, 2011, 2012, o jornal Folha do Estado de São Paulo veio aqui me entrevistar pra saber porque teve uma confusão com chineses na época que eles estavam querendo fechar o shopping da madrugada lá em São Paulo, tem uma confusão com aquele Kassab, que era o prefeito de São Paulo

na época, e eles fizeram assim no Brasil inteiro, pra todo lugar do Brasil (...) pra todo lugar do Brasil é assim, não se engana não, porque eles tão aqui é porque hoje depois que começou o Feiraguay, eles sabem que o cliente tá ali, mas ele vai em qualquer lugar do Brasil onde tenha comércio, principalmente comércio informal, ele se infiltra ali, quando você menos espera, ele já abriu uma loja do lado, quando ele não consegue entrar pela legalidade, ele vai pelo lado ilegal. Quê que ele faz, ele arranja ali um brasileiro, dá uma vantagem, o cara aluga o ponto pra ele, o brasileiro aluga o ponto, mas não é pro brasileiro, é pro chinês, quando você menos espera, ele é dono do ponto e bota o brasileiro como funcionário. Eu digo isso porque esses mesmo que mataram no Feiraguay, o que morreu/ o que matou o outro, o ponto dele lá quem alugou foi uma brasileira. Até pouco tempo ela tinha uma empresa no nome dela e quem geria era ele. Quer dizer, não é assim não, não é a Feira, é todos lugar, e outra coisa, eles não têm mais porque o país tá em crise. Não tem mais gente aqui...(Entrevistado 4).

Após o registro das práticas mais evidentes dos chineses no Feiraguay, apresento as categorias de análise que emergiram do campo durante a realização do estudo empírico.

3.2.2 Interpretação sobre os chineses no Feiraguay por meio das categorias êmicas

As categorias êmicas são as que emergiram do campo de pesquisa desta tese, o Feiraguay. São elas: ameaça, controle, ilegalidade, informalidade, invasão, política e segregação. Estas categorias vão ser apresentadas individualmente nesta seção por ordem de importância.

3.2.2.1 Ameaça

O fato de os comerciantes chineses serem agentes hegemônicos no comércio de réplica de óculos, de roupas e de calçados de grifes nacionais e internacionais dentro do campo Feiraguay se traduz em uma ameaça para a E-20³¹:

Ameaça e atrapalha a gente, nós brasileiros, de tipo, uma pessoa hoje que é brasileiro tipo eu, eu hoje não tenho condição de comprar óculos pra vender, no caso meu aqui [vizinhos chineses comercializam óculos] vende óculos, porque eu não vou ter como concorrer com eles, porque eles vêm através de contêiner, compra direto lá da China, tal, e a gente não consegue isso, nós brasileiros. É bem difícil, pode até conseguir, mas aí tem que ter bastante conhecimento, e é mais difícil do que pra eles. Pra eles se torna fácil. Então hoje pra gente, você achar aqui um brasileiro é difícil, uma pessoa vendendo óculos que não seja chinesa, porque eles já tomaram conta do mercado de óculos, algumas coisas assim... é difícil (Entrevistado 20).

Dos 23 comerciantes chineses do centro comercial, 16 comercializam óculos. Desse total, apenas dois boxes de chineses possuem apenas um quadrante de 1.80 m² x 1.00 m², os

³¹ Tanto os óculos quanto as roupas comercializadas pelos chineses no Feiraguay são réplicas de famosas grifes nacionais e internacionais.

demais possuem a partir de 3.80 m²x 3.80 m². Grande parte dos boxes de chineses está estrategicamente localizada nas laterais do centro, sendo que todos os chineses que comercializam óculos ficam nas laterais e seus boxes possuem formato de retângulo com mais de três quadrantes, assim o boxe assume a forma de um espaço retangular. O E-21 considera que a forma de ocupação dos chineses no Feiraguay, prioritariamente nas esquinas, se configura como uma ameaça, pois, estar localizado numa esquina, “é mais caro e estratégico para que o brasileiro não seja visto e dificilmente um brasileiro consegue recuperar uma esquina de um chinês”. (E-21, 2017). Isso porque eles têm enorme capacidade financeira para alugar os quadrantes mais valorizados por longos períodos de tempo, pagando o dobro e, às vezes, o triplo do valor anterior.

A forma como eles ocupam o retângulo é realmente estratégica, como o E-21 apontou. Os chineses priorizam a escolha dos boxes de esquina, como pode ser visto na figura 21. A localização privilegiada permite maior visibilidade dos comerciantes e de seus produtos, assim eles atingem mais facilmente o público consumidor transeunte; são mais facilmente localizados e o apelo visual é mais forte, tanto pela localização quanto pela amplitude do ponto de venda. Os outros sete comerciantes chineses vendem: tênis, roupas de grife internacionais e apenas um comercializa produtos eletrônicos. O E-2 (2017) faz coro com o E-11 quando diz:

Outra situação é o impacto, porque na Feiraguay muitos deles só querem estar nos pontos de esquina, nos melhores pontos, e o poder econômico que eles chegam aí oferecendo de alguma forma as vantagens pra que as pessoas deixem [os boxes] eles utilizar esse ponto, a título de empréstimo, é muito alto. Então, se um brasileiro, às vezes, estava disposto a que esse ponto fosse cedido para ele pra um outro brasileiro comercializar o produto ali por X, o chinês ele sempre vai fazer algo melhor (Entrevistado 2).

Os boxes dos chineses são bastante parecidos; os de óculos, em especial, são iguais em quase tudo. O modo como os óculos são expostos e organizados favorece as vendas e a exposição das mercadorias. Todos os espaços do boxe são tomados por óculos, paredes completas, todos os boxes possuem um balcão de vidro frontal que está todo tomado por todos os tipos, modelos e cores de óculos, réplicas muito parecidas com os produtos de grife originais comercializados por preços muito atrativos. Nas figuras 23, 24 e 25 é possível ver como os boxes de óculos são organizados.

Figura 21: Imagem de um boxe de óculos no Feiraguay



Fonte: www.portaldosertao.com.br - Acesso em 20/06/2017

Figura 22 – Imagem de um boxe de óculos no Feiraguay



Fonte: www.portaldosertao.com.br - Acesso em 20/06/2017

Figura 23 – Imagem de um boxe de óculos no Feiraguay:



Fonte: Elaboração própria, 2017

Os boxes, seu tamanho e a sua localização seguem como um ponto de tensão entre brasileiros e chineses, mas não apenas esses espaços físicos e sua estrutura e aparência são interpretados como ameaça. Para o E-1, a ocupação dos 23 chineses representa uma ameaça pela seguinte razão:

Tem uns que têm uns boxes que são considerados cinco boxes, porque cada ponto aqui de 1,80 m² é considerado um boxe, então, quando você é um ponto grande, o cara tem três, quatro ou cinco boxes. Então, enfim, a gente tem a permanência de 23 chineses comerciantes, certo? O que a gente entendeu e entende? Que eles são uma ameaça sim ao comércio local, a aquilo que a gente tem de peculiar, do Feiraguay e tal, da importação do eletrônico, e com relação ao comportamento deles, a gente percebe que são, muitas vezes, arrogantes no modo de tratar os clientes, enfim, mas o maior, o efeito talvez mais nocivo que a gente detecta seria a expansão deles aqui, ou seja, se deixasse aí, eles já teriam tomado conta daqui. Eu creio que a metade do Feiraguay, se a gente não tivesse tomado uma postura firme de um ano e meio para cá. (Entrevistado 1)

Durante a entrevista com o E-5, o tema ameaça surge de um modo diferente do que havia surgido antes, pois o entrevistado verbaliza que ele não se sente ameaçado, mas

reconhece que os chineses representam uma intimidação para muitos comerciantes do Feiraguay. O E-5 é coerente com o discurso de que os chineses não são uma ameaça a ele quando diz que:

E eu sempre procuro acolher as pessoas, tanto faz rico, pobre, bonito, feio, eu não olho essas coisas. Se eu vejo que a pessoa tá precisando, eu chego, pergunto o que precisa, tudo. Se eu puder ajudar, ajudo, se eu não puder, deixa lá quieto. Mas o que eu percebo deles é que eles são muito leais em amizade. Agora, falando deles, que eu sei que a preocupação de muitos aqui é em relação à ameaça financeira, eu nunca enxerguei eles como ameaça financeira, porque quando a gente foi pra Brasília mesmo a gente viu que lá não é diferente daqui. Muito chinês trabalhando (...) é. Então a gente pensava que era só aqui. Então aqui em Feira de Santana, algumas pessoas, até a mídia mesmo andou ameaçando / muito pegando no pé do Feiraguay porque ‘ah, chinês, chinês’, mas nunca se preocuparam em conhecer a história dos chineses e porque os chineses tavam ali, e se era só ali e porque estavam ali. Então, no início, Nelson não deixava. Nelson era o presidente da associação, foi quem criou tudo aí / como ele viajava muito / eu nunca fui de viajar, mas como ele e alguns outros da associação, da diretoria da época, viajava muito, ia pra coisa, Paraná, Curitiba, tudo, conhecia o Brasil, teve uma resistência de deixar eles entrarem... por quê? Eu presenciei muitas reuniões deles dizerem assim, ‘a gente não pode abrir guarda porque no lugar que chinês trabalha, brasileiro não ganha dinheiro’. Então teve uma resistência muito grande. (Entrevistado 5).

De um modo geral, apenas os comerciantes chineses trabalham nos boxes de chineses e normalmente eles são parentes: casais, irmãos pais e filhos ou primos. Em alguns boxes existem trabalhadores brasileiros; são poucos, por maior que seja o boxe, trabalham no máximo dois brasileiros. A presença de brasileiros ocupando postos de trabalho é outro aspecto da presença dos chineses que parece controversa, pois há o depoimento de alguns agentes que indicam as péssimas condições de trabalho que os chineses oferecem aos nativos. Além desses depoimentos, durante uma conversa informal com duas ex-funcionárias de chineses – uma delas atualmente é lojista do Feiraguay e a outra é uma ex-funcionária da E-20 – ambas relataram péssimas condições de trabalho.

A que é atual lojista falou ainda que os chineses consideram que pessoas com o tom de pele mais escura são trabalhadores rurais e são pobres e que o fato de eu ter a pele clara facilitaria a minha aproximação com eles. A informação do tom de pele abrir portas não foi estranha, porque imaginei que eles poderiam nutrir algum tipo de preconceito, mas chama a atenção o fato dela dizer que eles fazem diferença entre pessoas que trabalham na zona rural e na zona urbana. Já havia escutado muitas vezes que a AP-1, assim como muitos outros chineses, eram originários de zonas rurais na China. Segundo a AP-1, grande parte deles vem de uma região rural da China, que se chama Guandong.

Ainda acerca desse tema, o E-2 (2016) disse:

(...) imagine que se têm chineses e eles não remuneram bem seus funcionários? Feira de Santana perde, porque aquelas pessoas que estão ali se sujeitando a trabalhar com

chinês, vai ter uma camada ainda maior, vai ter um número ainda maior de pessoas trabalhando ali (...) eu falei lá atrás que os meus funcionários são registrados, que têm os direitos assegurados, nenhum chinês registra, pelo menos dentro da Feiraguay, os seus funcionários. (Entrevistado 2).

A contratação de brasileiros feita por eles acontece de modo irregular, não respeitam as leis trabalhistas do Brasil. Outro aspecto que chama a atenção é o fato de ser comum encontrar os filhos de chineses nascidos no Brasil pelo Feiraguay, em especial os que ainda estão na primeira infância. No portal da Tribuna Feirense em 2015 essa informação foi registrada:

Ao contrário dos pais, os chino-brasileirinhos brincam nas ruas apertadas do Feiraguay. São conhecidos pelos comerciantes e por clientes que vão ao entreposto com frequência. Eles falam português. Mas os nomes são tão complicados que ganham apelidos. Um dos pequenos é conhecido como sagüi (ainda bem que os pais não sabem o que o nome significa no mundo animal). Os adultos são rebatizados como Roberto e Paulo, por exemplo. O primeiro circula com desenvoltura pelo entreposto, sempre sorridente e fumando. O segundo já foi visto dançando, desprovido de desenvoltura, na Praça de Alimentação, ou levando a filha à escola – um grande estabelecimento da rede particular. (TRIBUNA FEIRENSE, 2015, p.1).

Em uma entrevista disponibilizada em vídeo na página do Blog da Feira (2013), uma brasileira que trabalha em um boxe de chineses no Feiraguay contraria a informação que de eles (os contratados brasileiros) são maltratados pelos chineses, pois ela diz no vídeo durante a reportagem que os chineses “a tratam muito bem”, contudo valor que ela declara que recebe (R\$ 130.00 por semana), se somados é inferior ao valor do salário mínimo praticado no comércio da cidade, que é o piso salarial que a CLT recomenda. Já para o E-18 a chegada e a ocupação dos chineses no Feiraguay se traduzem em uma ameaça por razões objetivas:

Depois que os chineses chegou, aí foi mudando, eles foi entrando com uma coisinha hoje, com um tênis, com um óculos amanhã, e foi expandindo, e roupa, e já chegou a brinquedos, hoje praticamente eles têm tudo. Tudo que nós temos aqui com notas fiscais, que nós temos com selo do Inmetro, eles têm lá sem nota fiscal, sem selo do Inmetro, paga aos funcionários meio salário, eles não pagam salário integral, e concorrendo com a gente de portas abertas. Inclusive até já foi feito um noticiário aqui do sindicato com o poder pra tentar impedir, mas até o momento não conseguiu (...) creio que não, porque (eles chegando) a gente não tem um certo poder, porque tem muita gente aqui que tem os pontos e não trabalha, então o que acontece... aí alugando, alugando, daqui um dia nós não tava mais aqui em condição de concorrer com eles, porque de quando nós traz a mercadoria de uma importadora legal, com nota fiscal, eles traz no contrabando com o preço abaixo aí 40, 50%, então nós não teria mais condição de concorrer com eles, como nós não está tendo porque não só Feiraguay conseguiu limitar, mas no centro da cidade não. Como o material que eles trabalham, porque pelo que nós (ouvimos) dizer que eles são testas de ferro dos grandes, então são grandes em São Paulo que distribuem eles, são distribuidores pra eles, então eles não importam, eu não sei como vem, a gente não sabe como chega aqui pra eles ter um preço abaixo dos que realmente importam legalmente, pra chegar eles ter um valor abaixo desse jeito, nessa condição. Então as duas coisas nos

prejudica como nosso medo era esse aí, tanto nos alugueis como no poder financeiro que são alto, na verdade não são totalmente eles que têm esse dinheiro, mas tem alguém lá em cima que banca eles. Então são muito alto o valor de investimento deles pra o nosso valor de investimento. Nós somos pequenos camelôs e eles são grandes / por trás de alguém , mas eles são grandes. (Entrevistado 18).

No início do período da observação participante, uma cena chamou a atenção e merece ser registrada. Já me arrumava para ir embora quando vi uma pequena chinesa andando pelos corredores, segurando uma fatia de tomate. Ela tem no máximo 1 ano e meio. Ela é AP-3, filha de AP-1 e nascida no Brasil. Ela estava caminhando em direção ao seu pai (AP-2) que fumava o cigarro na calçada.

Antes de ir para o ponto de táxi, cumprimentei AP-3 em português, que me balbuciou um tchau e em seguida falou algo em chinês e foi a primeira vez que vi uma mudança de expressão do chinês marido de AP-1, ele sorriu e pediu em chinês mais de uma vez para AP-3 me responder com o gesto de tchau. A inocência daquela criança me aproximou por pelo menos 5 segundos do seu pai. Com o tempo, fui notando que não era só comigo, como são muitas crianças chinesas circulando pelos corredores do Feiraguay, é comum que brasileiros se revezem com os cuidados com as crianças e essa é uma das formas pelas quais se estabelecem contato entre brasileiros e chineses por interesse e iniciativa destes últimos.

O fato dos chineses só falarem o português nas ocasiões que lhe são convenientes e não “fazerem cerimônia” ao decidir muitas vezes falar sobre você na sua frente, ou todas as vezes que eles considerem necessário, em um idioma que você e que ninguém além deles no Feiraguay, domina – o mandarim ou o cantonês – revela uma forte demonstração de poder. O poder da informação, do conhecimento que é compartilhado com o brasileiro apenas quando eles decidem que isso pode ser bom para si mesmos.

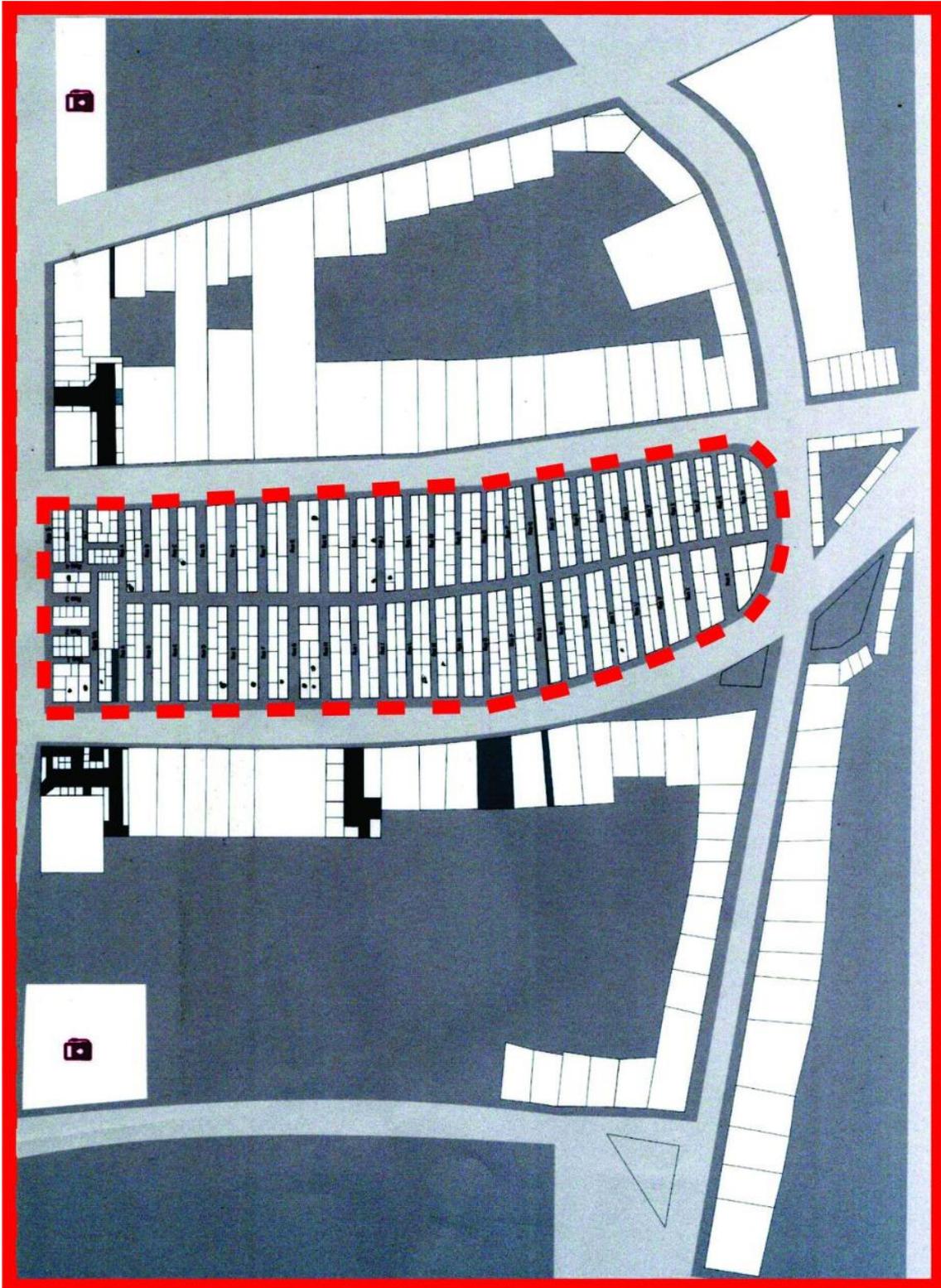
Alguns chineses ocupam o Feiraguay na condição de inquilinos, porém são a menor parte, já que eles procuram assumir a posse dos boxes, inclusive há a informação que essa é uma das razões pelas quais eles se espalharam rapidamente pelo espaço do centro comercial. De acordo com a fala de inúmeros comerciantes do lugar, os chineses, quando chegaram ao local, ofereceram o pagamento da anuidade pelo aluguel dos boxes e, para conseguir alugar os boxes de esquinas, ofereciam o valor do aluguel dobrado. Foi essa, portanto, a razão da supervalorização do terreno no Feiraguay. De acordo com o E-5 (2017), “foi a época que chinês estourou preço. Quem estourou preço do boxe no Feiraguay foi o chinês”. Essa capacidade deles de mobilizar tanto capital demonstra que o poder econômico é uma ameaça aos lojistas que são inquilinos e não permissionários. O Entrevistado 5 (2017) se refere ao fato do chinês ter inflacionado o terreno do Feiraguay e complementa:

O chinês chegou pra entrar, o que eles faziam... brasileiro quando ia alugar um ponto, 'quanto é?', 250 o aluguel... 'não, 200, faça 200'. Chorou preço. Chinês pra entrar aqui fez o quê? Quanto é o ponto? 250 pra alugar. Pago 300 e pago um ano ou dois anos, ou três anos, como brasileiro quiser. Brasileiro começou a fazer o quê? Pegar esse dinheiro, botar no bolso, ir pra casa, dormir, e deixar chinês no seu lugar. (Entrevistado 5).

Essa prática garantiu aos chineses, quando eles ainda podiam ocupar os espaços de comércio (antes da normativa da AVAMFS), os boxes das laterais com localização privilegiada. A figura 21 apresenta a planta do Feiraguay com os boxes dos chineses marcados com um ponto e é possível confirmar a opção deles por boxes estrategicamente localizados nas laterais do Feiraguay. Essa prática é um indicativo do poderio econômico e essa é, certamente, uma marca dessa ocupação.

Na figura 21 é possível identificar a Praça Presidente Médici no centro da imagem que está tracejado de vermelho. Fora do tracejado, é o entorno ocupado com lojas e galerias muitas vezes de propriedade de ex e atuais comerciantes da Praça Presidente Médici.

Figura 24 – Planta com a ocupação dos chineses no Feiraguay:



Fonte: www.Feiraguay.com (2017)

3.2.2.2 Segregação

A comunidade chinesa do Feiraguay é uma comunidade com códigos muito particulares, uma comunidade que reúne segredos. Eles se vestem de modo simples, comem apenas da sua própria comida, se comunicam no seu idioma em todas as oportunidades que podem, procuram se relacionar entre si e evitam ao máximo toda a forma de aproximação com os brasileiros. Esse comportamento foi identificado logo no começo desta pesquisa e inicialmente achei que esse afastamento podia ser diminuído ou relativizado com o tempo, entretanto, com o andamento da pesquisa, foi possível observar um comportamento de substantiva segregação.

A segregação ressoa em outro aspecto de fácil percepção na identificação de chineses no comércio da cidade de Feira de Santana, pois inúmeros entrevistados e pessoas com quem dialoguei informalmente dizem que eles não frequentam os espaços de socialização comuns aos brasileiros como shoppings, restaurantes, cinemas, festas, parques, livraria, igrejas, entre outros. Os E-1, E-2, E-4, E-5, E-11, E-15 e o E-18 convergem quanto o comportamento de afastamento, ou seja, de segregação dos chineses³². Os próximos discursos ilustram bem esse comportamento:

Trabalhando para aqueles, e a partir do ponto de vista econômico, eu pergunto: que retorno esses caras vão dar para cidade? Para o país? Porque, se a gente olhar por esse lado, partindo desse ponto de vista que eu te falei, que eles trabalham e mandam dinheiro para fora, é difícil você aqui ver aqui, ou em Salvador, um cara desse no restaurante, no shopping. Aí você pergunta “mas esse cara não paga uma água, uma luz, um telefone?”, sim, mas a economia da gente ela vem de muito mais, além disso, não se limita a isso aí (...) eu e meu irmão, a gente tem outro comércio, de pizza. Você não vê um cara desses lá. Não é que eu quero que ele esteja lá, que eu quero ganhar o dinheiro deles. Eu estou dando um exemplo que eu, como comerciante, na área gastronômica também, não vejo. (Entrevistado 1).

Têm casas aqui que moram vinte chineses. Se você for ver o custo de vinte chineses morando numa casa... o brasileiro gosta no final de semana ir pra churrascaria comer seu rodízio, levar a família pra passear, ir pra praia, enfim... eles vêm, ninguém sabe se como mulas de outro chinês mais forte que está em São Paulo ou na China, vivendo nessas condições, e com isso, com o custo de vida baixo aqui, praticando um preço muito predatório, e o dinheiro que é ganho aqui não fica aqui. Tem algo aí que já não está sendo bom. (Entrevistado 2).

Não, mas, no shopping eu já encontrei alguns, mas só no shopping. Mas em igreja, festa de rua, não. (Entrevistado 4).

São muito raros, o povo chinês é um povo muito fechado. Acontece fato dentre eles, só confiam neles, mesmo porque eles estão num país estranho, pra eles é estranho, porque eles não são brasileiros... (em vista) aquele lá que veio, que já constituiu

³² Seleccionei as 7 respostas mais completas das 25 entrevistas realizadas.

família, mas pessoas que veio do país lá, junto com ele, tal, foram buscar e tal, já tem filho brasileiro... eu conheço um lá que já tem filho chegando 13, 14 anos. (Entrevistado 5).

Eles são muito restrito. Eles não têm essa. Eles são um pessoal tão sem noção que, se a gente começar a conversar com eles, puxar sobre alguma coisa, eles (correm). Eles não dá acesso não. Chinês geralmente são grupos, entre eles. Ele não dá prioridade a gente. Eu nunca vi um chinês numa festa, numa seresta, numa pizzaria, em nada. Eu nunca vi não. Eles deve comprar em grupo, porque eu não vejo eles em festa. Eu participo, eu vou pra igreja, não vejo ninguém. Eu sei que eles passeia, agora onde? (Entrevistado 11).

Não, por incrível que pareça. Vejo os chineses só na área de trabalho aqui. Só no Feiraguay. Porque eles não saem não. Eu tive esse inquilino chinês, praticamente ele saía daqui, ia pra residência, e não saía de casa. No outro dia, trabalho (...) mas eles tem os canais dele para compras (...) (Entrevistado 15).

Não vejo. Restaurantes, lanchonetes, tal, não. Não vejo, a gente frequenta alguns restaurantes, shopping, a gente não vê (...).

A escuta no campo de diversos comerciantes e seus funcionários, aliada a minha vivência no cotidiano da cidade, aponta que se concorde com as vozes dos comerciantes. É pouco comum encontrá-los fora do ambiente do comércio e fora de ambientes próprios dos chineses. Eles se organizam e ocupam o mesmo prédio ou a mesma casa em condomínios, comem sempre em restaurantes chineses de propriedade dos conterrâneos, de modo que a identificação deles é mais fácil nos ambientes de comércio da cidade, onde são tantos que parecem hegemônicos. Eles formam *chinatowns* onde se estabelecem, o que reforça o comportamento de segregação. O E-18 (2017) chama a atenção para a pouca participação na economia por parte dos chineses quando diz em entrevista que:

Eles não compram carro, eles não compram um Gol, eles não compram um Fusca, um Fiat Uno, eles só compram carro importado, então eles até então... eles não comem a nossa comida praticamente, eles comem porque é forçado eles comprar, mas se falar assim, ali tem uma feijoada, eles não vão comer, tem um sarapatel, eles não vão comer, nossa comida brasileira... eles vão comer folha, raiz, tal. Pra eles comprar um tênis ele não deixa de comprar um Mizuno pra comprar um tênis nacional, um sapato nacional. A roupa que eles veste é tudo as roupa que eles importam, eles não compra uma casa, pra chegar aqui comprar um terreno, construir uma casa e trazer renda pra cidade. Isso aí é a verdade, eles não têm isso aí. Eles alugam ali qualquer lugar e mora 3, 4, 5, 10 lá dentro. (Entrevistado 17).

O espírito segregador parece fazer parte da cultura desses imigrantes chineses e é um aspecto de grande importância e que define o contexto dessa ocupação no Feiraguay, e sobre o contexto cultural, Geertz (1989) pondera:

Como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (o que eu chamaria símbolos, ignorando as utilizações provinciais), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser

descritos de forma inteligível — isto é, descritos com densidade. (GEERTZ, 1989, p. 89)

Quando se encontra o dado: eles só comem a própria comida, só fala a sua língua, se vestem de modo parecido, se relacionam e vivem entre eles, moram nos mesmos lugares, significa que há um esforço desses chineses de se agruparem, viverem em uma sociedade e manterem os seus hábitos culturais afastando-se do ordenamento social vigente na cidade.

Fica a impressão de que há um distanciamento voluntário das instituições brasileiras por parte dos chineses. Os pais chineses falam com seus filhos em mandarim, e, de acordo com o E-22 (2017), eles esperam as crianças crescerem e os mandam para a China para lá aprenderem o idioma e a cultura chinesa, o que também pode ser visto como uma estratégia de preservação da própria identidade. Sobre isso o E-2 e o E-22 (2017) disseram o seguinte:

Eles viver à margem do que rege o estatuto, então a gente... só são corretos assim, não deixa de pagar as taxas, não deixa de pagar / a gente nunca teve problema de alguém que locou, deixou de trabalhar ali e que depois reclamasse, mas a gente também não intermedia nenhum tipo de permissão, então a gente não tem porque se meter nesse mérito (...) a gente está fazendo distinção do número mesmo de chinês. São 23 e a gente não quer que esse número cresça, embora como eu lhe falei, é um atrativo também em Feiraguay. Por que? É um pessoal que tem também um produto diferenciado, conseqüentemente, se você ou eu se atrai por um produto diferenciado, conseqüentemente, a gente termina olhando outras coisas e termina comprando também outras coisas. E foi isso, mais ou menos, que a gente fez e fomos firmes. Até hoje, existem briga, às vezes, com associado. Existem alguns permissionários associados que querem alugar seus boxes e o chinês está sempre fazendo uma oferta maior, aí eles vêm brigar com a gente, “por que não podem alugar para um chinês?”. A gente explica que “eles iam tomar conta disso aqui, que Feiraguay ia perder suas características e você sabe que a concorrência deles é desleal”. Tem um ponto interessante que aí é o que todo mundo diz, se a gente for fazer uma pesquisa mesmo mais aprofundada sobre isso, for ler algumas reportagens, algumas coisas, vamos ver que alguns deles trabalham para outros grandes comerciantes chineses e que muitos deles, na realidade, estão atuando aí como laranja aqui, no Brasil (...) o que você tem que ter é transparência no processo de organização deles, cuidado também com a parte legal e toda essa comercialização que tá sendo realizada, que isso é um outro processo, mas um cuidado com as questões econômicas e culturais, por isso que eu falo das limitações, dentro do Feiraguay especificamente, pra não descaracterizar o que existe ali hoje e não virar também uma onda, porque aí é o que você tava me dizendo agora pouco, você me disse que são pessoas rurais que vem pra cá pra ganhar um dinheiro, e depois elas voltam pra lá e aí fica como o Feiraguay? Deixa de existir? (Entrevistado 2).

Mas eles não têm interesse em comprar uma casa boa aqui, a maioria. Eles não têm interesse em criar os filhos deles aqui, a maioria manda os filhos pra China, quando tem certa idade manda pra China pra melhorar aprendizagem do idioma e da cultura deles. (Entrevistado 22)

3.2.2.3 *Controle*

Essa categoria emerge dos dados em alguns momentos nas entrevistas e no diário de campo também. É um tema que está sempre relacionado a alguma instância de poder: seja do

poder público não controlar as ações dos chineses e as ilicitudes no Feiraguay; seja do poder do comerciante chinês em controlar os preços dos produtos que eles vendem; seja do poder de controlar o valor do aluguel no Feiraguay. Apesar do valor do aluguel controlado pelo poder econômico dos chineses e o poder da AVAMFS de controlar o Feiraguay, o E- 4 (2017) se posiciona da seguinte forma:

Eu digo, você é de onde? 'Eu vim do Rio de Janeiro'. Olhei bem nos olhos dela, por acaso você não tá envolvida com chinês, não?, 'não, não, eu tenho até um filho com chinês, mas ele vai vim aqui só me entregar mercadoria'. Isso ele já tinha alugado o ponto com esse comerciante, que tá lá até hoje, tem banca lá dentro até hoje. E eu digo, esse negócio não vai dar certo, eu não vou poder lhe apoiar aqui. 'Não, mas não tem nada a ver, tal, tal'. Chamei a atenção do dono do espaço na época. Ele virou pra mim e falou assim que o ponto era dele e ele alugava a quem ele queria. Então a associação não tinha poder pra isso não, eu não tenho no meu estatuto, na lei orgânica do município não diz assim: é proibido o chinês comercializar aqui dentro. Não existe isso. Hoje pode até existir assim, eles se instalam lá dentro e o cara junta aquele grupo lá e dá aquela força. Agora legalmente não tem lei que faça... Então, a partir de aí, outros comerciantes foram criando o mesmo modelo, e chegou uma hora que perdeu o controle. Aí chegou uma hora que / eu aconselhava eles que não alugassem, porque eles iam engolir os feirenses, mas que eles começaram, pra não procurar confusão com eles mesmos lá dentro, eu passei realmente a legalizar. Eles chegavam, alugavam lá, quero deixar bem claro que quem aluga não é a associação, quem aluga é o permissionário, mas eles alugam, isso é fato, não adianta (...) agora, a única coisa que as pessoas têm que separar é que tem o Feiraguay, tem os boxes no Feiraguay, nós não temos controle sobre as lojas do Feiraguay (...) não tem, não tem. O controle nosso é do passeio pra dentro da praça. (Entrevistado 4).

O E-2 (2017) se refere ao controle que a associação exerce sobre a chegada e a ocupação dos chineses no Feiraguay valorizando o trabalho da associação:

Então a gente deixou. Isso aconteceu uns cinco casos desses. Na Rua R, por exemplo, ele foi pra uma esquina, pra um ponto de esquina, e ele tava no meio do corredor, mesmo tamanho. Fechou lá e abriu cá. Agora a gente tem a nossa segurança, que faz esse controle, e são as pessoas que estão realmente rodando. Eu não sei, E-1 não sei, E-3 não sabe. A Secretária é que sabe exatamente, e o chefe da segurança. Ele percebe toda a movimentação. Então se um dia abrir uma porta diferente e for um chinês, ele nos avisa e a gente vai lá e passa pra ele que tá valendo algo que foi decidido em assembleia. (Entrevistado 2).

O E-4 e o E- 5 indicam quando a associação não tem o controle da ocupação de chineses no Feiraguay:

então assim, era coisas que a gente ficava sabendo e como ia ficar perseguindo se o próprio brasileiro tava dando espaço? Até depois a gente foi vendo a realidade, que não era só o Feiraguay, todas as ruas principais da cidade de Feira de Santana tá tomada de chinês. Nessa época aí quando E-4 viu e a gente deu uma circulada pela praça, via assim um nome estranho, e aí eu comentava, aí ele dizia 'não, todas essas lojas que tá abrindo aí que o nome é com uma letra estrangeira e um número, é loja de chinês'. Aí eu comecei a andar bem pelo comércio e observando, aí foi quando eu falei também pra diretoria, disse, gente, a rua Conselheiro Franco, a rua Marechal Deodoro, a Sales Barbosa, tá tudo tomada de chinês, não é só no Feiraguai. E a imprensa fica malhando o Feiraguay, que tem muito chinês, mas o que é que o

prefeito da cidade vai fazer com as empresas que estão abertas pra estrangeiro aí? Eles registraram empresa. No nome de quem? Vai perseguir? Por que a diretoria da associação vai ficar perseguindo, se brasileiro quer? Deixa o negócio rolar aí. Aí foi quando E-4 começou, ‘quer saber de uma coisa? Eu vou chamar todo mundo pra cá e querer saber de todo mundo o destino de cada um pra poder pelo menos, na hora que precisar de uma identificação, a gente tem cadastro desse povo aqui’. Porque não fazia cadastro de chinês nenhum. Aí o brasileiro e fazia. E aí eles estava aí dentro sem saber / sem a associação ter controle nenhum. Então quando foi vista esta realidade da cidade, aí foi que a diretoria disse, não, chamar todos eles e dizer, quero documento de todo mundo e endereço, porque caso acontecesse outra fatalidade, como aconteceu, sabia passar pra polícia os dados de onde morava e tudo (...) porque até então não se tinha, porque não dava brecha a eles, a associação, a diretoria não dava brecha deles dizer assim, eu tenho um cadastro... sabe? Mas aí quando se viu toda essa realidade, a diretoria achou por bem / ia chamar todos eles, todos, e quer documento de todo mundo e comprovante de endereço de todo mundo. Pra quê? Pra que no dia que o meliante foi pego aí, que aconteceu, não se tinha, porque não dava espaço pra eles. Então era melhor ter o [controle] deles. Aí foi que a associação resolver chamar eles e fazer cadastro, e quem tava aí pra fazer documento fez, legalizou, entre aspas, mas na verdade o que queria era saber se acontecesse qualquer outro delito e precisasse identificar, mora aonde, a associação dizia, tá aqui o cadastro, tá aqui o endereço. E se viu obrigado pela realidade, vamos cadastrar esse povo. Mas aí a diretoria atual quando veio, que viu, que chegou / não, eles já trabalhavam todos aí, sabia disso tudo, os que estão na diretoria agora. (Entrevistado 4).

(...) acontece que naquela época o aluguel em Feira de Santana ali se tornou uma coisa muito lucrativa pra quem tinha ponto pra alugar. Então o que acontece, eu chamei as pessoas, eu fui em emissora de rádio / é porque a fita destruiu, mas eu tenho isso gravado, fita cassete, naquela época ainda não tinha / e falei pra todo mundo, gente, vamos tomar cuidado, não vamos ceder nosso espaço, porque era assim, naquele época chegavam lá pra tentar entrar, eu não permitia. Aí eles rodavam os comerciantes. Se esse aluguel agora fosse mil reais, eles falavam assim, ‘vou te pagar dois, vou te pagar um ano adiantado’. E foi isso que aconteceu com o primeiro chinês que entrou lá dentro (...) hoje pode até existir assim, eles se instalam lá dentro e o cara junta aquele grupo lá e dá aquela força. Agora legalmente não tem lei que faça... então a partir de aí, outros comerciantes foram criando o mesmo modelo, e chegou uma hora que perdeu o controle. Aí chegou uma hora que / eu aconselhava eles que não alugassem para chineses, porque eles iam engolir os feirenses, mas que eles começaram, pra não procurar confusão com eles mesmos lá dentro, eu passei realmente a legalizar. (Entrevistado 5).

Atualmente, o E-1 e o E-2 declaram ter o controle dos 23 chineses que ocupam o Feiraguay. Um aspecto que foi o E-25 que frisou é o de que o poder de controle do solo deveria ser feito pela prefeitura da cidade, aspecto que o E-26 também fará referência numa entrevista que aparecerá mais adiante. O E-25 apresenta o seguinte posicionamento:

(...) então eu acho que esse desordenamento é uma coisa que ficou como um dos piores problemas que nós estamos enfrentando hoje com relação a isso que você tá colocando, da ocupação de chineses e dos asiáticos, porque não há um ordenamento de solo. A prefeitura foi responsável nesses anos todos, inclusive o mesmo grupo político, por um processo absurdo, porque o Feiraguay quando era menorzinho cada um tinha seu espaço, sua barraca. Ele não era daquele tamanho, ele era só uma parte ali da avenida presidente Dutra/ da praça presidente Dutra. Ele expandiu para as laterais, expandiu pro fundo e inclusive ocupou rua, que ali tinha uma rua no fundo que foi ocupada. Resultado, não houve o ordenamento de solo e não houve

ordenamento imobiliário. Esse ordenamento imobiliário e de solo criou uma convulsão ali que gente que não sei quem são os donos ali. Dizem que tem pessoas que têm mais de uma barraca. Pode ser. Agora, quem controlou isso, quem organizou isso, quem ordenou isso? Ali era pra ser um controle do município, cobrar por uso do solo / porque o solo é do município, mesmo que seja da união, quem responde é o município, controle do município (...) Quem construiu e teve força política junto à associação e ao município se deu bem ali e se organizou. Os outros do passado que tinha seu espaço, mantiveram, e virou uma moeda de troca de interesses, infelizmente aconteceu muito isso lá no Feiraguay. E aí hoje, como está, o que existe é um processo de descontrole do ponto de vista do ordenamento de solo e dos imóveis, que ali são as lojas, então vai haver o quê? Negociações de gaveta, porque não tem como você fazer junto ao município ordenamento, porque não há patrimônio regularizado (...) eles chegavam, alugavam lá, quero deixar bem claro que quem aluga não é a associação, quem aluga é o permissionário, mas eles alugam, isso é fato. (Entrevistado 25).

3.2.2.4 Ilegalidade

A categoria ilegalidade é muito presente no Feiraguay e a ocupação chinesa contribui para o reforço dessa categoria, já que há no imaginário dos moradores de Feira de Santana e das pessoas que conhecem o Feiraguay, que este centro é um espaço de reprodução da cidade, lá os comerciantes também têm essa ideia. Não é possível afirmar que exista uma máfia de chineses, porém foram encontradas pistas sobre as quais inúmeras pessoas me recomendaram a não avançar na investigação delas por uma questão de segurança e integridade física.

Durante a realização das entrevistas aos comerciantes com mais de 15 anos de atuação no Feiraguay, defrontei-me com a notícia de um crime de assassinato entre chineses, ocorrido nas dependências do Feiraguay. Em 2007 um comerciante chamado Li Conh Jan disparou e matou com arma de fogo outro comerciante chinês: Peng Shengbo, que trabalhava com a esposa num boxe do Feiraguay.

As possíveis razões para a realização desse crime nunca foram, de fato, esclarecidas e é comum dizerem que o crime tem relação com a máfia. O E-4, por exemplo, foi testemunha de defesa do chinês que efetuou os disparos, porque disse não suportar injustiças. O E-4 (2017) descreveu a situação da seguinte forma:

(...) querendo ou não são perigosos [os chineses]. Existem máfias (...) olha, esses chineses nunca estão sozinhos, sempre tem alguém por trás deles. Eu não vou dizer que em Feira de Santana aconteça, mas em São Paulo rola cabeças. Em 2007, 2008, teve um chinês, esse chinês alugou um ponto, que quando eu fui conversar com comerciante [o dono anterior], o comerciante passou pra mim que o ponto era dele, ele fazia o que queria³³, esse chinês foi assassinado dentro do Feiraguay por outro chinês (...). Então esse chinês ele foi assassinado por conta disso aí, porque ele fez uma combinação de preço com outro colega dele, ele queria que o cara vendesse o

³³ O E-4 foi conversar com o comerciante, instruindo que ele não negociasse com chineses.

mesmo preço que ele ou mais caro pra ele poder vender muito também, e os dois não se combinaram (...) Um dia, eu tô no centro de abastecimento fazendo compra, e esse rapaz tinha acabado de chegar de viagem e foram conversar os dois e acabou que um deu uns tapas na cara do outro. O que bateu era forte [Li Conh Jan – o chinês assassinado], o que apanhou era magrinho [Peng Shengbo – autor do assassinato], e ele, diz que sentou no passeio, começou a chorar, e aí saiu louco, correndo. O meu irmão ligou pra mim, eu tava no centro de abastecimento, falou, ‘olha, Nelson, manda a segurança tomar cuidado que (...) e ele saiu aqui correndo agoniado e parece que vai acontecer alguma coisa’. Mas não deu outra (...). Um dia de sábado à tarde, eu tô dentro da minha boxe, a confusão dele aconteceu tipo umas 9 horas, nove e meia, quando é mais ou menos umas duas horas da tarde eu tô dentro da minha boxe fazendo pagamento dos funcionários, aí tô vendo aquelaimensidão de gente correndo, tal, tal, saí agoniado, quando eu olho, acabaram de atirar em Peng. Aí eu corri lá, quando chego lá tá ele no chão... esse rapaz que tinha alugado o ponto a ele tava em cima do cara que atirou nele, com a arma, ‘vou matar você também, vou pegar a arma, vou matar você também que você matou meu amigo’, e ele estendido lá no chão. (Entrevistado 4).

Pela descrição do E-4, a motivação do crime foi uma disputa de preços que gerou um incômodo entre os chineses, porém, de acordo com inúmeras vezes dos comerciantes (a polifonia) o chinês que cometeu o assassinato e a sua família haviam sofrido inúmeros episódios de humilhação promovidos pelo chinês morto. O E-4 (2017) foi testemunha de Peng-Maicon e justificou a sua decisão de testemunhar com o seguinte argumento:

Eu fui testemunha de defesa / eu fui na sala do juiz, eu contei a história que aquele chinês/ o chefe da segurança já tinha passado pra mim que já era quinta ou sexta vez que ele apanhava, murro mesmo, apanhava mesmo. E tudo que acontecia no Feiraguay naquela época ia pra livro de ata. Tudo que acontecia de ocorrência, aqueles batedor de carteira que ficava ali, que o pessoal pegava furtando alguma coisa, levava pra guarita, fazia uma ocorrência dele... e eu falei pro juiz, ele falou ‘você tem certeza do que tá me falando?’, digo ‘tenho’. ‘Você tem que mandar uma pessoa trazer esse livro de ata aqui agora’ / de ata não, de ocorrência. Liguei pra uma pessoa, que era da segurança, ele foi na guarita / se fosse uma armação... eu fiquei na sala do juiz / na hora a gente faz aquele juramento lá, né, se mentir vai preso, pode ser algemado, e ele mandou na hora, Dr. Jatobá, nunca me esqueço, que Deus o tenha, até faleceu... e daqui a pouco chegou o chefe da segurança com o livro. ‘Tá aqui ó, as ocorrências, tal data’, e bem antes de ele ser assassinado, tal data (...) (Entrevistado 4).

A opinião da E-5 (2017) coaduna com o depoimento do E-4, quando diz que o crime foi cometido em função do débito de um pedágio. O E-5 descreveu o crime dessa maneira:

(...) tinha um rapazinho aí, que chama Maicon³⁴. Até que ele foi embora porque teve um problema aí, que matou o outro porque, depois que a gente ficou sabendo, que eu nem sabia que existia isso, né, que quando eles estão em um lugar que um outro chega, tem que pagar tipo pedágio. Era um rapazinho novinho, bonzinho, bonitinho ele, eu admirava, o bichinho não sabia falar o português direito e a gente até ajudava

³⁴ Maicon é o nome que Peng escolheu para usar no Brasil.

ele em comunicação assim de / quando chegava correspondência e tudo, pra ver as correspondência dele. Só que era assim / depois que a gente ficou sabendo/ que assim, o outro que chegou muitos anos depois é que deveria pagar pra ele esse tal desse negócio aí (...) só que como o outro não deveria ter uma boa índole, o que fez, ficou extorquindo ele pra ele pagar, e ele sabia que pela lei deles lá ele não tinha que pagar, ele tinha que receber. Só que ninguém sabia disso. Só veio saber quando o bichinho não aguentou mais e foi e matou o outro [tanto que o E-4 foi testemunha dele] foi... Eu tava aqui no dia, eu tava aqui na frente quando ouvi os estouros. Aí depois que o pessoal ao redor disse: não o outro extorquia ele por propina enquanto era o outro que devia pagar. Aí de manhã deu um bocado de murro nele, aí ele saiu chorando, e tal e tal. Depois ele veio e quando foi de tarde fez isso. A gente sentiu muito, porque ele era um menino de ouro. A gente ajudava tanto ele aí quando precisava de coisas, de coisas que ele não sabia, né, e de repente o bichinho fez isso na vida. A gente sentiu muito, mas assim / então tinha esse, mas livrando dessa fatalidade, dessa coisa triste que a gente testemunhou. (Entrevistado 5).

O depoimento do E-5 relata a existência de um pedágio que pode ser interpretado como o pagamento do *Guanxi*, mas não é uma interpretação precisa. Uma matéria de um jornal local publicou a notícia do desfecho judicial do caso e contraria a versão do E-4 que, em entrevista para a realização desta tese, disse que Peng, o chinês que cometeu o crime havia ficado dois anos preso e em seguida libertado. A matéria escrita por Matos em 29/06/2017 publicada no portal Acorda Cidade diz:

Foi julgado nesta quinta (29) (...) o chinês Lin Cong Jian, acusado de ter matado no dia 20 de outubro de 2007 em um box no Feiraguay (...) o comerciante também chinês Peng Shengbo com disparos de arma de fogo. Lin Cong Jian foi condenado a 12 anos e seis meses de prisão. Ele não foi encontrado para comparecer ao júri e encontra-se foragido (...) O promotor de Justiça Marcel Bitencourt, afirmou que o Ministério Público aguardava essa condenação e estava bastante confiante que as teses que foram apresentadas seriam acolhidas pelo corpo de jurados, como ocorreu. Segundo ele, o Ministério Público entendeu que houve um homicídio privilegiado qualificado. “Houve uma briga muito severa entre a vítima e o acusado, momentos antes dos disparos de arma de fogo. Havia notícia nos autos que vítima vinha sendo agredida constantemente com tapas no rosto, inclusive em público, e injustamente também agrediu o acusado (...) O MP sustentou que o acusado praticou o crime sob o domínio de forte emoção, logo em seguida de provocação da vítima (...) (MATOS, p. 1)

O desfecho do caso foi dado sem deixar claro se a motivação do crime foi o *Guanxi*³⁵ que o E-5 chamou de pedágio, se o indiciado ou a vítima tinham alguma relação com a máfia que tantos relatam existir ou se foi uma disputa comercial. É como se eles vivessem uma sociedade particular dentro de uma sociedade que não é a deles de origem.

Sobre o fato da maioria dos chineses estarem no Brasil na condição de imigrantes ilegais, o E-22 relata uma das estratégias utilizadas para que se legalizem e diz: “eu sei que eles têm filhos brasileiros” e o E-5 relata que a forma como eles chegam no Brasil e ocupam o

³⁵ O conceito de Guanxi será tratado mais adiante nesta tese.

Feiraguay via de regra é por meio da ilegalidade e dá indícios de que existem muitos chineses integrantes de máfias. A E-5 relatou:

Porque eu como secretária acompanhei essa alteração [do estatuto] indo pra advogado, indo pra cartório, tudo, era eu que levava, registrar e tudo, com a finalidade de punir legalmente quem deixasse seu espaço / o seu direito de explorar o solo para estrangeiros. Só que aí teve esse recuo... O recuo maior foi quando teve a morte do outro, porque a associação tava rigorosa pra não entrar chinês, não entrar chinês. As pessoas iam, passavam pra chinês dessa forma, usando testa de ferro, ou simplesmente de boca. Quando a associação ia ver, o chinês já tava lá trabalhando. O ponto era de Maria, amanhecia com chinês trabalhando. Quando chamava Maria, 'não, a mercadoria é minha'. Quer dizer, a gente vendo a mentira... claramente. E aí E-4 se opondo, se opondo, aí quando teve aquela morte ali, que quando a polícia falou a ficha do que morreu, aí que se viu o peso da gravidade de se perseguir chineses, eles formam a máfia (...) o outro que explorava (chinês) o outro lá na maneira deles lá, quando puxou a ficha corrida dele foi que a gente veio saber que era fugitivo / e tinha uma ficha corrida quilométrica, e tava aí porque o brasileiro botou ilegalmente. O outro não, o outro que foi explorado não, tava com a documentação dele tudo certinha, tinha muitos anos aí, inclusive teve um chinês aí que eu não lembro qual foi, eu não soube qual foi, eu só soube da história, que casou com uma funcionária pra ter nacionalidade brasileira. (Entrevistado 5).

O E-16 manifesta uma opinião mais objetiva sobre a chegada dos chineses a Feira de Santana e no Feiraguay, segundo ele:

(...) eu creio que eles vêm tudo ilegal pro Brasil (...) porque hoje o que acontece, eles têm lá uma indústria que o custo é barato, produto de péssima qualidade, hoje a maioria da mercadoria dos chineses é tudo falsificada... então isso ele tem um preço melhor, porque aí como o custo deles é baratinho, produto tudo de no máximo terceira qualidade. (Entrevistado 16).

O E-25 admite a ilegalidade no Feiraguay, contudo ele se refere a situações de ilegalidade no Feiraguay em um tempo pretérito:

Acho que o limite tem que ter [de chegada desses chineses]. Agora, qual esse limite, quem tem que saber é quem tá vivendo lá, que eu não tô vivendo lá pra saber. Agora, acho que proibir, dizer é proibido, isso não é a regra, porque o que tem que fazer é garantir que os espaços sejam preservados dentro daquilo que se propôs o Feiraguay, porque se você fazer e depois se tornar uma coisa ali muito do chinês, do asiático, isso pode nos dar problema lá na frente, porque nós tamos nos livrando de um passado que havia muitas situações ilegais dentro do Feiraguay, havia muita burla, havia muita mercadoria vinda de fora sem nenhum controle. Hoje isso melhorou muito, hoje de adequou muito, os chineses acho que até eles mesmo começaram a se adequar mais a isso, mas isso também tem um processo inclusive de descaracterização do que nós temos na cidade porque ali grande parte do que tem dentro do Feiraguay vem de onde? Da própria produção do município, de roupa, de tecidos. (Entrevistado 25).

O E-4 e o E-7 sinalizam sobre a existência de uma máfia chinesa:

O chinês vem de lá pra cá, como eu te falei, eles vêm de lá pra cá bancado por alguém, passagem, hospedagem, geralmente pra São Paulo, e aí eles mandam pras cidades do Nordeste, de todo o Brasil, abre uma loja e os produtos, e aquela pessoa ali trabalha especificamente pra vender e mandar o dinheiro pra máfia. Geralmente quando não manda é o que acontece esses casos de violência que a gente vê e até passar em televisão e tudo (...) tanto existe que aqui em Feira, o ano passado, teve até um problema aí na Conselheiro Franco, em frente ao Bradesco, de uma máfia que veio pra aí e aí brigou com outros chineses que tinha loja aí, e foi uma coisa feia mesmo. (Entrevistado 7).

Se eles [da associação] dessem seguimento ao meu projeto, que era criar essa cooperativa, eles iam jogar de igual pra igual. Eles não iam precisar arrumar confusão com chinês, porque é o seguinte, querendo ou não são perigosos. Existem máfias... Esses chineses nunca estão sozinhos, sempre tem alguém por trás deles. (Entrevistado 4).

3.2.2.5 Informalidade

A informalidade está na gênese dos moradores da cidade, e esta gênese foi determinante para a formação do *habitus* dos comerciantes do Feiraguay.

A informalidade é uma característica importante do comerciante feirense, mas a estrutura desse comércio começou a se sofisticar e exigências sociais, políticas e fiscais passam a influenciar esse comerciante nativo para o caminho da formalização dos seus comércios. E assim, nascem as grandes avenidas comerciais como a Avenida Getúlio Vargas, onde se vê menos informalidade, embora ainda existam práticas silenciosas de vendas sem registros.

A sofisticação desse comércio ocorre em regiões específicas da cidade, como já indicado, mas essa sofisticação não impediu que o comércio de rua e em *shoppings* populares continuasse a existir de modo pujante; pelo contrário, muitos comerciantes se tornaram empresários fora do campo, de modo paralelo às atividades do Feiraguay.

As vozes escutadas durante as entrevistas realizadas para a escrita desta tese indicam que no campo Feiraguay há um desejo entre os comerciantes para se legalizarem, inclusive o E-2 declarou que “80% dos comerciantes do Feiraguay estão legalizados ou em vias de se legalizar”.

Durante a permanência em campo, observei tanto o desejo quanto a falta de esforço por parte dos comerciantes brasileiros em se legalizar. Acerca dos comerciantes que mantêm atividades legalizadas dentro e fora do campo, o E-2 e o E- 7 se posicionam da seguinte forma:

O comerciante, daí ele consegue tirar o seu sustento, mas também o seu luxo, então outros comerciantes daí já começam a empreender em outros segmentos em Feira de Santana, graças ao retorno financeiro que ele tem no Feiraguay. Posso te apontar

mais de vinte comerciantes que têm carro zero, são comerciantes na Feiraguay e têm seu carro novo, têm seus imóveis fora da Feiraguay, tem outras atividades e não deixam a Feiraguay por esse retorno que têm e esse vínculo, mas ainda assim já conseguem fazer uma renda pra que não dependa só da Feiraguay. (Entrevistado 2)

O Feiraguay se resume a isso aí, ó. Pra mim, é só essa praça aqui. Essas lojas surgiram, todas essas lojas aqui, 80 % dessas lojas são pessoas daí de dentro. Saíram daí e colocaram loja. Então 80% dos lojistas que existem aqui em torno do Feiraguay são pessoas que começaram aí dentro (...) então as pessoas preferiram formalizar, abrir suas empresas, todas. (Entrevistado 7).

Um dado conquistado após o fim da pesquisa de campo é que a proprietária do boxe onde realizei a observação participante decidiu se formalizar e até quando tivemos o nosso último contato – no mês de janeiro deste ano – ela reafirmava o desejo de se formalizar e que a loja que ela abriu fora do campo “estava quase toda formalizada” E-20 (2018). Chama a atenção no depoimento da AP-20 o “quase”, pois escutei frases assim com a expressão “quase” ou “tou tentando” durante toda a observação participante e durante a realização das entrevistas.

Em alguns momentos deste texto surge esse dado, o de que os comerciantes de fora do Feiraguay, sejam comerciantes brasileiros sejam chineses, são egressos do Feiraguay, mas nem sempre os chineses se formalizam.

Reforço que esse dado pode estar relacionado com a segregação em que eles se mantêm e porque a lógica e as dinâmicas sociais deles desconsideram qualquer tipo de ordenamento do local; em alguns casos, como é o caso dos comerciantes de óculos do Feiraguay, são eles, os chineses, que criam as regras e as ordens de comércio, ou seja, no ramo de comércio de óculos dentro do Feiraguay, bem como em outros mandos, a voz que fala mais alto é a dos chineses.

É importante frisar que, desde a fundação do Feiraguay, há um esforço por parte da Prefeitura Municipal para combater o comércio informal e o E-26, no trecho logo a seguir apresentado, explica a razão para este esforço:

(...) porque a informalidade perde todo mundo. Perde até o trabalhador, porque o cara não pode nem contratar. No momento em que ele se formaliza, ele pode até ficar inadimplente com o ministério do trabalho, mas aí é do ministério do trabalho; ele pode ficar até inadimplente com a Receita Federal, porque está com alguns produtos inadequados, em nível de importação, mas existe uma regra bem definida. Mas, perante a prefeitura, estava legal, porque estava todo constituído dentro dos padrões municipais, está certo? Então, a gente legalizou o uso de solo, então, quando houve essa transformação, aí que foi uma grande mudança, então, em vez de o cidadão ir para o Paraguai comprar, não precisava ir para o Paraguai comprar. Ele poderia comprar na 25 de março, porque ele estava legalizado na junta comercial, como empresa, mesmo que seja um espaço menor. (Entrevistado 26).

Esta realidade indicada pelo E-26 não tem o menor valor para o comerciante chinês, que simplesmente ignora qualquer decisão de qualquer órgão ou associação, apesar deles serem contribuintes adimplentes da AVAMFS. A decisão da prefeitura não significa nada para os chineses. Quando saem do Feiraguay, assim como os comerciantes brasileiros, saem para ampliar os seus negócios, o que não significa dizer que se formalizam, como indiquei.

O que se percebe é que pela escuta das vozes dos comerciantes brasileiros, há uma demanda por legalização por parte dos comerciantes locais, o que não ocorre por parte dos imigrantes. O que é mais um indício de que os sistemas simbólicos que compõem a estrutura estruturante dos dois grupos de comerciantes são diferentes. Penso que é natural que haja grupos diferentes de agentes, mesmo em se tratando de brasileiros de estados diferentes, mas friso que o pensamento, as práticas as vozes e as disposições dos comerciantes chineses são diametralmente opostos. E o estudo empírico empreendido no Feiraguay me fez concluir que não há qualquer desejo parte deles de adaptação. A taxionomia de ação dos chineses é um fenômeno flagrante no sentido lato.

O Feiraguay sempre carregou o estigma social da ilegalidade e os gestores da entidade indicam que atualmente são os comerciantes chineses os responsáveis para que esse estigma tenha se perpetuado para uma segunda geração de comerciantes e, principalmente de consumidores, já que, de acordo com o E-4 (2017), existem chineses no Feiraguay desde a década de 1980 quando ele era o Presidente da AVAMFS.

(...) o primeiro chinês que entrou dentro do Feiraguay na época eu fiz uma assembleia, chamei todos os comerciantes, falei com eles com nós tínhamos que ter muito cuidado e atenção porque os chineses estavam rondando o Feiraguay, e se eles entrassem, futuramente eles iam querer dominar. (Entrevistado 4).

3.2.2.6 Invasão

A chegada e a ocupação desses comerciantes chineses no Feiraguay ocorreu de modo intensivo, eles chegaram e foram crescendo no Feiraguay, ao ponto da AVAMFS, no final do ano de 2015, agir contra a ocupação dos chineses criando uma normativa votada em assembleia que impede a chegada (compra ou aluguel de boxes) por novos chineses. “Os que já estão, podem ficar” (E-1, 2016), porém esses que estão não podem ampliar seus boxes (...) novos chineses podem vir para trabalhar com eles ou, caso se empreguem em boxes de brasileiros, nada além disso.

23 boxes são de propriedade de comerciantes chineses que trabalham em regime de atacado e de varejo, bem como a maioria dos comerciantes do Feiraguay. Os chineses dominam o comércio de óculos, roupas e calçados e concorrem com brasileiros com roupas com destaque para as grifes internacionais a preços extremamente baixos, comparados aos originais.

A forma como os chineses chegaram e ocuparam o Feiraguay assumiu o sentido de invasão para alguns comerciantes e esse significado contribui para a decisão da AVAMFS de impedir a entrada de novos chineses ali. Um dos entrevistados, que foi mais afetado com essa chegada e ocupação, o E-3 (2017), declarou:

Eles invadiram o Feiraguay expulsando os comerciantes brasileiros sem pedir licença, sem pena, sem dó. Eles chegaram praticando preços muito abaixo do normal, queimando preço, sem concorrência para eles. Como os comerciantes brasileiros iam poder ficar? Se não estiver na pauta de decisões do E-24 a preocupação com eles eu vou fazer entrar e enquanto eu estiver aqui eu vou combater a presença deles (...) Eles não trouxeram nada de bom para o Feiraguay. Pelo contrário, eles chegaram com mercadorias muito baratas que eles trazem direto dos seus fornecedores e expulsaram comerciantes tradicionais do Feiraguay. (...) O termo certo é queima preço, a concorrência com eles era desleal. Nunca tive receio que o Feiraguay se tornasse uma ChinaFeira, por isso combatemos a presença deles politicamente. (Entrevistado 3).

O discurso do E-3 bem, como a sua expressão e o seu tom de voz durante a realização da entrevista, revela certa revolta com a chegada e ocupação dos chineses, estando ele ainda decidido a incluir na agenda política do E-24 a preocupação com a presença dos chineses no Feiraguay. O E-3 bem como o E- 2 acreditam que essa presença deve ser disciplinada. O posicionamento do E-11 engrossa a voz do E-3 quando diz que:

(...) o pessoal despercebidamente deixou eles enraizar no mercado e hoje não só Feira de Santana, como Feira, todo o Brasil em si, São Paulo, Rio de Janeiro, a massa invadiu e é uma raça que eles têm vínculo mais elevado diretamente a contêiner, eles têm a melhor facilidade de buscar e conquistar mercadoria mais fácil do que a gente. É a fonte, né (...) A AVAMFS teve reunião com a gente, nós associados, e descobrimos que eles estavam invadindo o espaço da gente. Então fez o quê? A AVAMFS fez o que, quem tá fica, quem não tá, sai e isso impedir o (aumento), e foi um momento de protesto, eles usaram assim como um protesto, aquelas pessoas que começaram a alugar ponto pros chinês pode haver punição, talvez até perca do imóvel, e eu concordei com eles (...) geralmente a mercadoria da gente a gente busca, a gente compra em São Paulo, vem pra Salvador, e chega até a gente. Então eles vão invadindo, se enraizou e está aí. Os clientes, nossos clientes, você põe uma mercadoria dessa a xis, não no chinês eu compro bem mais barato. Já cansei de ouvir isso aqui. A gente tem que tentar conversar, dobrar o chinês, chamar a atenção, mas eles não nos dão corda, enquanto eles são péssimos no atendimento lá, a gente procura tá sempre se reciclando, né. (Entrevistado 11).

A chegada e ocupação desses chineses tiveram o significado de invasão para parte dos comerciantes locais; para outros tantos, essa ocupação compreendida como invasão que incidiu na expulsão de comerciantes brasileiros do, foi traduzida como ameaça.

3.2.2.7 Política

A categoria política foi evidenciada em muitos momentos da pesquisa de campo. O primeiro momento em que esbarrei com um gesto assim foi quando soube da decisão da AVAMFS de impedir a chegada de novos chineses, especialmente dentro do Feiraguay. A decisão possui razões de ordem econômica e também razões de ordem sociocultural, mas é, sobretudo, uma decisão política, já que foi proposto e votado em assembleia, mas não apenas por isso. Apesar da normativa que impede a entrada de novos chineses no Feiraguay.

Ainda sobre a normativa da AVAMFS, o E-1 (2016) frisa que se proibiu a chegada e entrada de novos chineses no centro com o receio de que o Feiraguay “pudesse se tornar uma chinafeira” (E-1, 2016). A gestão da AVAMFS, como é de se esperar em se tratando de uma associação com origem política, chama a atenção às disputas políticas ocorridas nesses anos de fundação. A gestão atual e a anterior são e foram compostas por concorrentes políticos. Para os representantes da gestão anterior, a atual assumiu o poder de modo considerado ilegítimo. Ao mesmo tempo, esta gestão atual acusa a anterior de falta de transparência durante os 18 anos de mandato. O E-4 demonstra preocupação e interesse em voltar a concorrer ao cargo de Presidente da AVAMFS e deixa claro que sairá candidato na próxima oportunidade. Eis as palavras do E-4 que confirmam esse desejo:

Quando nós começamos a trabalhar / é por isso que eu tenho muito carinho pelo comércio informal, muito mesmo. Às vezes eu tô aqui e vejo as pessoas maltratando e tudo, mas eu fico de coração cortado, porque eu saí dali de dentro, eu sei o que é a luta de quem trabalha no meio de rua e gostaria muito de dar uma contribuição maior, mas infelizmente, administrei por um bom tempo e me afastei. 2108 tá vindo aí, vou voltar, não sei, vai depender da vontade deles e do povo, e aí nós criamos essa associação. (Entrevistado 4).

A categoria política também é evidenciada no momento em que um vereador é eleito pelo Feiraguay, inclusive, foi em função dessa candidatura que o E-1 manifestou o desejo de permanecer no seu cargo como ele próprio declara:

Eu achava que dois anos era suficiente. Veio a política, a gente achou que era necessário a gente eleger um vereador e conseguimos, também (...). Fazia dois anos, E-24. Os meus dois anos venceram em agosto. E aí eu falei “E-24, vou ficar até agosto, então bora te apoiar para você ser nosso representante lá na câmara”. Pronto.

E-24 se candidatou e ele até fazia parte da nossa diretoria, se elegeu e aí, pronto. É porque, na realidade, também chegou meu tempo, já. (Entrevistado 1).

O E-2 é assessor parlamentar do vereador eleito pelo Feiraguay (E-24) e demonstra gostar desta função. Logo que soube da eleição desse vereador, o procurei para tentar entrevistá-lo, o que parecia impossível. Procurei-o durante 4 meses e era uma busca sem sucesso. No dia em que fui entrevistar o E-2, com uma rápida ligação ele agendou a entrevista para o dia seguinte. Embora o vereador (E-24) carregue a pecha de ter sido eleito pelo Feiraguay, ao entrevistá-lo, ele manifestou pouco interesse em elaborar projetos para o centro comercial, inclusive, ele se mostrou numa posição de neutralidade em todos os assuntos que abordei durante a entrevista. Vale ressaltar que toda a entrevista foi auditada pela assessora de comunicação e de dois assessores do vereador. Quando perguntado se ele notava a presença chinesa no Feiraguay, ele não foi neutro ao opinar, mas sua resposta foi confusa:

(...) é uma preocupação sim, porque os chineses hoje, nós que somos brasileiros, nós não / tem muitos comerciantes do Feiraguay que se quebrou, porque não tem o preço que ele tem, porque eles importam direto, pra Salvador, pra o (Santos), perto aqui da região, e aí fica difícil pra nós competir no preço com eles, e, às vezes, tem mercadoria que nós tá comprando hoje em São Paulo de 10 reais e vai vende aqui, eles já vendem de 8 reais, 9 reais. Aí ficou difícil hoje pra os comerciantes do Feiraguay. Mas eu não sou contra os chinês, entendeu? É umas pessoa que gera hoje / é meu parceiro e amigo, gera também trabalho hoje... que precisa no Feiraguay. (Entrevistado 24).

O E-3 foi enfático ao declarar em entrevista que: “Se não estiver na pauta de decisões do E-24 a preocupação com eles [os chineses], eu vou fazer entrar e, enquanto eu estiver aqui, eu vou combater a presença deles [os chineses]”. Após entrevistar o E-24, tive a impressão que ele disse isso por formalidade, pois, mais adiante na sua entrevista, quando questionado qual era a opinião dele sobre a ocupação dos chineses no ele respondeu: “sou neutro”. Na mesma eleição que elegeu o E-24, o E-4 saiu candidato a vereador e, apesar de bem votado, não conseguiu se eleger. O E-25 aponta a organização do Feiraguay como uma das bandeiras do seu mandato:

É uma bandeira minha a organização deles. Levei eles pra conversar com o Sebrae, eles pra conversar, inclusive participei de uma reunião com a Secretaria Nacional do Tesouro, com a Receita Federal, a Secretaria Nacional da Receita Federal, fizemos seminários no CDL, com a expectativa de quê? De primeiro que a gente organizasse os *mix* de compra coletiva, que a gente viabilizasse, como viabilizamos hoje uma parte ali já significativa, já tá regularizada junto à Secretaria da Fazenda, como pequeno empreendedor, como microempresário, tendo pessoa jurídica, que a maioria não tinha... ali não tinha ninguém pessoa jurídica. 90% não tinha pessoa jurídica. E hoje boa parte do Feiraguay já tem pessoa jurídica, já compra de forma organizada,

compra coletivamente, então tem muita coisa que mudou, e de lá pra cá houve uma mudança muito grande no *mix*, que foi ficando variado, brinquedos, roupa e utensílios diversos. (Entrevistado 25).

3.3 DIÁLOGO ENTRE BOURDIEU E OS CHINESES NO FEIRAGUAY

Com o intuito de aproximar as ideias de Bourdieu dos achados de campo, irei tratar a esses achados por meio de categorias éticas que nesse caso, são os principais conceitos de espaço social, campo, *habitus* e dos capitais: econômico, social e simbólico de Bourdieu (2002; 1990; 2004; 2000).

De acordo com as teorias de Bourdieu (2002; 1990; 2004; 2000), em um espaço social existem diferentes campos onde os agentes partícipes deste jogam um jogo particular para definir qual a posição de cada agente no campo. São diferentes vozes. Em um campo, os grupos de agentes que compõem uma classe possuem práticas e pensamentos parecidos, ou seja, possuem o mesmo *habitus*. No caso desta tese, tomo a cidade de Feira Santana como o espaço social e de todos os campos da cidade, considerarei o Feiraguay como campo a ser estudado.

Os agentes desse campo são os comerciantes chineses e os comerciantes brasileiros, que disputam o jogo praticado no Feiraguay; nesse certame o que está em disputas são as posições no campo. Estão claras as especificidades e diferenças entre os dois grupos de comerciantes, como a clara noção de luta por posições no campo Feiraguay; as vozes, as práticas e os pensamentos de cada grupo são diferentes por conta da assimilação da estrutura social na qual eles estão incluídos.

Ainda que os dois grupos de compartilhem o mesmo campo, as assimetrias entre ambos no campo Feiraguay estão claras. São práticas e pensamentos muito particulares, bem como os capitais de cada grupo são diferentes.

No espaço social o que se apresenta são os agentes que possuem práticas que reproduzem ou transformam as estruturas sociais. A essas estruturas sociais incorporadas, Bourdieu (1989. p.9) chamou de *habitus*, que significa o “conjunto de disposições ativas que constituem a incorporação das estruturas sociais” Pereira e Catani (2002, p.112).

Os mesmos autores indicam, ao se referir às classes de *habitus*, que todos os agentes do espaço social ocupam posições próximas, bem como são proprietários de volumes parecidos ou iguais de capital e, no máximo, apresentam entre si diferenças de capitais

pequenos, além de estarem propensos às mesmas práticas, têm elevada probabilidade de encontros físicos e afinidades simbólicas. (PEREIRA e CATANI, 2002).

Embora esteja de acordo com as ideias de Pereira e Catani (1989), faltou a essa reflexão a noção de que essa aproximação é possível. Para Pereira e Catani (1989), a proximidade no espaço social significa uma afinidade de *habitus* e a presença dos agentes chineses no espaço social do Feiraguay é tão controversa que contraria os autores, pois os chineses, apesar de estarem no mesmo campo social que os agentes brasileiros, não possuem afinidades e não demonstram interesse em se aproximar dos brasileiros; eles realizam um movimento de segregação.

O conceito de *habitus* parte da ideia de sistemas simbólicos que funcionam como estruturas estruturantes como a arte, a cultura, a religião, a educação. Da maneira deles, entre eles, os imigrantes asiáticos fazem escolhas similares, o que os aproxima e isso se reflete na forma como se comportam no comércio e na sociedade. Todo o esforço nesta seção será o de identificar os principais traços da “estrutura estruturante” Bourdieu (1989) do comerciante brasileiro e do comerciante chinês.

O *habitus* dos chineses impede que estes sejam influenciados pelas tendências da cidade em se sofisticar e também não é atingido pelas demandas sociais, políticas, fiscais e possíveis benefícios de financiamento por microcrédito³⁶, por exemplo, o que gerou nos comerciantes brasileiros uma demanda e um esforço em busca da formalização dos seus comércios.

As preocupações sociais, fiscais e políticas que compõem a agenda dos comerciantes brasileiros no campo Feiraguay possuem vozes que não pertencem aos chineses, bem como os sistemas simbólicos dos brasileiros são diferentes dos sistemas simbólicos dos chineses que não frequentam a mesma igreja, falam o português apenas quando necessário – o que se configura com um forte indicativo de poder – sempre optando por conversar entre os seus, no seu idioma natal que é o mandarim ou o cantonês.

A diferença de *habitus* entre os comerciantes chineses e os brasileiros é notória e se reflete de modo muito claro nas práticas de comércio de cada um. Apresento nos próximos parágrafos algumas situações que presenciei no período de observação participante e que ilustram bem as diferenças do modo de pensar e de agir de ambos.

³⁶ O comerciante chinês não precisa de financiamento, o que será esclarecido mais adiante.

3.3.1 O capital econômico dos chineses no campo Feiraguay

De acordo com a sociologia dos capitais de Bourdieu (1986), um dos principais símbolos do capital econômico de um agente social é o tempo livre e tempo livre é tudo que os comerciantes chineses do Feiraguay não possuem. Pelo contrário, eles trabalham muito, não obedecem às leis trabalhistas. Em razão disso, o fenômeno do trabalho incessante do chinês é razão de um tema muito exotizado acerca deles, pois faz parte das disposições deles que trabalhem muito, o que provoca toda uma discussão sobre situações de trabalho análogo ao trabalho escravo.

Contudo, os comerciantes chineses do Feiraguay que entrevistei e aqueles com quem mantive diálogo declararam que estão em uma “fase de trabalho”³⁷, o que é considerado no Brasil idade produtiva, para que possam logo se aposentar e voltar para a China. Assim, depois a AP-8 (2017) faz a seguinte declaração:

(...) agora que ele ganhou dinheiro preferir na China, porque ele tá aqui no Brasil ainda não conseguiu falar muito bem o português não. Ele só trabalhar, trabalhar. Trabalhou a vida toda para ir China descansar e ele quer ir minha mãe não quer muito. Queria descansar perto dos netinho. Ele entende, mas não conseguir falar. Muito sotaque e aqui tem pouco chinês. Família meu pai tudo da China, entendeu, aí ele quer ver irmão, essas coisas, quer ficar perto de família. Eu ia ficar aqui, costumar, eu casa tá aqui, meu marido, tem filha, eu gosto mais daqui, mas meu pai não. Ele não fala muito bem português, ele já tem idade, tá cansado, não quer trabalhar mais não, porque feira tudo já, já sabe trabalhar, então ele quer voltar pra China pra ir ficar perto da mãe dele, entendeu? De velho tá na China ainda, família. A gente jovem fica trabalhando, aí velho tá na China, então ele quer voltar pra lá porque tá velhinho. Todo chinês trabalha pra voltar logo para descansar. Eu quer trabalhar pra descansar em Estados Unidos. (Entrevistada-8).

O tempo livre que Bourdieu (1986) considera um dos mais sobressalentes símbolos do capital econômico é tido sob outra perspectiva pelos chineses. Além dessa especificidade do capital econômico do chinês, esse capital quando apresentado de outras formas, especialmente quando se trata do capital financeiro, falange importante do capital econômico, em se tratando dos chineses no Feiraguay é claramente sobressalente ao capital econômico dos comerciantes brasileiros naquele mesmo local. A posse especialmente do capital econômico permite a esse grupo de comerciantes uma hegemonia dos produtos que comercializam. O depoimento da E-20 confirma a grande posse de capital econômico dos chineses:

³⁷ Nem todos usaram esta expressão, mas todos usaram expressões com esse significado.

(...) rapaz, eu só acho que atrapalha a gente, nós brasileiros, de tipo, uma pessoa hoje que é brasileiro tipo eu, eu hoje não tenho condição de comprar óculos pra vender, no caso meu aqui vender óculos, porque eu não vou ter como concorrer com eles, porque eles vêm através de contêiner, compra direto lá da China, com os amigos dele e tal, e a gente não consegue isso, nós brasileiros. É bem difícil, pode até conseguir, mas aí tem que ter bastante conhecimento, e é mais difícil do que pra eles porque eles têm muito dinheiro. Pra eles se torna fácil. Então hoje pra gente, se você ver aqui, é raro você aqui dentro do Feiraguay uma pessoa vendendo óculos. É bem poucas pessoas, porque eles já tomaram conta do mercado de óculos, algumas coisas assim... é difícil. (Entrevistada 20).

Nesse campo, em especial no comércio dos produtos: óculos, calçados e roupas de grife, é possível afirmar que há uma hegemonia dos chineses, pois, por observação direta e a partir da escuta dos seguintes entrevistados: E-1; E-7;E-17; E-21 e E-25, é possível indicar que é impossível concorrer com os chineses dentro do Feiraguay. Segue os depoimentos dos entrevistados que confirmam o dito:

A gente explica que “eles iam tomar conta disso aqui, que Feiraguay ia perder suas características e você sabe que a concorrência deles é desleal”. Tem um ponto interessante que aí é o que todo mundo diz, se a gente for fazer uma pesquisa mesmo mais aprofundada sobre isso, for ler algumas reportagens, algumas coisas, vamos ver que alguns deles trabalham para outros grandes comerciantes chineses e que muitos deles, na realidade, estão atuando aí como laranja aqui, no Brasil.(Entrevistado 1).

(...) eu acho proibir correto justamente por isso, pra precaver um pouco a entrada dos chineses aqui, a concorrência desleal dos chineses com o brasileiro, então se não houver isso, ter um parâmetro, eles acabam tomando conta e acabam de certa maneira expulsando indiretamente todos os brasileiros daqui, como já aconteceu em São Paulo. (Entrevistado 7).

Com os chineses a concorrência seria bem mais leal, tipo, não teria onde eu comprar, no caso, se não tem onde eu comprar aqui, não tem teria também onde os meus clientes se deslocar e ir até lá, então o que é que ia ocorrer, ia ser mais difícil da mercadoria chegar pra mim, porque eu ia mandar trazer de São Paulo, mas eu ia ter uma margem de lucro maior. (Entrevistado 17).

(...) depois da concorrência chinesa que tá na cidade, as mercadorias que vêm do Paraguai ficou bastante difícil trabalhar, porque quando a gente trabalha em São Paulo a gente trabalha com prazo, trabalha com / tem mais possibilidades de trabalhar, tem mais opções, pode comprar no cheque pra 30, 60, 90, 120 dias, e no Paraguai é à vista e tem todo um risco de você perder a mercadoria, devido a essa margem que cada dia tá mais curta, ficou inviável a gente ter chance de perder mercadoria, a gente tem que evitar o máximo possível, entendeu. (Entrevistado 21).

Ela hoje é prejudicial pra economia da cidade, porque a forma deles trabalhar eles não seguem leis trabalhistas, é um tipo de concorrência que praticamente não em como a gente concorrer com eles, porque eles têm um esquema de compra de mercadoria completamente diferente do que a gente aqui, eles têm um grupo bem maior de comerciantes que consegue se unir / vamos dizer, são 10 chineses, eles conseguem se juntar e fazer as compras deles e vem diretamente do porto, porto de Salvador. Totalmente diferente a logística e a forma deles negociarem é completamente diferente de nós brasileiros, entendeu. Porque a gente sempre tem que comprar de terceiro, assim, na cadeia a gente é 3º, 4º lugar, e eles é praticamente da indústria pra eles. Da fábrica pra eles. (Entrevistado 21).

(...) que eles têm vários segmentos de mercadoria, como óculos, blusa, tênis, entendeu? E não tem nem concorrência, praticamente com nós que tem mercadoria como confecções, *pendrive*, eletrônicos em geral. (Entrevistado 24).

Chama muito atenção o nível de preocupação com a disposição dos produtos; o *lay out* das lojas dos chineses é planejado para facilitar as vendas. Outro forte indicador da força do capital econômico dos chineses no Feiraguay são os grandes depósitos de mercadorias localizados nos arredores. Eles são rápidos em repor as peças que porventura faltem em uma negociação atacadista de vulto, como a que presenciei durante a observação participante. Os boxes dos chineses possuem, no mínimo 3 quadrantes, o que indica o forte poder econômico para alugar os boxes pagando a anuidade e propondo valores para o aluguel muito acima do valor praticado no centro. Além do óbvio fôlego financeiro para a formação de grande estoque de mercadorias, já que eles praticam baixos preços e comercializam mercadorias cujo giro é muito alto.

brasileiros, pois não foi identificado neste estudo nenhum brasileiro que possua relações diretas com distribuidores chineses. O E-2, inclusive, relatou em entrevista que viajou até a China para tentar aproximação com fornecedores locais e no futuro fundar uma cooperativa entre os brasileiros para importar mercadoria da China, mas a empreitada não foi bem-sucedida. Vejamos seu relato:

Eu dei duas viagens na China, via Dubai, uma por Dubai outra por Abu Dhabi, e eu não tive dificuldade no aeroporto. Não é que eu não fui lá buscar nada, um dos objetivos que eu fui foi tentar / porque hoje as pessoas falam muito dessas viagens na Bahia, no Brasil, mas o chinês vende barato porque ele compra barato, realmente na China é barato, eu fui lá e constatei. Existe uma cidade de nome Guandong, na China. Aí eu achei lá, fui só numa área só, 70 mil galpão só de indústria. É muita... então eles compram barato realmente. Eu fui lá e constatei. E quando eu fui lá, o meu objetivo era exatamente criar uma cooperativa de compra pra importar direto da China pra vender ao povo do Feiraguay, mas no meio desse processo eu acabei que saí do Feiraguay e percebi que não daria certo porque eu não tive apoio e não tinha fundo para negociar. (Entrevistado 2).

Essa iniciativa do E-2 foi inclusive apoiada pela prefeitura na época, como indicou o E-26:

(...) no passado, o ex-presidente da associação quis montar uma cooperativa de compras. Foi na China, veio um técnico, um cônsul, um consulado, aqui, para fazer uma reunião, para poder, em vez de ter o chinês no processo, eles serem os intermediários. Aí tentaram fazer, cada um traria um pacote no valor x, montaria um capital y e iria fazer, trazer os óculos, trazer os sapatos, e, depois, repatriar com eles lá, mas a associação, a briga interna lá é muito grande, e aí não sei o que aconteceu, mas que isso era um projeto que estava já sendo encaminhado. E alguns deles foram e trouxeram para si. A prefeitura apoiaria uma cooperativa. Qualquer coisa que fomente, no meu olhar, e o meu papel é ser fomentador, seja quem for. Gerou emprego? Gerou renda? Gerou desenvolvimento? Pode contar com a prefeitura, que a gente está presente. (Entrevistado 26).

O principal capital social dos chineses que é a sua rede de relacionamentos com fornecedores chineses e os principais compradores do país permitem que eles se tornem uma ameaça, como já foi indicado nesta tese e o E-4 em depoimento já mostrava a preocupação com uma possível dominação desses asiáticos desde quando o Feiraguay assumiu as atuais feições.

(...) mas na minha gestão [meados da década de 90 até 2014] já existia chinês lá dentro e eu vou te explicar por que: eu tenho ela em ata, e se a senhora pedir, eles devem lhe apresentar, eles não podem negar isso, que o primeiro chinês que entrou dentro do Feiraguay na época eu fiz uma assembleia, chamei todos os comerciantes, falei com eles com nós tínhamos que ter muito cuidado e atenção porque os chineses estavam rondando o Feiraguay, e se eles entrassem, futuramente eles iam querer dominar. Então, quem protestou contra [a entrada de chineses no Feiraguay] fui eu e quem alugou foram eles. Agora, eu não tinha instrumentos para dizer assim, não, você não vai entrar aqui dentro, você não vai alugar porque senão vou tomar seu ponto. Não tenho no meu estatuto, quando foi criado não diz isso aí, que era proibido que o estrangeiro... eu tentava proteger eles, porque eu já conhecia os

asiáticos, eu sabia e sei que onde eles pisam, eles procuram dominar. (Entrevistado 4).

Mesmo eles sendo considerados como uma classe “com a presença disciplinada” para a AVAMFS, pois, no entendimento dos gestores da entidade, o fato da entrada de novos chineses no Feiraguay ser proibida demonstra que dentro do Feiraguay há um sistema de dominação que nega aos chineses as mesmas posições no campo que os brasileiros, mas esse entendimento perde força, quando se observa que os agentes brasileiros possuem o capital social capaz de impedir a chegada de novos imigrantes vindos da China, mas os que já estão no campo possuem um capital social diferente do capital social dos brasileiros.

Eles, os agentes chineses, possuem a sua entrada e presença controlada no campo, mas não são uma classe considerada dominada, já que vivem uma segregação voluntária e se afastam dos sistemas sociais dos brasileiros. Como já se sabe, são hegemônicos no comércio de roupas e calçados de grifes importados, além de óculos de grifes nacionais e importadas. Pereira e Catani (2002, p.114) foram precisos ao falar sobre esses proprietários de capital simbólico. Vejamos:

Esses agentes, apresentando a mesma classe de *habitus*, constituem recortes sociais que se pode chamar de classes. São classes teóricas, propensas a serem construídas como as classes no sentido marxista. Em cada campo específico, quanto maior o volume do tipo de capital eficiente em todos os jogos do campo, maior a probabilidade do agente ocupar uma posição dominante. Visto que as relações de força do espaço social são relações de poder, os agentes alocados nas posições dominantes no espaço social são possuidores de uma espécie de capital, o capital simbólico, geralmente reconhecido como prestígio, fama e aceito como legítimo pelos outros, e, por conseguinte, na qualidade de proprietários de capital simbólico, possuem o poder de impor as visões do mundo social. (PEREIRA e CATANI, 2002, p.114).

O E-2 indica de modo objetivo como os chineses não seguem os padrões nem da AVAMFS, nem dos brasileiros. Ele completa essa ideia com o seguinte texto:

Só que os chineses eles nem em reunião eles vão, nem em assembleia eles vão (...) Só que eles viver à margem do que rege o estatuto, então a gente... só são corretos assim, não deixa de pagar as taxas, não deixa de pagar / a gente nunca teve problema de alguém que locou, deixou de trabalhar ali e que depois reclamasse, mas a gente também não intermedia nenhum tipo de permissão, então a gente não tem porque se meter nesse mérito. (Entrevistado 2).

Outro forte sinal do capital social dos chineses é *guanxi*. Conceito já apresentado nesta tese e que diz respeito à forma como são realizados os financiamentos, baseado nos relacionamentos. Nesse excerto do diário de campo, descrevo a situação em que o AP-2

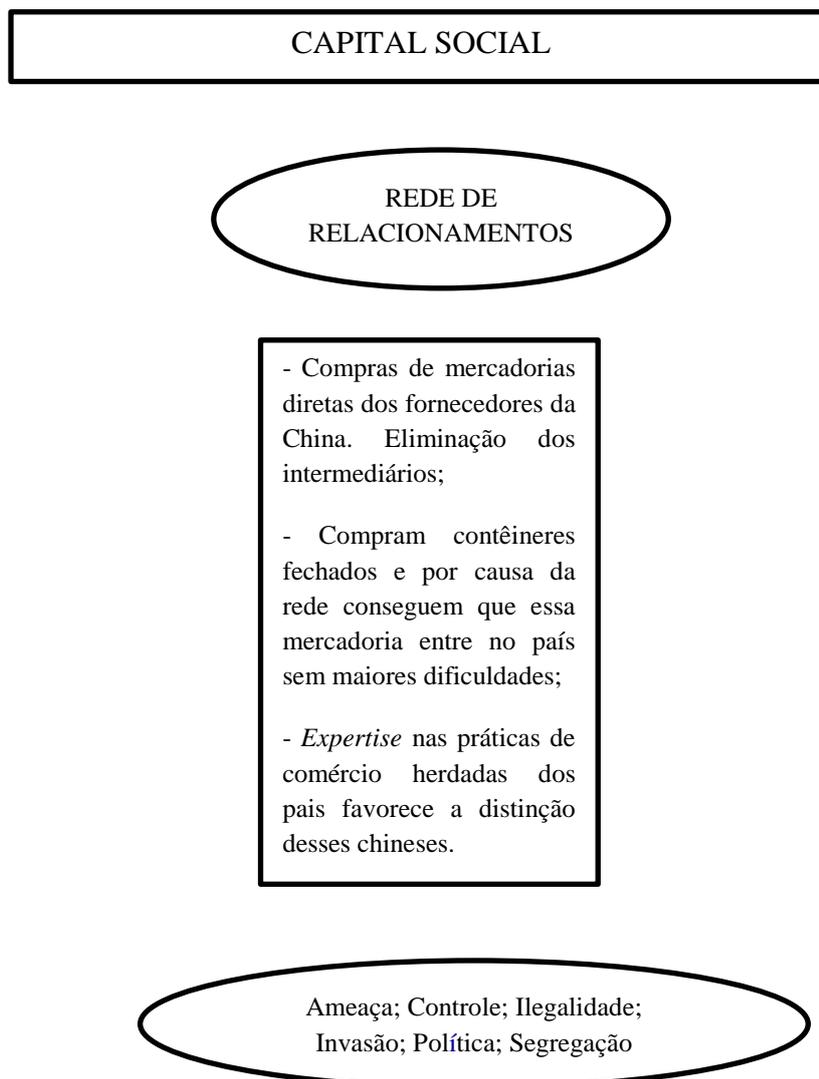
declarou que veio para o Brasil com o *guanxi*. A situação registrada neste excerto ocorreu em uma de minhas tantas tentativas de aproximação:

(...) pedi para a AP-4 perguntar qual a razão dele, o AP-2, ter imigrado para o Brasil e em especial para Feira de Santana. Ele disfarça e não responde quando em um momento em que ele para de frente para mim, eu, num surto de coragem, pergunto: Você veio para o Brasil por causa do *guanxi*? Ele responde que sim. E assim ele encerra a conversa saindo de perto. Todas as meninas ficaram impressionadas e me perguntaram o que era o *guanxi*, o que significava e porque eu havia feito essa pergunta. Eu fiquei um tempo explicando e me sentindo feliz pela minha primeira inferência direta a um chinês, correspondida, e que de alguma forma podia me ajudar na minha pesquisa. (Excerto do diário de campo).

Um dado indicado pelo E-3 e que pode ser compreendido como um capital social dos chineses é o fato deles serem parentes e se ajudarem mutuamente formando uma rede:

São primos, todos parentes, na maioria, isso eu posso te dizer e te provar, irmãos, tios, dos chineses que estão em São Paulo, trazem da China essas pessoas, que às vezes vivem lá em condições subumanas, e são trazidos para viver e trabalhar aqui. Eles começam na base, pagam a dívida deles de olho no topo. O que acontece é isso (...) e com isso já tá existindo o quê? Restaurante de chinês. Se você observar no entorno da Feiraguay tem uns dois restaurantes chinês, na Marechal tem um restaurante chinês. Já tem muito chinês aqui, veio um chinês também e viu... loja de bolsa, esse cara tem quatro loja de bolsa em Feira de Santana. (Entrevistado 3).

Todo esse capital social dos chineses no Feiraguay possui importância, porém, de acordo com Bourdieu, o principal capital social que um agente pode acumular é o capital social doméstico, o que ele chama de capital social hereditário. Nesse caso específico que ora estudamos, são imigrantes que compõem uma segunda geração, na maioria dos casos dando continuidade ao negócio que os pais iniciaram em outras regiões, ou seja, já há aí um *know-how* que justifica determinadas práticas que fazem do comerciante chinês do campo Feiraguay serem hegemônicos; esse é um capital social muito importante.

Figura 26 – Capital Social

3.3.3 O capital cultural dos chineses no campo Feiraguay

A principal representação do capital cultural dos chineses é a capacidade que têm de se comunicarem com os fornecedores em mandarim ou cantonês. Esse é um capital de valor que se apresenta diante da escassez desse capital cultural do brasileiro que não apresentam domínio do idioma estrangeiro.

O valor dos capitais dos chineses no campo do Feiraguay compõe a distinção dos mesmos, e esse capital cultural é um dos aspectos que justifica a segregação praticada por eles. Nesse caso, a cultura comercial que uniu brasileiros e chineses no centro comercial é a mesma que os separa, já que eles possuem práticas diferentes. Os depoimentos dos E-1 e dos E-2 comentam essa segregação voluntária:

Tem um ponto interessante que aí é o que todo mundo diz, se a gente for fazer uma pesquisa mesmo mais aprofundada sobre isso, for ler algumas reportagens, algumas coisas, vamos ver que alguns deles trabalham para outros grandes comerciantes chineses e que muitos deles, na realidade, estão atuando aí como laranja aqui no Brasil. Trabalhando para aqueles, e a partir do ponto de vista econômico, eu pergunto: que retorno esses caras vão dar para cidade? Para o país? Porque se a gente olhar por esse lado, partindo desse ponto de vista que eu te falei, que eles trabalham e mandam dinheiro para fora, é difícil você aqui ver aqui, ou em Salvador, um cara desse no restaurante, no shopping. Aí você pergunta “mas esse cara não paga uma água, uma luz, um telefone?”, sim, mas a economia da gente ela vem de muito mais além disso, não se limita a isso aí. Vai muito mais além (...) Então, você não vê, pô. A gente tem um comércio de pizzaria e não que eles não vão lá e também não estou falando que não quero que eles vão. (Entrevistado 1).

(...) predatório para o comerciante brasileiro, porque eles, por exemplo, têm casas aqui que moram vinte chineses. Se você for ver o custo de vinte chineses morando numa casa... o brasileiro gosta no final de semana ir pra churrascaria comer seu rodízio, levar a família pra passear, ir pra praia, enfim... eles vêm, ninguém sabe se como mulas de outro chinês mais forte que está em São Paulo ou na China, vivendo nessas condições, e com isso, com o custo de vida baixo aqui, praticando um preço muito predatório, e o dinheiro que é ganho aqui não fica aqui. Tem algo aí que já não está sendo bom. (Entrevistado 2).

Sobre o esforço dos chineses em aprender o português e em pouco tempo serem capazes de se comunicar com os brasileiros, E-3 destaca:

Esses chineses vêm morar numa cidade que não tem frio, não tem muito calor, com clima maravilhoso o ano todo... tem chinês mesmo que vinha aqui que trabalhava em peixaria na China, chegou sem falar quase nada de português, só que eles são muito esforçados, com dois, três meses eles pegam o idioma. Pelo menos o oi, bom dia, tudo bom, que preço? E dizer o preço em português.

Qualquer capital, seja lá sob qual modo que se apresente, exerce uma violência simbólica assim que é reconhecido, ou seja, desconhecido em sua verdade de capital, e impõe-se como autoridade exigindo reconhecimento (BOURDIEU, 1989).

Os comerciantes chineses faziam suas vendas de modo muito célere em função do seu *habitus*, contudo o tempo de venda no Feiraguay pode ser considerado um capital que é muito valorizado pelos clientes que, na maioria dos casos, são de outras cidades e vêm até aqui fazer compras em um transporte coletivo fretado, com a finalidade exclusiva das negociações no atacado; esse transporte, normalmente, tem uma hora para retornar ao seu destino que costuma ser distante.

É comum encontrar comerciantes de outras cidades que perderam o transporte consultando os vendedores sobre os horários de transporte na rodoviária ou sobre pousadas onde possam passar a noite e no dia seguinte retornarem para o seu destino.

A E-20 contou uma história marcante de uma mulher que estava vindo coletar um estoque de mercadoria vultoso e que ela havia encomendado no Feiraguay. Ela vinha da cidade de Paulo Afonso, que fica a aproximadamente 300 km de Feira de Santana. Ela veio em um desses transportes fretados coletivos e havia emulado toda a sua força econômica nestas compras com o objetivo de abrir um comércio na sua cidade. Segundo a E-20, ela foi cuidadosa e deslumbrada. Cuidadosa quando fez as encomendas antes de sair de sua cidade, pois como eram muitas coisas, ela não gostaria de perder tempo selecionando as peças, mas quando ela chegava com a sua lista na loja programada e a encomenda não estava organizada, assim ela se distraía com outras peças e perdeu tempo.

O resultado é que ela fez a coleta de material, empolgou-se e comprou mais coisas, ficou distraída com o horário e perdeu o transporte de volta. Nesse momento, aquela agente se deu conta que possuía pouco dinheiro, não tinha o suficiente para retornar. Sendo assim, dormiu no abrigo público da cidade e ficou por 1 semana vendendo as próprias mercadorias adquiridas no Feiraguay no entorno do campo até conseguir voltar. A celeridade das vendas é um forte diferencial no campo.

Apesar desse episódio que me pareceu até um tanto mitológico, todos creem, inclusive a AP-20, que há uma preocupação por parte dos comerciantes brasileiros em serem rápidos em seus movimentos de venda. Embora essa preocupação, na prática, não se traduza em celeridade nas vendas, há o discurso e a consciência da importância, o que falta é organização suficiente para tanto.

Os clientes do atacado, via de regra, estão sempre segurando muitos volumes de compras, inclusive esse era um jeito de identificá-los, por isso quanto mais rápido fosse o atendimento em um determinado box, maior seria a chance desse box ser priorizado por esses clientes numa futura seleção do local de compras. A E-20 demorava pelo menos 30

minutos para concluir uma venda no atacado, mesmo no período que estive por lá, pois ela tinha muita dificuldade em encontrar as peças no meio daquele amontoado de roupas que ela acumulava em seu boxe.

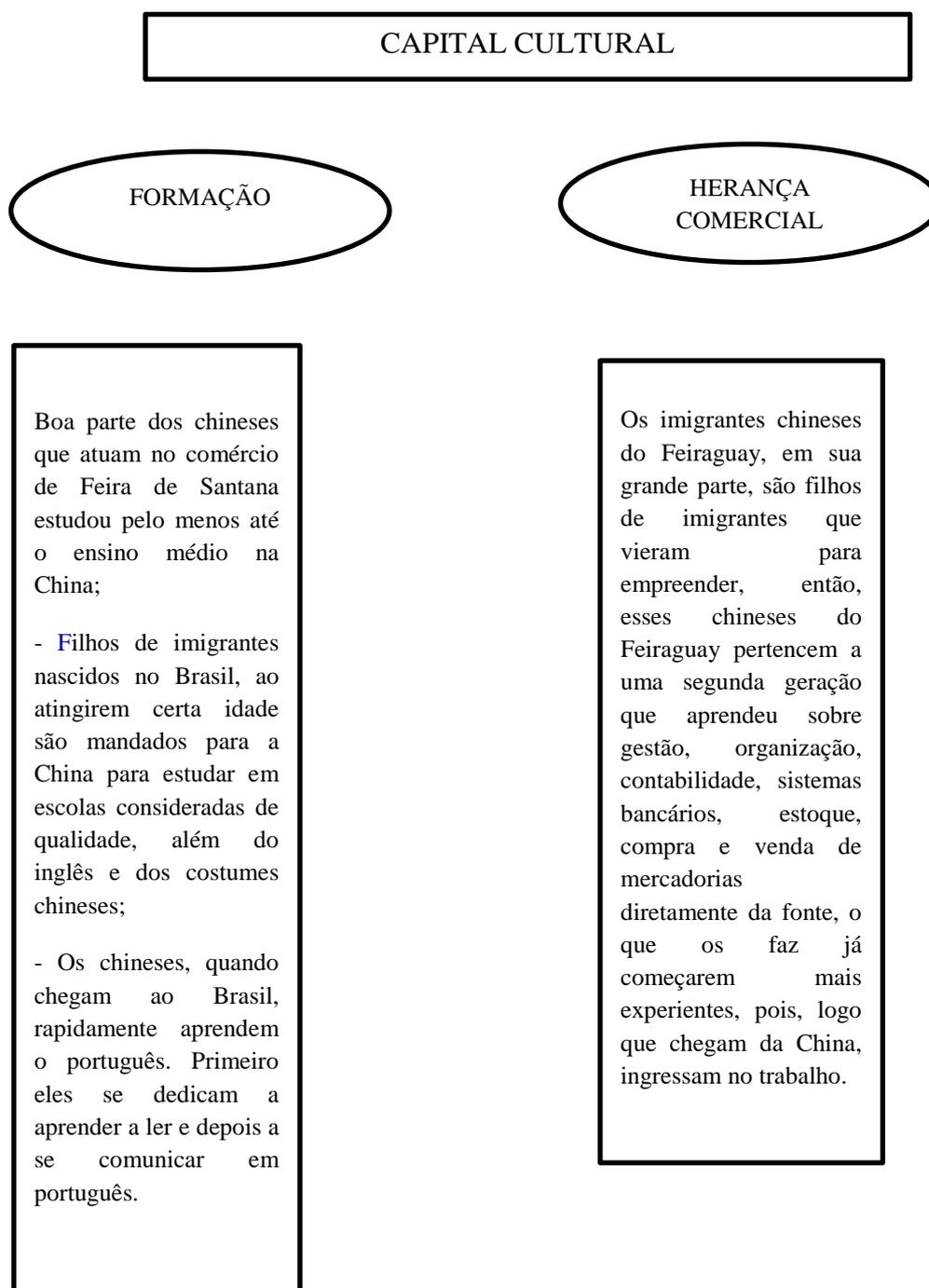
Estou me referindo a essa desorganização da E-20 no passado, porque até o final do período da observação participante, ela assimilou algumas ferramentas de gestão e diminuiu o seu tempo de vendas. Pelo menos aparentemente, e, pelo que ela declara, trata-se de uma evolução paulatina. Ainda segundo a E-20, uma evolução que ela conta que seja muito ambiciosa.

Outro aspecto que se evidencia na atividade comercial chinesa é a hegemonia no comércio de óculos. Mas porque os chineses comercializam tantos óculos? Uma das razões indicadas pela AP-1 – chinesa, natural de *Guandong*, dona do boxe de frente ao que realizei a observação participante – para o tão amplo comércio de óculos por parte dos chineses é que a produção de réplicas desse material na China é muito grande e é uma produção toda escoada para o comércio fora do país, pois a anatomia facial dos chineses não favorece o uso de óculos, já que eles possuem o osso fundamental do nariz bem pequeno, o que faz os óculos escorregarem, ou seja, vender óculos na China não é um bom negócio.

A E-8, uma chinesa natural de outra cidade rural da China, que é próxima a *Guandong* e se chama *Kwantung*, cuja entrevista consegui com muita dificuldade, não concorda com essa versão e sobre isso ela explica:

(...) é porque aqui em Feira de Santana muito sol... vender óculos melhor. Fácil vender. Lá também Feiraguay tudo boxe pequeno. Vende óculos é melhor, né, e tudo hora tem gente compra óculos, já tem um lugar. Óculos tudo Feiraguay, no ponto do óculos, já ficou um óculos só. Antes lá não, tem misturado, vender muito coisa roupa, tênis, mas começa tênis não tá vendendo muito bem, aí pessoa tá mudando óculos. Eu tem dois amiga também vendendo tênis antes, roupa, mas não vender muito, aí mudou vender óculos. Óculos tudo hora quebra e vai praia, precisa sol, combina roupa, cada roupa um óculos, biquíni, e ali óculos tudo. (Entrevistado 8).

A capacidade de negociação dos comerciantes chineses é infinitamente inferior à dos brasileiros, pois eles não praticam a pechincha, esse gesto é certamente influenciado pelo *habitus* dos comerciantes, eles simplesmente não aceitam pechinchas e perdem a venda. Por outro lado, como já havia observado, os comerciantes chineses são muito mais organizados em todos os aspectos, o que parece compensar a pouca capacidade de negociação. O fluxo de caixa deles é controlado por um *software*, o *lay-out* de todos os 23 comerciantes de dentro do Feiraguay chama a atenção por serem harmoniosos, independentemente de quais sejam os produtos.

Figura 27 – Capital Cultural

Fonte: Elaboração própria, 2018

3.3.4 O capital simbólico dos chineses no campo Feiraguay

Na estratégia da distinção para ser reconhecido é preciso ser percebido pelos outros. O brasileiro percebe no comerciante chinês a hegemonia nos capitais econômico, social e cultural, o que pode ser traduzido em capital simbólico. O capital social dos chineses é traduzido nas redes de relacionamento que eles formam e na capacidade que possuem de negociar com os distribuidores sem intermediários. O capital cultural que garante para eles o domínio do mandarim ou do cantonês e, pelo menos parcialmente o português, e o capital econômico dos chineses que supervalorizou o solo do campo do Feiraguay, já que é com o capital econômico conseguem realizar transações de vulto com os proprietários dos boxes.

Todos esses capitais reunidos e acumulados e que os comerciantes brasileiros reconhecem e legitimam no chinês são considerados capital simbólico. Além disso, é preciso considerar que a arte, a religião, o idioma, os mitos, a ciência, o patrimônio, são elementos que compõem a estrutura estruturante de um sistema simbólico. São elementos que contribuem para que os agentes construam a sua realidade e deem sentidos particulares a esta.

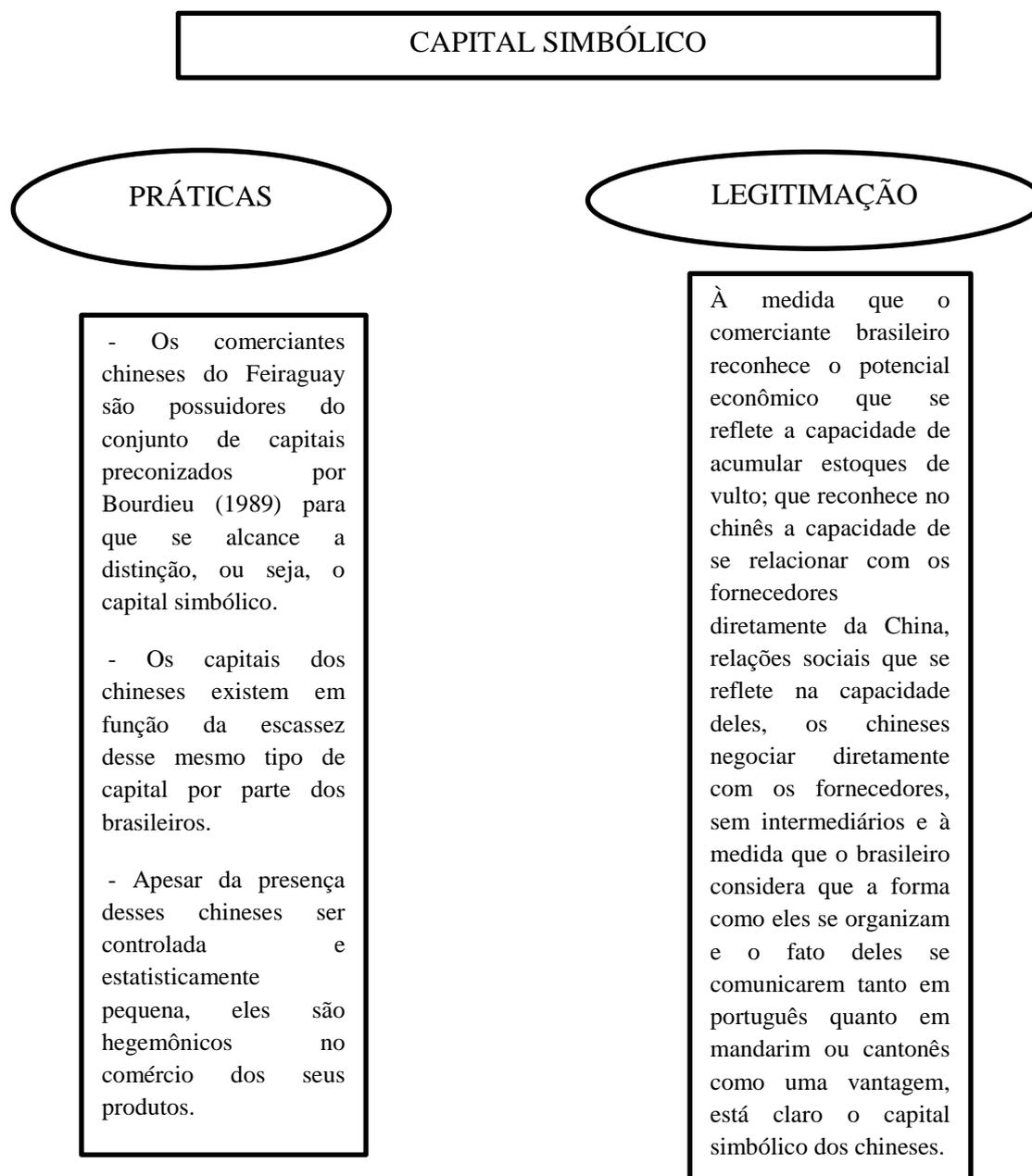
O poder de institucionalização do Capital Simbólico está associado ao quão radicado está o agente em uma estrutura. A legitimação desse capital pela ampla maioria dos agentes de uma sociedade é um dos primeiros pré-requisitos para a sua validação como valor social (MORAES, 2007). De acordo com as ideias de Bourdieu (1989):

O capital simbólico é um novo nome para a distinção e não é nada além do capital que se apresente de qualquer forma, e que seja visto e reconhecido por um agente social que a habilidade de reconhecer esses capitais, esta habilidade é permitida após a incorporação da estrutura da sua distribuição, ou seja, quando é conhecido e acreditado como algo natural. Os símbolos de distinção podem variar e inclusive podem se opor de acordo com a face da esfera social na qual eles se espelham e mesmo assim, só são reconhecidos como valores natos de uma “distinção natural” e é o que ocorre com os comerciantes chineses do Feiraguay. Os comerciantes brasileiros estão em uma esfera oposta à esfera dos chineses e acreditam que os chineses reúnem esse conjunto de capitais desde sempre. (BOURDIEU, 1989, p.80).

É comum escutar dos agentes brasileiros frases do tipo: “eles são muito esforçados”; “eles, quando querem uma coisa, não medem esforços”; “eles são muito fechados”; “os chineses só ganham e não gastam”; “os chineses tratam os clientes mal”; “os chineses já nascem sabendo”; “os chineses mandam o dinheiro dele todos para a China”. Estas são frases genéricas, mas que caracterizam os símbolos de distinção inatos que os comerciantes brasileiros reconhecem nos comerciantes chineses. Segundo Bourdieu, quando se trata dos sistemas simbólicos:

(...) quer se trate do estilo das casas e sua decoração, da retórica do discurso, dos sotaques, ou do corte e cor das roupas, modos à mesa ou disposições éticas, é o fato de que, dada sua função expressiva, eles são de certo modo determinados duas vezes, por sua posição no sistema de signos distintivos e pela relação de correspondência biunívoca que se estabelece entre esse sistema e o sistema das posições nas distribuições de bens. É assim que, sempre que são apreendidas como socialmente pertinentes e legítimas em função de um sistema de classificação, as propriedades deixam de ser apenas bens materiais passíveis de troca e obtenção de lucros materiais para tornar-se expressões, signos de reconhecimento que significam e valem por todo o conjunto de lacunas e distâncias [écarts] em relação às outras propriedades – ou não propriedades. (BOURDIEU, 1989, p. ???).

A análise que é possível fazer de tudo que foi visto e escutado é que, para os brasileiros, os comerciantes chineses do Feiraguay representam um grupo fechado, que cooperam entre si; não estão interessados em tratar bem o cliente, porque sabem que os clientes vão optar por eles sempre, já que não dá para concorrer com eles nem em preço, nem em qualidade e nem em variedade; possuem uma enorme capacidade produtiva; realizam grandes esforços de adaptação, mas não se preocupam em agradar aos demais e abdicam de uma série de benefícios e prazeres para prosperar na idade jovem e assim poderem colher os frutos desse esforço ao voltar para China com a idade mais avançada. Na visão dos comerciantes brasileiros do Feiraguay, os chineses deste mesmo campo são agentes sociais distintos.

Figura 28 – Capital Simbólico

Fonte: Elaboração própria, 2018

3.3.5 Há uma classe dominante no Feiraguay?

Na perspectiva de campo de Bourdieu (1989), os agentes são divididos em duas classes e elas estão sempre em oposição: a classe dominada e a dominante. Na dinâmica desse campo não é diferente e existem agentes que compõem ambas as classes e foi no sentido de identificação delas que o estudo de campo empreendido no Feiraguay foi revelador em muitos aspectos.

Durante a sua entrevista, o E-26, secretário de economia, esporte e turismo da cidade de Feira de Santana discordou dos resultados que eu havia apresentado para ele. Segundo o E-26:

Eu acho, por exemplo, que, de quinhentos e cinquenta, 3,27%? Eu acho que, para associação tomar esse posicionamento, ela se colocou em cima de um alerta. Não foi em cima de um problema. É para evitar problemas futuros. E isso foi só um alerta, não representa um problema de fato, não considero uma ameaça. (Entrevistado 26).

Esse dado estatístico que apresentei ao E-26, e de acordo com os dados colhidos em campo durante 5 meses de estudo, aponta exatamente o contrário do que o E-26 comenta. Apenas 3,27% de chineses no Feiraguay é suficiente para impedir que qualquer comerciante brasileiro concorra com eles, em qualquer ramo do comércio em que estiverem atuando, eles são dominantes e a decisão da AVAMFS, no ano de 2015, de impedir a entrada de novos chineses no Feiraguay, votada em colegiado e aprovada por unanimidade, foi decisiva para que esse centro comercial hoje continue sendo o Feiraguay e não tenha se tornado uma Chinafeira. Caso a decisão não fosse tomada, certamente, com a reunião de capitais que os chineses apresentam, não apenas o setor de réplicas de óculos, calçados e de roupas de grife estaria afetado. Segundo o E-3, a decisão foi acertada pelas seguintes razões:

Então a gente chegou, depois de uma assembleia com todos os associados e a maioria chegou num consenso de que os chineses não poderiam mais / entrar chineses na Feiraguay, para que não atrapalhassem e lá na frente virasse um monopólio desses chineses na Feiraguay. Com isso a gente hoje não deixa que nenhum outro chinês entre. Os que já estão podem se movimentar dentro da Feiraguay, e de um ponto para outro, mas novos chineses não entram. São 23 chineses, eu acho, isso já cadastrados e documentados pela gente, que tudo tem que passar pelo nosso crivo (...) Daqui uns dias você imagina que tenha uns 80 por cento de chineses na Feiraguay, a Feiraguay vai ter uma insatisfação e uma rejeição cada vez maior (...) Aí vem chineses, ninguém sabe de onde, de que lugar do mundo ou da própria China, e toma, na teoria, a vaga de um comerciante daqui, que precisa, que tá / não tem esse poder econômico atrapalhando. A gente faz meio que / a gente defende, a gente tá defendendo um espaço que na essência era pra ser de comerciantes brasileiros, que foi uma solução que a prefeitura arranhou pra tirar as pessoas de lá e trazer pra um lugar digno pra trabalhar. (Entrevistado 3).

Se for para considerar um índice estatístico – o que não é uma prioridade, pois esta tese possui natureza qualitativa – (mas ainda assim o farei), vou buscar novo dado. O Feiraguay possui 770 quadrantes e 550 lojas. Uma loja pode ter mais de um quadrante. Levando em consideração que cada um dos 23 comerciantes chineses possui, no mínimo, 3 quadrantes, o que totaliza, no mínimo, 69 quadrantes, essa proporção aumenta para aproximadamente 9% de ocupação do espaço do Feiraguay por chineses, o que não é um dado desprezível e fortalece a ideia de que eles compõem a classe dominante do Feiraguay, porque na produção do espaço de comércio realizado por eles, repito, de acordo com tudo o que vi e que escutei, o comerciante brasileiro não concorre e é bem consciente disso.

Sobre os posicionamentos do E-26, que não realizou um estudo etnográfico no Feiraguay e, portanto, não possui a experiência que vivi naquele lugar, mas ainda assim se esforça em contrariar os meus achados, encontrei respaldo em um trecho de Wacquant (2008) que diz:

É necessário mergulhar no campo para inferir (...) não se pode inferir os que não têm qualquer conhecimento primário, ou até mesmo secundário, do que faz a realidade cotidiana dos bairros deserdados da cintura negra, e que preenchem este vazio com os estereótipos retirados do senso comum corrente, jornalístico ou universitário. Quis reconstruir a questão do gueto a partir de baixo, na base de uma observação precisa da vida cotidiana dos habitantes desta terra *non grata*, mas também, por esta mesma razão, incógnita. (WACQUANT, 2008 p.470).

Outro dado que chama a atenção é o posicionamento de E-24, vereador que possui no Feiraguay o seu principal reduto eleitoral, e por isso foi um dos entrevistados durante o estudo empírico, ocasião em que o questionei a respeito da inserção dos chineses no Feiraguay. Era fevereiro de 2017 e, naquele momento, o E- 24 respondeu que a sua opinião era neutra. Ainda insisti durante alguns minutos, repetindo a pergunta com outras palavras para favorecer o entendimento e tentar que ele desse uma resposta mais completa, mas fui interrompida pelo seu assessor.

Passados 10 meses, mais precisamente no dia 08 de dezembro de 2017, em entrevista para uma rádio local, o mesmo E-24 que se declarara neutro acerca da inserção dos chineses no Feiraguay, relatou que já se preocupa com a presença de novos chineses em um centro comercial previsto para ser inaugurado em 2018. Trata-se de um centro para abrigar vendedores ambulantes da cidade que está em processo de construção numa área próxima ao centro de abastecimento da cidade. Nessa mesma entrevista o vereador relata ainda que apresentou à Câmara Municipal um projeto de lei que impede a compra ou aluguel desses boxes por imigrantes chineses.

Observo que o projeto desse novo centro comercial foi pensado, elaborado e proposto pelo E-26, que em entrevista para a escrita desta tese declarou que com a inauguração deste centro, o Feiraguay estaria ameaçado. Esta pesquisa de campo me faz ter que questionar essa opinião do E-26, pois o Feiraguay, tanto do ponto de vista comercial quanto do ponto de vista cultural, é muito maior do que o próprio E-26 deve imaginar.

Os chineses chegaram com alto capital econômico, inflacionaram o espaço físico do Feiraguay, dados que desqualificam a opinião do secretário da cidade. A posse dos capitais sociais e culturais específicos dos chineses os fortalece na condição de integrantes de uma classe dominante. Sobre a força econômica e a capacidade de negociação do espaço do Feiraguay por parte dos chineses, o E-3 declara:

Outra situação é o impacto, porque no Feiraguay muitos deles só querem estar nos pontos de esquina, nos melhores pontos, e o poder econômico que eles chegam aí oferecendo de alguma forma as vantagens pra que as pessoas deixem eles utilizar esse ponto, a título de empréstimo, é muito alto. Então, se um brasileiro às vezes tava disposto a que esse ponto fosse cedido para ele pra um outro brasileiro comercializar o produto ali por X, o chinês ele sempre vai fazer algo melhor. (Entrevistado 3).

A voz dos chineses no Feiraguay é a voz mais alta, é a voz dos que dominam, que faz silenciar. A ostensividade e a hegemonia econômica aliada às taxionomias dos comerciantes chineses no Feiraguay, além de garantir para eles um poderoso capital simbólico, representa forte violência simbólica que se evidencia a todo o momento e pode ser percebida em uma única visita ao Feiraguay.

Reunindo o período de realização da observação participante quando trabalhei exatamente de frente para uma banca de chineses, as minhas idas ao local para realizar entrevistas ou para praticar a observação participante, e tudo o que eu escutei e o que pude presenciar, é possível afirmar que eles, os comerciantes chineses, possuem um conjunto de capitais mais forte que o conjunto de capitais dos comerciantes brasileiros e, por isso no comércio de produtos que eles comercializam, eles são a classe dominante. A presença dos chineses no Feiraguay é controversa, mas não restam dúvidas de que o poder que eles acumulam contribui para a formação de uma classe dominante e que as tensões e conflitos que levaram a AVAMFS a decidir em assembleia por unanimidade pelo impedimento de novos chineses no Feiraguay existem e são eminentes. A decisão por esse impedimento por parte dos associados foi uma decisão acertada. Essa conclusão só foi possível pela experiência etnográfica quando pude experienciar a rotina do campo, escutar os agentes deste campo e sentir as suas dores que não são poucas.

4. CONCLUSÃO

O objetivo desta tese foi o de **compreender a inserção de chineses no campo Feiraguay**. Para cumprir esse objetivo, me aproximei do campo, levantando informações que, quando organizadas, subsidiaram a elaboração de uma linha argumentativa que fosse capaz de responder a questão de partida.

Inicialmente, a preocupação foi a de apresentar o objeto de estudo para favorecer o entendimento das especificidades do mesmo. Para tanto, trouxe uma espécie de lupa para ver de perto sobre como ocorreu a aproximação dos chineses no estado da Bahia e em Feira de Santana; apresentei a cidade como contexto da realização do fenômeno do comércio e, em seguida, apresento e descrevo o Feiraguay, onde identifiquei a inserção dos chineses e discorri sobre como essa inserção é controversa e provoca tensões entre os comerciantes brasileiros.

Identificada a tensão provocada pela inserção dos chineses no campo – fato que levou a AVAMFS a propor como pleito aos associados a proibição da entrada de novos chineses no Feiraguay – essa tensão se tornou o fio condutor de toda a investigação que resultou nesta tese.

Em seguida, a estratégia metodológica para responder a questão de partida da tese: **como chineses se inserem no campo Feiraguay?** foi aplicar as técnicas do método etnográfico. Explorado o contexto no qual o fenômeno em questão ocorre, que é a cidade de Feira de Santana e o *locus* o Feiraguay, iniciei uma instância de observação sistemática e participante das práticas dos agentes que ocupam o campo e como esses agentes lutam por espaços de poder. As práticas de comércio em qualquer organização dessa natureza possuem a natureza concorrencial, ou seja, no Feiraguay ou em qualquer outro lugar os comerciantes concorrem entre si, contudo, à medida que um grupo de agentes se destaca como classe dominante de um campo, isso significa que a concorrência com aquele grupo é impossível ou, como disse o E-4 (2017), “inconcorrível”.

E do campo emergiram sete categorias de análise, as seguintes categorias êmicas: ameaça, segregação, controle, ilegalidade, informalidade, invasão e política.

A ameaça foi a primeira categoria encontrada e esteve presente em 23 do total de 26 entrevistas realizadas. A ideia de que a inserção dos chineses se traduz em ameaça surge desde quando me deparei com a decisão da AVAMFS em fechar as portas do Feiraguay para os chineses, afinal de contas, é Feiraguay ou ChinaFeira? Indagou o E-1 no primeiro contato telefônico. A ameaça surgiu no discurso dos entrevistados em todos os aspectos, contudo o

aspecto que mais chama a atenção é a ameaça econômica que eles representam no campo, já que possuem uma enorme capacidade de movimentar a economia informal, o que é muito difícil de mensurar.

A segregação dos chineses é um dos aspectos mais notáveis da inserção destes no Feiraguay. Eles vivem uma comunidade própria e não seguem as leis que regem o campo onde estão inseridos, neste caso, o Feiraguay. Eles não seguem o que diz a AVAMFS, embora sejam adimplentes, eles não frequentam as assembleias ou qualquer evento organizado pela entidade. Também não participam dos ciclos sociais com brasileiros, não são vistos em espaços de socialização como praças, *shoppings*, restaurantes, dentre outros. Eles comem a própria comida, falam somente o necessário em português com os clientes e demais agentes do campo. Entre eles só falam o seu próprio idioma. Eles também moram próximos, existem relatos que eles alugam andares de prédios inteiros para conviverem entre si. O sentido da segregação exercida pelos chineses é o de afastamento dos brasileiros, das regras e leis que aqui vigoram. Estando em campo, tais comportamentos podem ser lidos como uma estratégia de sobrevivência num país que não é o deles e que, portanto, se apresenta com todas as dificuldades que os imigrantes enfrentam.

A ideia de controle também surgiu cedo, e o sentido mais forte de controle achado foi a capacidade da AVAMFS de controlar a entrada de chineses no Feiraguay, por receio de perder o controle do centro para eles. Cabe aqui a observação de que, embora a AVAMFS exerça um controle na entrada e estabelecimento desses chineses naquele centro comercial, esse controle não se configura em uma dominação por parte dos brasileiros, já que a decisão de impedir foi tomada como uma forma de manutenção do espaço do brasileiro no campo. A decisão pela realização do pleito não foi tomada, ocorreu exatamente pelo contrário, ou seja, pela falta de domínio dos chineses por parte dos brasileiros. Outro sentido fortemente identificado no campo é o controle que os chineses possuem sobre tudo que está a sua volta.

A ilegalidade é uma categoria de análise muito particular do Feiraguay, tanto em relação aos comerciantes brasileiros quanto aos comerciantes chineses. Desde a constituição do centro, a ideia da ilegalidade é associada ao nome do Feiraguay. Em campo pude sentir na pele o receio que os comerciantes têm de sofrerem com a aproximação do que eles chamam de o “rapa”. A ilegalidade também marca a presença dos chineses e marca de três formas: há dúvidas se essa migração para o Brasil é legal; não se sabe se as mercadorias comercializadas por eles são legalizadas; e a existência de uma máfia. Fui ao campo pressupondo que essa máfia, sobre a qual tanto escutava falar, era uma fantasia e esbarrei com indícios da existência

de uma máfia de chineses que controla as formas de organização destes. Não posso afirmar que todos os chineses do campo fazem parte desta máfia ou se existe mais de uma, mas as informações indicaram a existência de uma máfia envolvendo os agentes chineses.

A informalidade também é uma marca forte ali, porque está na origem tanto da cidade quanto do próprio centro comercial. Há um forte esforço para a legalização destes comerciantes por parte da iniciativa pública, contudo, estando em campo, percebi que o desejo pela formalização não estava na agenda desses comerciantes. Não é uma preocupação para eles. O boxe em que realizei a observação participante é 100% informal e esta é a realidade do centro, embora existam comerciantes em vias de regularização, não encontrei nenhum comerciante do centro com essa situação completamente regular, o que não significa que não eles não existam.

A categoria invasão surge com o sentido dos chineses se inserirem em um espaço que devia ser hegemonicamente dos brasileiros. Surgiu com mais força durante a realização da entrevista com o E-3. De todos os comerciantes entrevistados, ele foi o mais atingido com a inserção de chineses no campo e, talvez por essa razão, tenha repetido tantas vezes essa palavra. Ao longo do estudo empírico, o termo foi utilizado muitas vezes pelos comerciantes que estavam mais próximos aos chineses e alguns deles significaram a proibição da entrada de novos chineses no centro como uma estratégia de controlar uma provável invasão de chineses no campo.

A categoria política se destaca no campo. A gestão realizada pela AVAMFS, que é uma entidade representativa e que só decide acerca de algum tópico, implanta alguma regra ou modifica o regulamento do campo após a abertura e triunfo por maioria simples em pleitos abertos para os associados votarem. A direção da entidade é escolhida também por meio eleitoral, e as campanhas com essa finalidade são fortes.

Após esse tempo de observação, e posterior análise, pude compreender que as duas classes que se opõem quando entram em zona de colisão, criam lógicas muito particulares; mesmo sendo o mesmo campo, há um hibridismo no cumprimento das regras.

A partir da análise das categorias êmicas e com base nos escritos de Bourdieu (1990; 2000; 2002; 2004) e, mais especificamente, nos conceitos de espaço social, campo, *habitus* e dos capitais econômico, social, cultural e simbólico, aqui tomados como categorias éticas, desenvolveu-se a análise da inserção de chineses no Feiraguay.

No Feiraguay, os chineses constituem uma classe dominante no comércio dos produtos específicos a que se dedicam a comercializar: roupas de grifes internacionais (mais

especialmente camisas), calçados de grife internacionais (mais especialmente tênis) e óculos esportes também de grifes internacionais, o que encontra explicação no acúmulo de capitais dos chineses no Feiraguay.

O capital econômico deles é maior dos que o dos comerciantes brasileiros no Feiraguay, contudo não é o capital econômico que dá o poder de classe dominante, e sim o capital simbólico, que é a reunião de todos os outros capitais. É o capital social dos chineses que permite que eles se relacionem com os fornecedores de produtos direto da China, sem intermediários, o que diminui os preços de aquisição dos produtos, assim como aumenta o estoque, sem precisar que mobilizem tanto dinheiro quanto os comerciantes brasileiros mobilizariam, caso quisessem ter estoques na mesma proporção desses comerciantes estrangeiros. Essa facilidade coloca os dois grupos de comerciantes em condições completamente desiguais no quesito concorrência.

O capital cultural dos comerciantes chineses no Feiraguay é outro atributo que contribui de modo substantivo para que se tornem ainda mais dominantes no comércio dos seus produtos. O fato de falarem o mandarim ou o cantonês lhes dá o poder de se relacionarem diretamente com seus fornecedores seja na China, seja no Brasil. E, de fato, esse é um traço do capital cultural dos chineses muito importante, embora não seja a ausência de barreira da língua no contato com os fornecedores o que mais chama a atenção, pois o maior elemento de destaque são as suas práticas organizacionais na gestão cotidiana do comércio.

Os chineses do Feiraguay e do entorno são imigrantes no Brasil vindos de uma segunda geração de comerciantes. Muitos deles que estão no comércio nasceram no Brasil, e foram para a China para que lá aprendessem e acumulassem as práticas e os pensamentos dos chineses. Retornaram com aproximadamente 16 anos para trabalhar com seus pais até constituírem família e montarem seu próprio negócio, que normalmente são financiados e influenciados pelas práticas e saberes dos seus pais. É assim com chineses como a E-8, e a família composta pelos AP-1, AP-2 e AP-3.

Esse conjunto de capitais integralizados dá origem ao capital simbólico, que, de modo simples, é o reconhecimento por parte da classe dominada da existência de uma classe dominante em um determinado campo. E esse fato se evidencia no Feiraguay. O reconhecimento por parte dos comerciantes brasileiros da posse dos capitais dos comerciantes chineses ocorreu durante toda a realização do estudo empírico. O capital simbólico dos chineses é valorizado pelos brasileiros e influencia os processos de organização de ambos os grupos de agentes, o que pode ser observado nos gestos e práticas de cada grupo. O que se

depreende da observação é que se trata de um mesmo campo composto por duas classes de agentes cujas lógicas de organização são diferentes.

O poder simbólico exercido pelos comerciantes chineses no Feiraguay advém do acúmulo desses capitais, porém esse poder só tem validade se reconhecido por aqueles que são atingidos, portanto não existe o poder sem a cumplicidade dos agentes participantes. E é assim no Feiraguay, quando o comerciante brasileiro declara que não vai valer a pena nem tentar aprender inglês ou mandarim ou contratar um intérprete para tentar negociar diretamente com os fornecedores estrangeiros, o poder dos comerciantes chineses se evidencia.

Quando um ex-dirigente da AVAMFS vai até a China para tentar negociar sem intermediários, retorna, tenta montar uma cooperativa com o apoio da prefeitura para esse fim e não encontra adesão por parte dos comerciantes, significa dizer que os dominados estão sendo cúmplices nessa relação de poder.

Seguindo essa linha de argumentações, me aproximo da ideia de violência simbólica. Toda hegemonia representa algum nível de violência simbólica e, segundo Bourdieu (1989), o próprio capital é o fundamento do simbolismo. A presença dos chineses no Feiraguay representa também a violência simbólica contra os comerciantes brasileiros. A violência simbólica é expressa na imposição, seja ela legítima ou dissimulada, de uma cultura dominante. Nesse caso, o dominado não enfrenta ou se opõe ao seu dominante, pois não se reconhece como vítima desse processo. Observa-se um movimento contrário: o agente oprimido naturaliza a situação (BOURDIEU; PASSERON, 1970).

E foi nesse sentido que esta tese caminhou. Parte da percepção do incômodo que os chineses provocam no campo passa pela análise da lógica em que se pauta o funcionamento do Feiraguay como campo de poder ocupado por duas classes de agentes sociais com práticas e disposições diferentes. Posteriormente identifiquei uma classe dominante, que por si só representa uma forma de violência simbólica.

A ideia da violência simbólica se revela ainda mais forte, ainda que a violência em si se apresente como uma forma mais suave de dominação. Ela é simbólica porque acontece em uma dimensão de significados, ou mais objetivamente, do sentido que os dominados dão ao seu mundo social (TERRAY, 2006).

É possível concluir que no Feiraguay essa violência pode ser reconhecida como uma das categorias êmicas mais fortes encontradas, que foi a ameaça dos chineses aos brasileiros. Esta ameaça foi um significado associado à inserção chinesa e se confirma com a própria

decisão de impedir que novos chineses se aproximem e se instalem no campo. Há ameaça dos comerciantes chineses contra os brasileiros na disputa pelas posições mais estratégicas do espaço físico, como é o caso dos boxes de esquina quase sempre ocupados pelos chineses. Há uma violência que se revela pelas suas representações e que é pouco reconhecida pelo oprimido, eles a aceitam e assim tocam as suas vidas e suas atividades.

A estratégia metodológica deste estudo foi decisiva para alcançar tais resultados. O estudo etnográfico empreendido em um campo com a relevância que possui o Feiraguay seja em termos comerciais, seja em termos socioculturais, se mostrou desafiador à medida que o estudo foi progredindo e o campo Feiraguay se apresentava como uma arena de disputas, onde as lutas por espaço físico, por preço e pela hegemonia no comércio das mercadorias vendidas pelos chineses se revelam de modo agudo.

Dar voz aos agentes sociais do Feiraguay nesta tese foi um gesto também que merece destaque, pois foram estas vozes que evidenciaram os achados. Nesse sentido, a estratégia de legitimação dos achados do campo foi a escrita de um texto que fosse dialógico e polifônico, um texto atento aos aspectos subjetivos presentes nas falas e depoimentos durante as entrevistas e mesmo nas conversas informais.

Conforme já indicado, todos os achados aqui apresentados foram resultado de uma pesquisa de natureza etnográfica. Uma das etapas mais importantes deste estudo foi a observação participante através da qual experienciei o cotidiano dos agentes do campo e durante esse período pude sentir as mesmas dores que sentem os comerciantes do Feiraguay. Naturalmente, pude perceber mais as dificuldades dos brasileiros, mas em muitos momentos em que aqueles chineses se comportavam de um modo mais agressivo seja com clientes, sejam com os trabalhadores brasileiros contratados por eles ou dos outros boxes me colocava no lugar dos chineses em um exercício de empatia para tentar entender as razões que os levavam a tais comportamentos e sempre me surgia a impressão que era algum tipo de sofrimento que eles estavam vivendo.

Decerto, esta experiência metodológica, ainda que árdua, possibilitou que eu compreendesse a realidade do local, o que Malinovski (1976) chama de imponderáveis da vida real e foi só *in locu* que pude identificar uma arena de batalhas, metáfora que encontrei para ilustrar as disputas no campo Feiraguay e também para compreender o campo como uma meta Feira de Santana. A experiência de campo indicou que o Feiraguay é uma síntese do que é a cidade e, portanto, a relevância científica do trabalho foi garantida pela experiência de imersão, ou seja, pelo método.

Cheguei a inúmeras conclusões durante a elaboração desta tese, contudo a mais rica a que cheguei foi que o pesquisador precisa aprender a dar importância e a escutar o que o seu campo diz de modo fiel, bem como é importante dar voz aos agentes de um campo estudado. As polifonias são decisivas para que se encontrem resultados e para que esses resultados façam sentido.

As conclusões teóricas que apresento só foram possíveis, uma vez que estive em campo combinando as técnicas de um estudo etnográfico, ou melhor, esta tese não teria sido factível sem o recurso do método etnográfico. O estudo de campo iluminou para que eu enxergasse o caminho teórico a ser trilhado, além de indicar muitas outras possibilidades. Concluí, ao longo desse processo, que viver a realidade de um campo é imprescindível para a realização de uma pesquisa científica.

O campo possui nuances que só vivendo a mesma vida dos agentes pesquisados de modo coordenado e contínuo é possível captar. As dificuldades de trabalhar num centro comercial com a dinâmica do Feiraguay são de todas as ordens, os espaços dos boxes são sempre estreitos e apertados o que dificulta a mobilidade, as temperaturas são elevadas em grande parte do ano, a concorrência é agressiva, o espaço é confuso e barulhento, portanto, não é nada fácil ser comerciante do Feiraguay. Acessar a essa realidade só é possível estando lá.

Após esta experiência, passei a enxergar os chineses de modo mais compreensivo, pois, durante os diálogos com os próprios chineses tanto na época da observação participante quando convivi mais de perto com a AP-1, AP-2 e a AP-3 e alguns outros que tentei me aproximar, quanto ao longo da realização das entrevistas com os 3 chineses pude compreender que cada imigrante abre mão de uma vida e de um passado para estar ali. Por trás de cada imigrante chinês que ocupa o campo, há uma história de renúncias em nome de um futuro de muitos sonhos bons.

Como em qualquer empreendimento acadêmico esta tese possui limitações, entre as quais destaco inicialmente limitações institucionais que foram insistentes durante todo o processo de elaboração da tese. Atualmente, e em especial no campo da Administração, sem excetuar nenhuma das suas divisões, a racionalidade tem orientado a produção científica nas instituições acadêmicas públicas e privadas, e o método etnográfico demanda tempo, dedicação e especialmente imersão – que, nesse caso específico, significa proximidade física com a realidade estudada, análise cuidadosa de hábitos e comportamentos dos sujeitos pesquisados.

As etnografias “modernas”, por assim dizer, são abreviadas e se afastam muito do modelo preconizado por Malinovski (1976) e não é aqui o caso de se defender o purismo das etnografias que foram fundadoras do método, contudo grande parcela das dificuldades dos estudantes e pesquisadores de pós-graduação decorre dos entraves para permanecerem longos períodos de tempo em campo, por questões de ordem do dia.

É fundamental valorizar ainda que a discussão sobre o tempo de permanência no trabalho de campo deve considerar sempre a intensidade e o grau das interações que ocorrem entre o pesquisador e seus interlocutores de campo. Uma maior ou menor oportunidade do pesquisador de se aproximar do universo de pesquisa, ou de explorar casos ou informações relacionadas ao campo, assim como sua habilidade para apreender e traduzir o observado ou dito, são aspectos que devem incidir sobre a qualidade do produto etnográfico.

Outras limitações reconhecidas nesta tese e estas são as mais importantes, foi que me propus a estudar a inserção dos chineses no Feiraguay, contudo, se trata da maior diáspora do mundo e não se trata de um fenômeno recente. Os chineses estão em todos os lugares, e eles de fato nos ignoram, contudo, os brasileiros, onde me incluo, pelo menos no acadêmico da administração ignoram essa presença ostensivamente.

Como foi indicado no início deste texto, os chineses vem se aproximando do Nordeste e outras áreas do conhecimento como a Sociologia e a Antropologia já se deram conta deste movimento e vem desenvolvendo trabalhos sobre o tema o que não acontece no campo da Administração. Esta tese encampa inúmeros fenômenos sociais ocorridos paralelamente ao fenômeno da inserção dos chineses que ocorrem em um único centro comercial de uma cidade do interior da Bahia como o empreendedorismo, as praticas de gestão, a economia informal que movimento muito a economia local, e que não puderam ser tratado de modo mais aprofundado, mas que podem ser tratados por inúmeros métodos e lentes teóricas diferentes das utilizadas aqui.

A indicação de duas lacunas no campo dos Estudos Organizacionais, que foi a ausência de estudos sobre imigrantes de qualquer etnia em qualquer que seja a organização comercial e em especial centros comerciais mais periféricos e que normalmente não são estudados nem na graduação e a ausência de estudos sobre imigrantes chineses em centros de comércio, organização privilegiada por estes imigrantes para atuar no Brasil. Estas lacunas apontam na direção da necessidade de se elaborar uma agenda de estudos sobre o tema. O mesmo centro pode ser interpretado por inúmeras lentes teóricas, pois foram muitas as temáticas que ficaram em aberto e que não pude contemplar nesta tese.

Objetos presentes e vivos no centro que podem constituir uma agenda de estudos são: ampliação da diáspora chinesa na região Nordeste e a influência dessa diáspora nos processos de organizar em organizações de comércio ou de serviço, já que são essas as organizações preferenciais de trabalho dos chineses; as razões que levaram os chineses a mudar o movimento migratório da região Sudeste para a região Nordeste; esse movimento empobrece as dinâmicas comerciais dos chineses do Sudeste? O conceito de campo de Bourdieu (1989) pode contribuir para a compreensão de como se formam esses novos “universos possíveis” Bourdieu (1989).

É possível ainda uma investigação sobre as razões pelas quais os chineses rapidamente aprendem o português, enquanto o mesmo aprendizado não acontece com os brasileiros em relação ao mandarim e até mesmo o inglês. Vale ressaltar, aliás, que poucos imigrantes chineses ocupantes do Feiraguay dominam a língua inglesa, mas os fornecedores chineses que estão na China dominam e praticam esse idioma.

É possível também que se desenvolvam estudos usando como método a análise do discurso para compreender melhor questões que giram em torno do idioma e de outras questões culturais e identitárias que marcam fortemente a presença destes chineses no Feiraguay e, de um modo geral, no comércio da cidade. É possível observar se estas questões se repetem em outros espaços ocupados por chineses.

O *guanxi* e o *xinion*, práticas culturais de financiamento entre os chineses, embora tenham sido citados por um dos entrevistados chineses, não surgiu como um elemento de importância nesta tese, contudo, em toda a literatura pesquisada sobre os chineses, esses conceitos surgem, e uma pesquisa que pergunte sobre a importância e/ou existência do *guanxi* e do *xinion* nos processos migratórios em direção ao Nordeste se faz necessária.

Por que imigrar para Feira de Santana? Essa foi uma questão que me perseguiu durante toda a pesquisa de campo, mas que não fazia parte do meu objetivo e, portanto, não teve destaque, mas é uma questão que merece uma resposta que pode surgir de um novo estudo científico.

A esfera da ilegalidade que o Feiraguay e os chineses do local e os de fora do campo também apresentam possibilidades que podem gerar muitos estudos como: a chegada e permanência deles no país, quais estratégias que utilizam para se regularizar, qual percentual de mercadoria é ilegal? Quais são as razões para eles não cumprirem o ordenamento jurídico do Brasil, especialmente as normas da CLT?

A existência de uma máfia chinesa é uma fantasia ou, de fato, ela existe? Essa esfera da ilegalidade existe, mas é negligenciada pelo poder público? São questões ainda sem resposta e sem nenhum nível de investigação e são pesquisas que podem ser realizadas em todo o Brasil, pois, como já dito, eles estão por todos os lugares.

Os chineses do campo estudado emigraram em busca de oportunidades e foram influenciados na decisão de emigrar pelos seus ancestrais, mas se pudessem não sairiam do seu país e eles estão aqui, mas é para lá, para a China, que eles querem voltar. Será que isso ocorre com os demais imigrantes chineses que estão no Brasil? Esta também é uma questão que pode ser investigada.

REFERÊNCIAS

ABREU, Monica Cavalcanti Sá de; SOARES, Francisco de Assis; CASTRO, Felipe de; SANTOS, Sandra Maria dos; FREITAS, Ana Rita Pinheiro de. Corporate Social Responsibility In Brazil And China: An Analysis Of Sustainability Policies In Textile Firms. In: XXXVII ENANPAD, 39., 2013, Rio de Janeiro. **Anais... . Rio de Janeiro: Anpad**, 2013. p. 1 - 20.

ALCADIPANI, Rafael. Violência e masculinidade nas relações de trabalho: imagens do campo em pesquisa etnográfica. **Cadernos EBAPE.BR (FGV)**, v. 8, n. 1, p. 23-35, 2010.

ALCADIPANI, Rafael. Etnografia organizacional: Temas contemporâneos. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 2, n. 57, p.1-1, abr. 2017. Bimestral.

ALCADIPANI, Rafael; TURETA, César. Teoria Ator-Rede e Análise Organizacional: Contribuições e Possibilidades de pesquisa no Brasil. **Organização e Sociedade**, Salvador, v. 51, n. 16, p.647-664, out. 2009. Trimestral. Disponível em: <www.revistasoes.ufba.br>. Acesso em: 01 jul. 2015.

ALMEIDA, Victor Manoel Cunha de; SALIBY, Eduardo. **Evolução da Área Bruta Locável de Shopping Centers Regionais: Um estudo exploratório**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 2000, Rio de Janeiro. **Artigo**. Rio de Janeiro: Anpad, 2000. p. 1 - 17. Disponível em: <www.anpad.org.br/anais>. Acesso em: 01 ago. 2016.

ANGROSSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ARAÚJO, F. M.; ALVES, E.M.; CRUZ, M.P.. Algumas reflexões em torno dos conceitos de campo e de habitus na obra de Pierre Bourdieu. **Revista Perspectivas da Ciência e Tecnologia**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p.11-21, jan. 2009. Semestral.

AVAMFS - ASSOCIAÇÃO DOS VENDEDORES AMBULANTES DE FEIRA DE SANTANA (Feira de Santana - Bahia). **Feiraguay**. 2015. Disponível em: <www.avamfs.com.br>. Acesso em: 10 set. 2015.

ANPAD – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (Rio de Janeiro – Rio de Janeiro). 2018. Disponível em: <www.anpad.org.br>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BECARD, Danielly Silva Ramos. O que esperar das relações Brasil-China? **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, v. 19, n. 1, p.31-44, nov. 2011.

BALDINO, José Maria; DONENCIO, Maria Conceição Barbosa. O habitus professoral na constituição das práticas pedagógicas. **Revista Polyphonia**, São Paulo, v. 25, n. 1, p.261-281, jan. 2014. Semestral. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/sv/article/view/38563/19509>. Acesso em: 05 out. 2017.

BARROS FILHO, Clovis. **Por que Bourdieu escreveu tão difícil?** 2018. Aulas virtuais disponíveis na rede. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2mJtSdcUgVo>>. Acesso em: 13 fev. 2018.

BARROS FILHO, Clovis. + **memória**. 2002. Texto publicado na Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs0302200210.htm>>. Acesso em: 26 nov. 2017. Caderno Mais.

BAUER, Ana Paula Medeiros; DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavalier. A lógica produtivista e a gestão dos programas stricto sensu em administração no rio de janeiro: Uma análise partir das perspectivas teóricas de Pierre Bourdieu. In: XIX SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO - SEMEAD, 19., 2016, São Paulo. **Artigo**. São Paulo: USP, 2016. p. 1 - 18. Disponível em: <<http://login.semead.com.br/19semead/anais/arquivos/1042.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

BECKER, Fernando. O que é construtivismo. Ideias. São Paulo: FDE, n.20, p.87-93, 1993.

BOURDIEU, Pierre. *Champ intellectuel et projet créateur*. Les Temps Modernes, 1966. 246 p. _____. *Le champ scientifique*. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 2/3, jun. 1976, p. 88-104. Tradução de Paula Montero.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: Pierre Bourdieu: Sociologia. São Paulo: Ática; 1983.

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1986.

BOURDIEU, Pierre. What a make a social class: On the theoretical and practical existence of groups. **Bekerley Journal of Sociology**, v32, p1-17, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. Esboço da teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). Pierre Bourdieu/Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais. 2 ed. São Paulo: Ática, 1994.

BOURDIEU, Pierre. The social structures of the economy. Cambridge: Polity Press, 2004

BOURDIEU, Pierre. A distinção: **Crítica Social do Julgamento**. 5. ed. Porto Alegre: Zouk, 2007. 560 p. (Les sens commun)

BOURDIEU, Pierre. Sobre o Estado. Companhia das Letras: São Paulo, 2014. Tradução Rosa Freire de Aguiar

BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, n 5 Jul de 2011, p. 193-216. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n5/a08n5.pdf> Acesso em: 06 jan. 2017.

BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude. A reprodução: elementos para uma teoria dos Sistema de ensino.(Editora) Lisboa, 1970.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc; FARAGE, Samar. Rethinking the State: genesis and structure of the bureaucratic field. *Sociological Theory*, v. 12, n. 1, p. 1-18, mar, 1994.

BRANDÃO, Zaia. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.36, n.1, p. 227-241, jan/abr. 2010.

BRULON, Vanessa; PECI, Alketa. Organizações públicas e espaços às margens do Estado: contribuições para investigações sobre poder e território em favelas. **Revista Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 47, p.149-170, 17 jul. 2012. Trimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v47n6/08.pdf>>. Acesso em: 06 jan. 2015.

CAMPOS, Névio de. Epistemologia: um recorte em Pierre Bourdieu. **Inter-ação**, Goiânia, v. 2, n. 41, p.399-418, set. 2016. Quadrimestral. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/interacao/article/view/36233/21435>>. Acesso em: 31 dez. 2017.

CAMPOS, Marcio. D`olne. . Etnociência ou etnografia de saberes, técnicas e práticas? In Amorozo, M. C. M et al. (Orgs.). Métodos de coleta e análise de dados em etnobiologia, etnoecologia e disciplinas correlatas, pp. 47-92. Rio Claro, São Paulo: 2002.

CARRIERI, Alexandre de Pádua et al. Os espaços simbólicos e a construção de estratégias no Shopping Popular Oiapoque. **Caderno Ebape.br**, São Paulo, v. 6, n. 2, p.3-13, jun. 2008. Semestral. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512008000200004>>. Acesso em: 01 set. 2016.

CARRIERI, Alexandre; SARAIVA, Luiz Alex. (Org.). **Simbolismo Organizacional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2007.

CARVALHO, João Gilberto da Silva. **Em terra de papagaio dragão não se cria**: uma abordagem psicossocial da relação entre brasileiros e chineses. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v1, n2, p.165-182, dez.2011.Trimestral.

CATANI, Afrânio Mendes et al. **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017. 398 p.

CATANI, Afrânio Mendes.; PEREIRA, Gilson. As apropriações da obra de Pierre Bourdieu no campo brasileiro. **Revista Portuguesa de Educação**, Braga, v. 15, n.1, p. 05-25, 2002.

CATANI, Afrânio Mendes; CATANI, Denice Barbara; PEREIRA, Gilson. Pierre Bourdieu: as leituras de sua obra no campo educacional brasileiro. In: Maria de Lourdes Rangel Tura. (Org.). **Sociologia para educadores**. 4 ed.Rio de Janeiro: Quartet, 2006, v. , p. 127-160.

CAVEDON, Neusa Rolita. O método etnográfico em estudos sobre a cultura organizacional: Implicações positivas e negativas. In: XXIII ENCONTRO NACIONAL DE PÓS. GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 23., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: AnPAD, 1999. v. 1, p. 1 - 15. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_1999/ORG/1999_ORG8.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2016

CAVEDON, Neusa Rolita; FACHIN, Roberto Costa. Homogeneidade versus heterogeneidade cultural: Um estudo em uma universidade pública. **Organização e Sociedade**, Salvador, v.

25, n. 9, p.61-76, dez. 2002. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/osoc/v9n25/03.pdf>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

CHAMPAGNE, Patrick. Prefácio. In: BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: UNESP, 2004, p. 7-15.

CLIFFORD, James. Sobre a autoridade etnográfica. In: **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

COLEMAN, James S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v. 94, p. 95-120, 1988.

CORREIO DA BAHIA: Meca da pirataria: Feiraguay cresce em ritmo chinês e é a terceira do país em contrabando. Salvador, 18 out. 2010. Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/meca-da-pirataria-feiraguai-cresce-em-ritmo-chines-e-e-a-terceira-do-pais-em-contrabando/>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

CZARNIAWSKA, Barbara. *Organizations as obstacles to organizing*. New York: Routledge, 2013.

DA MATTA, Roberto. **A casa e a rua**. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan, 1991.

ECKERT, Cornélia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. **O tempo e a cidade**. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2005.

ESTADÃO: O maior contingente de imigrantes do mundo vem da China. Rio de Janeiro, 15 ago. 2010. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,o-maior-contingente-de-imigranteAP-do-mundo-vem-da-china-imp-,595295>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

FANTINEL, Letícia Dias. **Os significados do espaço e as sociabilidades organizacionais: Estudo de um café em Salvador**. 2012. 216 f. Tese (Doutorado) – Curso de Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/tese_final_leticia_dias_fantine1.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2016.

FEIRAGUAY quer conter invasão chinesa. *Tribuna Feirense*, Feira de Santana, p. 1, 23 out. 2015. Disponível em: <http://www.tribunafeirense.com.br/noticias/8329/feiraguai-quer-conter-invasao-chinesa.html>. Acesso em: 02 jul. 2016.

FERNANDES, Osiris Luís da Cunha et al. Um negócio da China: o discurso do guānxì nas articulações no âmbito organizacional. **Caderno Ebape**. BR, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 252-269, abr. 2014. Trimestral.

FERNANDES, Osiris Luis da Cunha et al. Guanxi como discurso inter-organizacional: Uma Análise de Discurso Inspirada nas Lógicas de Equivalência e Diferença de Ernesto Laclau. In: XXXVI ENCONTRO NACIONAL DE PÓAP-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 36., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2012. v. 1, p. 1 - 16.

Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_EOR2155.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2016.

FERREIRA, Fátima Ivone de Oliveira; LIMA, Rogerio Mendes de. (Re)descobrimo a Alteridade: reflexões sobre o ensino de Antropologia em turmas de educação básica.. In: **Reunião Brasileira de Antropologia**, 29., 2014, Rio Grande do Norte. **Artigo**. Rio Grande do Norte: Reunião Brasileira de Antropologia, 2014. p. 16 - 32. Disponível em: <[http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1401980274_ARQUIVO_\(Re\)descobrimo aAlteridadereflexoessobreoensinodeAntropologiaemturmasdeeducacaobasica.FatimaIvonedede OliveiraRogerioMendesdeLima.pdf](http://www.29rba.abant.org.br/resources/anais/1/1401980274_ARQUIVO_(Re)descobrimo aAlteridadereflexoessobreoensinodeAntropologiaemturmasdeeducacaobasica.FatimaIvonedede OliveiraRogerioMendesdeLima.pdf)>. Acesso em: 25 nov. 2017.

FLEISCHER, Soraya; BONETTI, Alinne. 7 DOSSIÊ Etnografia Arriscada: Dos limites entre vici ssitudes e “riscos” no fazer etnográfico contemporâneo. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, São Carlos, v. 1, n. 19, p.7-17, jan. 2010. Semestral. Disponível em: <<http://www.teoriaepesquisa.ufscar.br/index.php/tp/article/view/205>>. Acesso em: 15 dez. 2017.

FLORES-PEREIRA, Maria. Tereza ; CAVEDON, Neusa. Rolita. ; DAVEL, Eduardo. Explorando a dinâmica dos artefatos: a simbologia do corpo humano nas Organizações. In: CARRIERI, A.; SARAIVA, L. A.. (Org.). **Simbolismo organizacional no Brasil**. São Paulo: Editora Atlas, 2007, v. , p. -.

FIGUEIRA, Ricardo Rezende; SUDANO, Suliane; GALVÃO, Edna. Os Chineses no Rio: A Escravidão Urbana. **Brasiliana –: Journal for Brazilian Studies**, Londres, v. 2, n. 2, p.327-346, nov. 2013. Disponível em: <<https://tidsskrift.dk/bras/article/download/9759/13349>>. Acesso em: 11 jun. 2016.

FIGUEIREDO, Marina Dantas de; CAVEDON, Neusa Rolita. O espaço dos indesejáveis: A circularidade da representação de estigma em um centro comercial de Porto Alegre. **Civitas**, Porto Alegre, v. 2, n. 3, p.579-594, dez. 2012.

FIGUEIREDO, Marina Dantas de; CAVEDON, Neusa Rolita; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da. A desvalorização de grupos sociais no espaço comum de pequenas organizações: Um estudo sobre representações sociais em um centro comercial. **Organização e Sociedade: O&S**, Salvador, v. 20, n. 64, p.55-79, mar. 2013. Trimestral.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Estórias, mitos, heróis, cultura organizacional e relações do trabalho. **Revista de Administração e Empresas**, n. 27, v.4, out/dez, 1987.

FLIGSTEIN, Neil; MCADAM, Doug. **A theory of fields**. Oxford University Press, 2012.

FREITAG, Bárbara. **O indivíduo em formação: diálogos interdisciplinares sobre educação**. São Paulo: Cortez, 1994. 112p. (Questões da nossa época, 30).

FREITAS, Nacelice Barbosa. **Urbanização em Feira de Santana: influência da industrialização (1970 - 1996)**. 1998. 162 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1998.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., Rio de Janeiro, 1989.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GÓES, Allisson Gomes dos Santos. Migrações Internacionais e a Diáspora Chinesa no Nordeste. **Interfaces Científicas: Humanas e Sociais**, Aracaju, v. 3, n. 2, p.35-45, jun. 2014.

GÓES, Allisson Gomes dos Santos. Migrações Internacionais e a Diáspora Chinesa no Nordeste. **Interfaces Científicas: Humanas e Sociais**, Aracaju, v. 3, n. 2, p.35-45, jun. 2014.

GOODE, W.; HATT, P. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

GOODMAN, J. E. 2003. The Proverbial Bourdieu : Habitus and the Politics of Representation in **the Ethnography of Kabylia**. *American Anthropologist*, v. 105, n. 4, p. 782-793, Dec.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística -. **IBGE - Cidades**. Brasil: IBGE, 2014. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/3HC>>. Acesso em: 30 maio 2016.

JAIME JÚNIOR, Pedro. **Executivos negros: Racismo e diversidade no mundo empresarial**. São Paulo: Edusp, 2016.

INGOLD, Tim. Epilogue: “Anthropology is not Ethnography.” In: _____. *Being Alive*. Routledge: London and New York, 2011. p. 229-243.

IPIRANGA, Ana Sílvia Rocha. A cultura da cidade e os seus espaços intermediários: os bares e os restaurantes. **Revista de Administração Mackenzie: RAM**, São Paulo, v. 1, n. 11, p.65-91, fev. 2010. Bimestral. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-69712010000100004&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 12 dez. 2016.

JAIME JÚNIOR, Pedro. **Executivos negros: Racismo e diversidade no mundo empresarial**. São Paulo: Edusp, 2016.

JYE, Chen Tsung; SHYU, David Jye Yuan; MENEZES JUNIOR, Antonio José Bezerra de. Os imigrantes chineses no Brasil e a sua língua. **SynergiesBrésil**, São Paulo, v. 7, n. 7, p.57-64, jul. 2009.

KIRSCHBAUM, Charles. Bourdieu e Institucionalistas: jogo de luzes e sombras. In: **INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA (INSPEP)**. *Inspere Working Paper – WPE: 301/2012*. Disponível em: <http://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2013/01/2012_wpe301.pdf>. Acesso em: 28 set. 2016.

KLIKSBERG, Bernardo. **Como transformar o Estado: para além de mitos e dogmas**. [Trad. de Florindo Villa-Alvarez e Helena Ferreira]. Brasília: ENAP, 1992.

LAHIRE, Bernard. Reprodução ou prolongamentos críticos? **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 23, n. 78, p. 37-55, abr. 2002.

LEÃO, Denise Maria Maciel. Paradigmas contemporâneos de educação: Escola tradicional e Escola construtivista. **Cadernos de Pesquisa**, Fortaleza, v. 5, n. 107, p.187-206, jun. 1999. Semestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n107/n107a08.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

LEGLER, Jorge Francisco Bertinetti; CAVEDON, Neusa Rolita. Do “Templo do Consumo” a Representação Mitológica: Um Olhar Etnográfico Desconstrutivo Sobre os Ritos no Shopping Center. **Revista Interdisciplinar de Marketing: RIMAR**, Maringá, v. 2, n. 1, p.23-38, ago. 2002. Bimestral.

LETT, James. Emic-etic distinctions. In: LEVINSON, David; EMBER, Melvin (Eds.). *Encyclopedia of cultural anthropology*. New York, NY: Henry Holt and Company, 1996. p. 382-383.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Tristes tropiques**. Paris: Plon, 1955.

LIMA, Roberto. **Dados de Feira de Santana**. 2017. Elaborado pelo Centro dos Dirigentes Lojistas - CDL, seccional: Feira de Santana. Disponível em: <http://www.cdifs.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=83&Itemid=222>. Acesso em: 7 set. 2017.

LIMA, Denise Maria de Oliveira. Campo do poder, segundo Pierre Bourdieu. **Cogito**, Salvador, v. 11, n. 1, p.14-19, out. 2010. Trimestral. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/cogito/v11/v11a03.pdf>>. Acesso em: 04 out. 2017.

LIMA, Silvio Cezar de Souza. **Determinismo Biológico e Imigração Chinesa** em Nicolau Moreira: (1870-1890). 2005. 123 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História das Ciências da Saúde, Programa de Pós-graduação em História das Ciências da Saúde, Casa de Oswaldo Cruz / Fiocruz, Rio de Janeiro, 2005.

LIU, Yinping. **Glossário terminológico de comércio exterior chinês/português**. 2010. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Filosofia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo – São Paulo, 2010.

MALIGHETTI, Roberto. Etnografia e trabalho de campo: autor, autoridade e autorização de discursos. **Caderno Pós Ciências Sociais**, São Luís, v. 1, n. 1, p.109-122, jan. 2004. Semestral. Disponível em: <<http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/202/140>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

MALINOVSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. (Introdução). São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MALIGHETTI, Roberto. Etnografia e Trabalho de campo: autor, autoridade e autorização de discursos. **Pós Ciências Sociais: REPOCS**, São Luiz, v. 1, n. 1, p.109-122, jan. 2004. Semestral. Disponível em: <<http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/202/140>>. Acesso em: 1 out. 2017.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARQUES, Juliana Rodrigues; CAVEDON, Neusa Rolita; SOILO, Andressa Nunes. Comércio popular e representações sociais: o caso do Shopping do Porto em Porto Alegre. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓAP-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - EnANPAD, 2010, Rio de Janeiro. **Artigo**. Rio de Janeiro: AnPAD, 2010. p. 1 - 17.

MARQUES, Juliana Rodrigues; CAVEDON, Neusa Rolita; SOILO, Andressa Nunes. Representações sociais e comércio popular: o caso do Shopping do Porto - Porto Alegre (RS). **Revista Confluências Culturais**, v. 2, p. 47-58, 2013.

MARX, Karl. **O Capital: Crítica da economia política**. Livro I: O processo de produção do capital. Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 1987.

MATOS, A. **Chinês acusado de matar comerciante no Feiraguay é condenado a 12 anos de prisão**. Acorda Cidade, Feira de Santana, jun. 2017.

MAY, T. **Pesquisa social**. Questões, métodos e processos. 2001. Porto Alegre, Artemed.

MENDES, Luciano; CAVEDON, Neusa Rolita. A atividade de camelô como prática urbana no contexto das cidades. **Revista Brasileira de Gestão Urbana: URBE**, Curitiba, v. 4, n. 8, p.123-140, jun. 2012.

MENDES, Luciano; CAVEDON, Neusa Rolita. O mercado de camelôs e as contribuições ao desenvolvimento local de uma cidade. **Interações**, Campo Grande, v. 15, n. 2, p.341-352, dez. 2014.

MENEZES, Carla Cristina Costa de. **Made in China**: fenômeno que levou o Brasil a reconhecer a China como economia de mercado. 2010. 110 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Políticas, Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MISOCZKY, Maria Cecy et al. De Território de Consumo a Território de Luta Pela Livre Orientação Sexual: os conflitos em torno do Centro Comercial Nova Olaria (Porto Alegre). In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Artigo**. Rio de Janeiro: Anpad, 2012. v. 1, p. 1 - 15.

MONTAGNER, Miguel Ângelo; MONTAGNER, Maria Inez. A teoria geral dos campos de Pierre Bourdieu: uma leitura. **Revista Tempus Actas de Saúde Coletiva**, Brasília, v. 2, n. 5, p.255-273, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.tempusactas.unb.br/index.php/tempus/article/view/979/919>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

MORAES, Ulisses. Pierre Bourdieu: campo, *habitus* e capital simbólico. Um método de análise para as políticas públicas para a música popular e a produção musical em Curitiba (1971 1983). In: V Fórum de Pesquisa Científica em Arte, 5., 2007, Curitiba. **Anais...**

Curitiba: Embap, 2007. p. 181 - 192. Disponível em: <http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/ulisses_moraes.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2017.

MOREIRA, Vicente Deocleciano. Outras palavras – segunda fase texto, nº.2. *Sitientibus*. Feira de Santana, n, 17 p.305-335, jul/dez. 1997.

MOURA, Diogo Vilela Garcia. **Brasil e a República Popular da China no século XXI: inserção internacional e relações bilaterais em perspectiva comparada**. 2012. 135 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Políticas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife, 2012.

NASCIMENTO, Marco César Ribeiro et al. Com que cor eu vou pro Shopping que você me convidou? **Rac-eletrônica**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 8, p.245-268, out. 2014. Trimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v19nspe3/1415-6555-rac-19-spe3-00245.pdf>>

OLIVEIRA, Patrícia Medeiros de. **Formação e legalização do Feiraguay: Uma questão discursiva**. 2013. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Humanas,

OLIVEIRA, Henrique Altemani de. Brasil-China: trinta anos de uma parceria estratégica. **Revista Brasileira de Políticas Internacionais**, São Paulo, v. 47, n. 1, p.7-30, jun. 2010. Trimestral.

OLIVEIRA, Henrique Altemani de. Brasil e China: uma nova aliança não escrita? **Revista Brasileira de Políticas Internacionais**, São Paulo, v 54, n.2, p.88-105, set. 2010. Trimestral.

OLIVEIRA, Josiane Silva de. **A política emocional nas práticas de organização do circo contemporâneo: Uma etnografia multissituada no contexto Brasil-Canadá**. 2014. 296 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/96900/000917069.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 25 out. 2017.

ORTIZ, Renato (Org.). **A sociologia de Pierre Bourdieu**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1983.

ORTIZ, Renato. Globalização, modernidade e cultura. **Semear: revista da cátedra Padre Antonio Vieira de estudos portugueses**, Rio de Janeiro, 2002.

ORTIZ, Renato. **Notes on religion and globalization**. Nepanta: views form the South, Duke University Press, v. 4, 2003.

PAIVA, Dênis Mateus de. **Relações de investimentos e comércio entre o Brasil e a China no contexto da rápida expansão chinesa e da trajetória recente da economia brasileira**. 2014. 134 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia, Universidade Federal da Bahia - Ufba, Salvador, 2014.

PARKER, John. Structuration. Philadelphia, Open University Press, 2000.

PECI, Alketa. Estrutura e ação nas organizações: algumas perspectivas sociológicas. **Revista de Administração de Empresas**, v.43, n.1, jan. 2003. Trimestral.

PERDIGÃO, Denis Alves; CARRIERI, Alexandre de Pádua; SARAIVA, Luiz Alex. Das ruas para os shoppings populares: o empreendedorismo informal no discurso dos camelôs e da Prefeitura de Belo Horizonte. **Perspectiva Contemporânea**, Campo Mourão, v. 9, n. 1, p.43-58, jun. 2014. Disponível em: <<http://revista.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas>>. Acesso em: 01 set. 2016.

PETERS, Gabriel. *Habitus*, reflexividade e neo-bjetivismo na teoria da prática de Pierre Bourdieu. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 83, n. 28, p.47-71, out. 2013. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v28n83/04.pdf>>. Acesso em: 31 dez. 2017.

PINTO, Louis. **Pierre Bourdieu e a teoria do mundo social**. Fundação Getulio Vargas – FGV, Rio de Janeiro, 2000.

PINTO, Roque; ESPINHEIRA, Gey. A Bahia reimaginada: como transformar um velho entreposto comercial em um novíssimo produtor de tradições. **Naya: Notícias de Antropología y Arqueología, América Latina**, v. 5, n. 8, p.1-1, 05 dez. 2002. Disponível em: <http://www.equiponaya.com.ar/turismo/congreso/ponencias/roque_pinto.htm>. Acesso em: 27 fev. 2017.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Made in China: Produção e Circulação de Mercadorias no Circuito China-Paraguai-Brasil**. 2008. 332 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, UFRGS, Porto Alegre, 2008. Cap. 5.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Fazendo *guanxi*: dádivas, etiquetas e emoções na economia da China pós-Mao. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p.99-130, jan. 2011.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. A ética confucionista e o espírito do capitalismo: narrativas sobre moral, harmonia e poupança na condenação do consumo conspícuo entre chineses ultramar. **Horizonte Antropológico**, Porto Alegre, v. 13, n. 28, p.145-174, jul. 2007. Semestral.

PRENSKY, Marc. **Entrevista sobre os nativos digitais**. Entrevista cedida para o Jornal Folha de São Paulo em:03/10/2011. Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/educacao/2011/10/983798-leia-entrevista-do-autor-da-expressao-imigranteAP-digitais.shtml>>. Acesso em: 31 dez. 2017.

RÊGO, Jânio; RÊGO, Daniel. **O que é que o Feiraguay tem?** Empresas de chineses são familiares, mas também empregam feirenses. 2013. Disponível em: <<http://blogdafeira.com.br/home/2013/12/12/chineseAP-no-feiraguai/>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

ROSA, Milton; OREY, Daniel Clark. O campo de pesquisa em Etnomodelagem: as abordagens êmica, ética e dialética. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 4, n. 38, p.865-879, dez. 2012. Trimestral.

ROSA, Alexandre Reis; TURETA, César; PAÇO-CUNHA, Elcimar. Estudos Críticos e Pesquisa Organizacional: Uma Proposta Teórico-Metodológica a Partir da Análise Crítica do Discurso e da Teoria do Discurso de Pierre Bourdieu. In: EnANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006

ROSA, Alexandre Reis; BRITO, Mozar José de. ENSAIO SOBRE VIOLÊNCIA SIMBÓLICA NAS ORGANIZAÇÕES. **Organização e Sociedade: O&S**, Salvador, v. 51, n. 16, p.629-646, dez. 2009. Trimestral. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaoes/article/view/11083/7996>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

RYLE, Gilbert. **The Concept of Mind**, Nova York: Routledge, 1949.

SÁ, Marcio. NO AGRESTE COM BOURDIEU (2007-2016): Pistas para pesquisa sobre gente e negócios em contexto periférico. In: VI COLÓQUIO INTERNACIONAL DE EPISTEMOLOGIA E SOCIOLOGIA DA CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO, 6., 2017, Florianópolis. **Artigo**. Florianópolis: Anais, 2017. v. 1, p. 1 - 19. Disponível em: <<http://coloquioepistemologia.com.br/site/wp-content/uploads/2017/04/ADE0549.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

SANTANA, Élcio Eduardo de Paula; AKEL SOBRINHO, Zaki. O Interpretativismo, Seus Pressupostos e Sua Aplicação Recente na Pesquisa do Comportamento do Consumidor. In: I ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO - EnEPQ, 1., 2007, Pernambuco. **Artigo**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. v. 1, p. 1 - 10. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ENEPQ313.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

SANTOS, Alana Alves; CARMO, Ângela Telma Rosa do. **Flexibilidade do Capital e Produção do Espaço: A inserção dos chineses no setor terciário da cidade de Vitória da Conquista - Bahia**. 2012.

SANTOS, Leandro Teixeira dos. **Os investimentos externos diretos chineses para o Brasil no século XXI: desafios e oportunidades**. 2014. 186 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, 2014.

SANTOS, Milton; SOUZA, Moraes. (org.) **A construção do espaço**. São Paulo, Nobel, 1986.

SANTOS, Leonardo Lemos da Silveira; ALCADIPANI, Rafael. Por uma epistemologia das práticas organizacionais: uma contribuição de Theodor W. Adorno. **Revista Organizações e Sociedade**, v.22, n.72, p.79-98, jan./mar., 2015.

SARAIVA, Luiz Alex; CARRIERI, Alexandre de Pádua; SOARES, Ari de Souza. Territorialidade e identidade nas organizações: o caso do Mercado Central de Belo Horizonte. **Revista de Administração Mackenzie: RAM**, São Paulo, v. 2, n. 15, p.97-126, abr. 2014.

SCHLICKMANN, Raphael; OLIVEIRA, Maurício Roque Serva de; MELO, Pedro Antônio de. ADMINISTRAÇÃO UNIVERSITÁRIA: DESVENDANDO O CAMPO CIENTÍFICO NO BRASIL. **Revista de Gestão Universitária da América Latina:**

G.U.A.L., Florianópolis, v. 3, n. 7, p.160-187, set. 2014. Semestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2014v7n3p160/28260>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu. **Revista Brasileira de Educação: uma leitura contemporânea**, São Paulo, v. 20, n. 1, p.60-73, maio 2002. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05>>. Acesso em: 07 nov. 2017.

SHENG, HsiaHua. **Modelos de Financiamento Baseados em Relações Pessoais: Experiência de Empreendedores Chineses no Brasil**. RAC, Curitiba, v. 12, n. 3, p 741-761, jul/set. 2010.

SILVA, Jean Barros. Negócios com Japão, Coréia do Sul e China:: economia, gestão e relações com o Brasil. **Revista de Administração Contemporânea - Rac**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p.348-349, abr. 2010. Trimestral.

SILVA, Lindomar Pinto. **A influência da reforma gerencial sobre a cultura de uma organização pública: A Secretaria da Fazenda do estado da Bahia em análise**. 2011. 382 f. Tese (Doutorado) – Doutorado em Administração, Núcleo de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Bahia, 2011. Disponível em: http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/lindomar_pinto_da_silva.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2017.

SILVA, Lindomar Pinto; COSTA, Freitas Luciana; SOUZA, Silva Janayna. Ensino superior, mobilidade social e dominação: Uma análise à luz dos conceitos de Bourdieu e da teoria institucional. **RACE: Revista de Administração e Economia**, v.14, p.1145-1174, 2015.

SILVA, Andréa Oliveira de Carvalho e; YEN-TSANG, Chen. Tem Comida Chinesa no Prato dos Brasileiros: Como Empreendem os Imigrantes Chineses no Brasil?. In: XXXIX ENANPAD, 39., 2015, Belo Horizonte. **Anais... .** Belo Horizonte: Anpad, 2015. p. 1 - 11.

SILVA, Lindomar Pinto et al. *Habitus*, Capitais e Práticas de Estudantes de Ensino Superior: uma relação inquietante e esquecida pelas instituições de ensino. **Meta: Avaliação**, Rio de Janeiro, v. 7, p.141-174, jan. 2015.

SILVA, Lindomar Pinto et al. Educação superior, mobilidade social e expectativa profissional: uma análise à luz da sociologia da educação. **Gestão e Planejamento**, Salvador, n. 16, p.58-75, jun. 2015.

SILVA, Lindomar Pinto et al. Educação Superior, *Habitus*, Expectativas e Práticas: Uma Reflexão a Partir da Percepção de Alunos e Egressos de Instituições de Ensino Superior em uma Região no Estado da Bahia. In: XXXIX ENCONTRO NACIONAL DE PÓAP-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 2015, Rio de Janeiro. **Anais....** Rio de Janeiro: Anpad, 2015. p. 1 - 15.

SILVA, Lindomar Pinto et al. O Papel das Instituições de Ensino Superior na Transformação das Classes Sociais de Estudantes de Cursos de Administração em Regiões Distantes dos Centros do Brasil: uma Análise à luz dos Conceitos de Bourdieu e da Teoria Institucional. In:

XIII ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS - ENEO, 2014, Gramado. **Anais....** Gramado: ANPAD, 2014. v. 1, p. 2 - 16.

SILVA, Lindomar Pinto et al. HABITUS, ESCOLHAS E PRÁTICAS DE ESTUDANTES DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR EM UMA REGIÃO DA BAHIA: IGUALANDO OPORTUNIDADES. In: XVII SEMEAD, 17, 2014, São Paulo. **Anais... .** São Paulo: USP, 2014. v. 1, p. 3 - 17.

SILVA, Lindomar Pinto; DIAS, Luciana Freitas; CASTRO, Miguel Rivera. EDUCAÇÃO SUPERIOR E HABITUS: UMA REFLEXÃO A PARTIR DA PERCEPÇÃO DE ALUNOS EM UMA REGIÃO NO ESTADO DA BAHIA. In: XVII SEMEAD, 17, 2014, São Paulo. **Anais....** São Paulo: USP, 2014. v. 1, p. 56 - 67.

SILVA, Lindomar Pinto; DIAS, Luciana Freitas; SOUZA, Janayna. Políticas Públicas de Ensino Superior: Fragilidades na Avaliação e Dificuldades para os Seus Beneficiários no Mercado de Trabalho. In: VI ENCONTRO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DA AnPAD, 6, 2014, Belo Horizonte. **Anais... .** Belo Horizonte: ANPAD, 2014. v. 1, p. 67 - 80.

SILVA, Lindomar Pinto; ALFAYA, Taiz. Um Estudo Sobre os Efeitos do Ensino Superior na Mobilidade Social de Estudantes de Administração da Região de Feira de Santana. In: XV SEMEAD, 15, 2012, São Paulo. **Anais... .** São Paulo: USP, 2012. v. 1, p. 76 - 89.

SILVA, Lindomar Pinto; ALFAYA, Taiz Vieira; FREITAS, Luciana Dias. Educação Superior e Mobilidade Social: uma análise à luz da Sociologia da Educação e da Teoria Institucional. In: 8TH IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT, 8, 2013, São Paulo. **Anais... .** São Paulo: Ibero Academy Mangement, 2013. v. 1, p. 64 - 84.

SILVA, Manuela Ramos da. **História Organizacional da ENAP:** Uma análise dos papéis desempenhados e das competências organizacionais desenvolvidas. 20017. 211 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Núcleo de Pós Graduação em Administração da UFBA - NPGA, Universidade Federal da Bahia - UFBA, Salvador, 2017. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/manuela_ramos_da_silva_0.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2017.

SILVA, Marcos de Araújo. **Guanxi nos trópicos:** um estudo sobre a diáspora chinesa em Pernambuco. 2008. 1 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia, Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife, 2008. Cap. 4.

SILVA, Victor Gabriel Almeida Alves da. A experiência de inserção de trabalhadores migrantes chineses no mercado de trabalho piauiense como um dos efeitos do imperialismo chinês no mundo. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA - ANPUH, 27., 2013, Natal. **Artigo.** Natal: AnPUH, 2013. v. 1, p. 1 - 9.

SILVEIRA, Priscila Ricardo dos Santos da. **Improviso na prática da produção do desfile carnavalesco de uma escola de samba.** 2015. 154 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2015. Disponível em: <http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_10326_Dissertação_Silveira_PPGADM.pdf>. Acesso em: 18 set. 2017.

SOARES, João Batista Neto; SILVA, Anielson Barbosa da; MACHADO, André Gustavo Carvalho. Os Chineses estão chegando! O que fazer com meu marketing mix?: O caso Daramadhes & Cia Ltda. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p.147-171, fev. 2014. Bimestral.

STREHLAU, Suzane. A Teoria do Gosto de Bourdieu Aplicada ao Consumo de Marcas de Luxo Falsificadas. Suzane Strehlau. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓAP-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - EnANPAD, 5., 2005, Rio de Janeiro. **Artigo**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2005-mkta-2097.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

SWARTZ, D. Bringing Bourdieu`s master concepts into organizational analysis. *Theory and Society*, v. 37, p. 45-52, 2008.

TERRAY, Eduard. Proposta sobre a violência simbólica. In: ENCREVÉ, P; LAGRAVE, R. (Orgs.) *Trabalhar com Pierre Bourdieu*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. p.303-8

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Pierre Bourdieu: A teoria na prática. **Revista de Administração Pública**, São Paulo, v. 40, n. 1, p.27-53, jan. 2006. Online. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n1/v40n1a03.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

TIM, May. **Pesquisa social**. Questões, métodos e processos. 2001. Porto Alegre, Artemed.

TORRES, Claudio V. et al. Brazilian jeitinho versus Chinese Guanxi: investigating their informal influence on international business. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 16, n. 4, p.77-99, jul. 2015. Bimestral.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a Pesquisa Qualitativa em Educação** – O Positivismo, A Fenomenologia, O Marxismo 5 ed. 18 reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

TUAN, Yi-Fu. *Space and Place: Humanistic Perspective*. Progress in Geography.V 1, nº 6, 1975.

TURETA, César; ALCADIPANI, Rafael. Entre o observador e o integrante da escola de samba: os não-humanos e as transformações durante uma pesquisa de campo. **Revista de Administração Contemporânea - Rac**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 15, p.209-227, abr. 2011. Bimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n2/v15n2a04.pdf>>. Acesso em: 1 out. 2016.

WACQUANT, Loïc. *Uma invitación a la sociologia reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2005.

WACQUANT, Loïc. Três etapas para uma antropologia histórica do neoliberalismo realmente existente. **Caderno CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, p.505-518, dez. 2012. Trimestral.

WACQUANT, Loïc. Seguindo Pierre Bourdieu no campo. **Revista Sociológica e Política**, Curitiba, v. 26, n. 1, p.13-29, jun. 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rsocp/n26/a02n26.pdf>. Acesso em: 12 set. 2014.

WACQUANT, Loïc. O corpo, o gueto e o Estado penal: Entrevista com Loïc Wacquant. **Etnográfica: Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia, Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**, Lisboa, v. 12, n. 2, p.455-486, nov. 2008. Dossiê. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/etnografica/1811#tocto1n2>>. Acesso em: 13 out. 2018.

WACQUANT, Loïc. Esclarecer o *Habitus*. **Educação e Linguagem**, São Paulo, v. 16, n. 10, p.63-71, jun. 2007. Semestral. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistaAP-ims/index.php/EL>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

WACQUANT, Loïc. Bourdieu and class issues: symbolic capital and social classes. **Journal of Classical Sociology**. New York, v. 13, n. 2, p.105-117. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n96/a08n96.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

WACQUANT, Loïc. 2006. Shadowboxing with Ethnographic Ghosts: a rejoinder. *Symbolic Interaction*, 28-3, summer, p. 441-447. (response to the symposium on *Body and Soul*).

WACQUANT, Loïc. 1985. *L'École inégale. Éléments de sociologie de l'enseignement en Nouvelle-Calédonie*. Paris and Nouméa : Editions de l'ORSTOM with the Institut Culturel Mélanésien.

WACQUANT, Loïc. The body, the ghetto and the Penal State, 2008. Disponível em: <http://loicwacquant.net/assets/Papers/BODYGHETTOPENALSTATE.pdf>

WANG, Yanyi; FARIA, Marina Dias de; CARVALHO, José Luis Felício. Investimento externo direto chinês no Brasil: motivações, desafios e perspectivas. **Internext**, São Paulo, v. 2, n. 8, p.1-21, ago. 2013. Semestral. Disponível em: <<http://internext.espm.br/index.php/internext/article/view/153/149>>. Acesso em: 01 jun. 2016.

YOKATA, Paulo. **Tentando aproximar a Ásia da América do Sul e vice-versa: Importância da Diáspora chinesa pelo mundo**. 2014. Portal indexado Ásia comentada. Disponível em: <<https://www.asiacomentada.com.br/2014/02/importancia-da-dispora-chinesa-pelo-mundo/>>. Acesso em: 26 jan. 2017.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES BRASILEIROS

- 1 – Como surge o Feiraguay e qual a importância do Feiraguay para a cidade?
- 2 – Há algum tipo de interferência do município no Feiraguay? Como a prefeitura lida com o comércio informal? Qual nível de diálogo?
- 3 – Há um dado do IBGE que indica que o comércio é apenas a 4 atividade da cidade (...)
- 4 – Você percebe a presença chinesa no Feiraguay? Quando começou a perceber?
- 5 – Qual a sua opinião sobre a presença chinesa no Feiraguay?
- 7 – Você está de acordo com a normativa que proíbe a chegada de novos comerciantes chineses no Feiraguay?
- 8 - Em algum momento, os chineses interferiram no cotidiano dos feirenses?
- 9 Há algum nível de interação entre o município e esses imigrantes chineses?
- 10 Eles são legalizados?
- 11 Como você acha que eles vieram?
- 12 Há fiscalização por parte do Estado?
- 13 Qual a sua opinião sobre a presença dos chineses / você imagina o Feiraguay sem os chineses?

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES CHINESES

- 1 De qual região da China você vem?
- 2 É uma cidade da zona rural ou da zona urbana?
- 3 O Brasil sempre foi a sua primeira opção? Se sim, qual a razão?
- 4 Qual a sua principal razão para sair da china?
- 5 Faz quanto tempo que emigrou?
- 6 Por que o Brasil, o Nordeste, Feira de Santana e o Feiraguay?
- 7 Por que decidiu emigrar?
- 8 Você veio com o objetivo de empreender?
- 9 Sua família lhe acompanhou?
- 10 Você conhece os outros chineses desde quando?
- 11 Possuem relações prévias?

O objetivo dessas perguntas é compreender a razão pelas quais eles vieram a Feira e se há algum tipo de organização para além do Guanxi.

- 12 Você veio financiado pelo Guanxi?
- 13 Quanto tempo demorou para honrar com o seu Guanxi?
- 14 Qual o tempo médio as pessoas demoram para pagar o Guanxi?
- 15 Os demais chineses também vieram por meio do Guanxi?

Essas perguntas tem o objetivo de identificar como eles se organizam e se e mesmo o Guanxi que traz a todos.

- 16 Quais os produtos você comercializa?
- 17 Porque escolheu tais produtos
- 18 Como e a sua relação com os comerciantes brasileiros?
- 19 Qual a sua opinião sobre a decisão da AVAMFS de impedir o estabelecimento de novos chineses no Feiraguay?
- 20 Feira de Santana foi acolhedora com você?
- 21 Pretende voltar a China de vez? Quando?

As últimas perguntas tem o objetivo de analisar as relações dos chineses com os brasileiros no Feiraguay.

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES/
DISTRIBUIDORES

Essas perguntas dizem respeito a presença dos chineses no Feiraguay e deverá me auxiliar no cumprimento do objetivo de analisar a presença dos chineses no Feiraguay.

- 1 -O Feiraguay é importante para você de qual ponto de vista? (econômico, pessoal, social e cultural)
- 2 Como começou a sua história aqui no Feiraguay?
- 3 Há quanto tempo está aqui?
- 4 A sua atuação é exclusivamente de distribuidor?
- 5 Quantos boxes você atende?

Essas perguntas servem para compreender a função de distribuidor

- 6 Você percebe a presença chinesa no Feiraguay? Quando começou a perceber?
- 7 Qual a sua opinião sobre a presença chinesa no Feiraguay?
- 8 O que mais lhe chama a atenção neles?
- 9 Você está de acordo com a normativa que proíbe a chegada de novos comerciantes chineses no Feiraguay?
- 10 Você negocia com os chineses?
- 11 Se sim, como você descreveria essa negociação?
- 12 Você tem relações pessoais com os chineses?
- 13 Sabe como eles chegaram aqui?
- 14 Como você acha que eles chegam aqui em Feira?
- 15 Como eles se organizam aqui?

APÊNDICE D - DEMAIS IMAGENS DO FEIRAGUAY

Boxe em liquidação após o carnaval de 2017



Produtos do boxe da S-20



Bonés falsificados.



Esta é a AP-3, filha da AP-2.



Imagem de uma venda de brinquedos no atacado de um boxe do Feiraguay

