

103

*A Poética do Mercado Público:
Gritos de Vendedores no México e em Cuba*

Richard Bauman

2008

Universidade Federal de Santa Catarina

Reitor: Álvaro Toubes Prata

Diretora do Centro de Filosofia e Ciências Humanas: Roselane Neckel

Chefe do Departamento de Antropologia: Márnio Teixeira Pinto

Coordenadora Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social: Sônia Weidner Maluf

Sub-Coordenadora: Esther Jean Langdon

ANTROPOLOGIA EM PRIMEIRA MÃO

Editores responsáveis

Rafael José de Menezes Bastos

Miriam Furtado Hartung

Comissão Editorial do PPGAS Alberto Groisman
Ilka Boaventura Leite
Marcos Aurélio da Silva
Miriam Furtado Hartung
Oscar Calávia Sáez
Rafael José de Menezes Bastos
Sônia Weidner Maluf
Tatiane Scoz
Vânia Zikán Cardoso

Projeto Gráfico e Editoração Marcos Aurélio da Silva

Conselho Editorial

Alberto Groisman – Aldo Litaiff – Alicia Castells
Ana Luiza Carvalho da Rocha – Antonella M. Imperatriz Tassinari
Carmen Silvia Rial – Deise Lucy O. Montardo – Esther Jean Langdon
Ilka Boaventura Leite – Maria Amélia Schmidt Dickie – Maria José Reis
Márnio Teixeira Pinto – Miriam Furtado Hartung – Miriam Pillar Grossi
Neusa Bloemer – Sônia Weidner Maluf – Theophilos Rifiotis
Vânia Zikán Cardoso

Solicita-se permuta/Exchange Desired

As posições expressas nos textos assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Antropologia em Primeira Mão

2008

Antropologia em Primeira Mão é uma revista seriada editada pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Visa à publicação de artigos, ensaios, notas de pesquisa e resenhas, inéditos ou não, de autoria preferencialmente dos professores e estudantes de pós-graduação do PPGAS.

Copyright

Todos os direitos reservados. Nenhum extrato desta revista poderá ser reproduzido, armazenado ou transmitido sob qualquer forma ou meio, eletrônico, mecânico, por fotocópia, por gravação ou outro, sem a autorização por escrito da comissão editorial.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without the written permission of the publisher.

Antropologia em primeira mão / Programa de Pós Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis : UFSC / Programa de Pós Graduação em Antropologia Social, 2008 - v. 103 ; 22cm

Irregular
ISSN 1677-7174

1. Antropologia – Periódicos. I. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós Graduação em Antropologia Social.

Toda correspondência deve ser dirigida à
Comissão Editorial do PPGAS
Departamento de Antropologia,
Centro de Filosofia e Humanas – CFH,
Universidade Federal de Santa Catarina
88040-970, Florianópolis, SC, Brasil
fone: (48) 3721-9364 ou fone/fax (48) 3721-9714
e-mail: ilha@cfh.ufsc.br
www.antropologia.ufsc.br

*A Poética do Mercado Público:
Gritos de Vendedores no
México e em Cuba**

Richard Bauman

Indiana University, Bloomington
bauman@indiana.edu

Tradução: **Isabel Santana de Rose**
Universidade Federal de Santa Catarina
belderose@yahoo.com.br

* Palestra ministrada no colóquio **Antropologias em Performance**, na Universidade Federal de Santa Catarina, em 28 de maio de 2009. Revisão da Tradução: Vânia Z. Cardoso (UFSC), vaniazcardoso@gmail.com.

Resumo

Neste ensaio traço a trajetória do desenvolvimento da poética em ação ao examinar a forma e função dos chamados [calls] de vendedores de rua e de mercado. Começo com uma consideração da função poética na produção e uso de chamados em mercados no México, na medida em que servem para acelerar a venda de comodidades, e depois me volto para a poética de uma forma cognata, o pregón em Cuba, no qual a função poética alcança maior proeminência, sobrepondo-se, em certos momentos, à agenda prática de anunciar os bens à venda e aproximando-se de uma performance completa – isto é, uma exibição virtuosa. Por fim, examino La Caserita, “A Dona de Casa”, um són-pregon inteiramente divorciado da venda de bens nos espaços públicos dos mercados e ruas, re-enquadrada como uma forma de performance completa, na qual é a própria performance gravada que se torna a comodidade à venda.

Palavras chaves: performance; poética; prática discursiva; mercado público; México; Cuba.

Abstract

In this paper, I have traced a developmental trajectory of poetics in action by examination of the form and function of market and street vendors’ calls. Beginning with a consideration of the poetic function in the production and use of Mexican market calls as they serve to expedite the sale of commercial goods, I turn next to the poetics of a cognate form, the pregón, in Cuba, in which the poetic function attains greater prominence, subsuming at times the practical agenda of announcing the goods for sale and approaching full performance—that is, virtuosic display. And finally, I examine La Caserita, ‘The Housewife’, a son-pregon divorced entirely from selling goods in the public spaces of markets and streets and rekeyed as a full performance form, in which the recorded performance itself becomes the commodity for sale.

Keywords: performance; poetics; discursive practice; public markets; México; Cuba.

Ao longo das últimas décadas, abordagens da análise cultural e social orientadas pela noção de performance atingiram um lugar relevante no repertório teórico da antropologia e disciplinas adjacentes, incluindo folclore, linguística, *cultural studies* e estudos de comunicação, muitas vezes fornecendo uma base para trabalhos de síntese que juntam conceitos e perspectivas que atravessam o espectro disciplinário (Auslander, 2003). O amplo alcance das abordagens orientadas pela noção de performance, porém, e sua complementaridade de aplicação, muitas vezes obscurece diferenças significativas entre elas, no tocante às suas raízes intelectuais, à gama de fenômenos culturais e sociais aos quais dirigem sua atenção, e aos problemas analíticos que são mais adequadas para iluminar. Para conceitualizar minha abordagem com relação aos materiais que quero discutir hoje, identificaria três concepções principais de performance que figuram de maneira proeminente nos trabalhos antropológicos; uma dessas concepções está profundamente enraizada na teoria social moderna enquanto as outras entraram no repertório antropológico como parte da virada discursiva que tem predominado na antropologia sócio-cultural desde os anos 70.

Dessas três abordagens, a mais antiga dentro da antropologia enfoca a performance como um evento de tipo especial e marcado, tal como rituais, festivais, feiras, espetáculos, mercados, e assim por diante, chamados na literatura variadamente como “performances culturais” (Singer, 1972), “eventos de *display*” (Abrahams, 1981) ou “encenações” [*enactments*] (Abrahams, 1977). A concepção central nesta abordagem é que as performances culturais são ocasiões nas quais os significados e valores mais profundos de uma sociedade recebem forma simbólica, são corporificados, performados e exibidos perante uma audiência para contemplação, manipulação, intensificação ou experimentação. A linha de inquérito que dirige atenção a eventos deste tipo está enraizada na tradição intelectual de Émile Durkheim. Durkheim, como vocês devem lembrar, especialmente nas *Formas elementares da vida religiosa* (2001 [1912]), vê a prática ritual como a base da consciência coletiva, sugerindo, portanto que os rituais e eventos similares fornecem uma perspectiva privilegiada sobre a

sociabilidade humana. As performances culturais são profundamente reflexivas, na medida em que são formas culturais sobre a cultura, formas sociais sobre a sociedade; elas são memoráveis e replicáveis, servindo assim como mecanismos de continuidade cultural; e são notavelmente eficazes em constituir públicos, disseminar conhecimento, elicitar comprometimentos e envolvimento participativos, levando as pessoas à ação, e mais.

A segunda perspectiva sobre performance, que opera sob a rubrica da “performatividade”, deriva do trabalho do filósofo da linguagem inglês J. L. Austin, e foi desenvolvida mais plenamente em seu trabalho seminal *How to do things with words* (1962). Numa correção crítica às concepções da linguagem como um instrumento para a transmissão do significado de mente para mente, Austin insistiu que além da comunicação de significados, todos os enunciados têm força de ação; eles fazem algo, encenam [*perform*] uma ação de um tipo particular. Austin chamou isto de “força ilocucionária” de um enunciado. De maneira semelhante, todos os enunciados têm efeitos no mundo, eles fazem coisas acontecer: o que Austin chamou de seus “efeitos perlocucionários”. Em uma aplicação influente, por exemplo, a acadêmica feminista Judith Butler (1990) sustenta que o gênero é performativo, ou seja, não se trata de uma qualidade essencial ou inerente à uma pessoa, mas é efetivado por atos discursivos que são constitutivos das identidades de gênero.

A terceira linha está centrada na performance como uma comunicação habilidosa [*artful communication*], ou seja, na poética da performance. É a esta linha que dediquei a maior parte do meu próprio trabalho e que enfocarei no restante deste texto (Bauman, 1977, 1986, 1992, 2004; Bauman e Braid, 1998; Bauman e Briggs, 1990; Stoeltje e Bauman, 1988). Todavia, enquanto destaco a poética da performance, com uma ênfase especial nas relações que ligam a forma linguística, a função social e o significado cultural, também prestarei atenção ao que se segue à performance cultural, na medida em que meu estudo está centrado em mercados públicos, e à performatividade, na medida em que estou preocupado com a poética na ação, como uma maneira de fazer coisas com palavras.

Abordo a poética, como de fato todas as formas de linguagem, a partir da perspectiva da antropologia linguística. Isso significa dizer

que, enquanto a organização da linguagem como um sistema formal permanece um aspecto fundamental do meu trabalho, estou interessado principalmente na linguagem em uso, como um equipamento para a vida. Meu método é etnográfico: a investigação empírica das maneiras como os atores sociais usam a linguagem como um recurso para a efetivação de suas vidas sociais. Dentro do ramo da antropologia linguística que tenho cultivado, é proeminente o trabalho do Círculo Linguístico de Praga, mediado para os Estados Unidos pelo grande linguista russo Roman Jakobson. A concepção de poética que tem guiado meu trabalho tem uma considerável dívida para com a teoria linguística e literária da Escola de Praga, principalmente o trabalho de Jakobson (1960, 1966, 1968, 1971) e de seu colega Jan Mukarovsky (1964 [1948], 1977a, 1977b), ao mesmo tempo em que se distancia desses antecedentes por seu compromisso antropológico primário com a comunicação como uma prática social e com um enquadre referencial discursivo, ao invés de um referencial primariamente linguístico ou literário. Isto equivale a dizer que estou interessado na prática discursiva, na linguagem em ação.

Na linhagem intelectual à qual me filiei, *toda* poética é poética em ação, na medida em que toda expressão linguística é situada, socialmente constitutiva e polifuncional. Ou seja, toda poética é performativa. Somado ao trabalho de referência e predicação, ainda comumente considerado como a função primária da linguagem, qualquer ato de expressão serve ao mesmo tempo para dar voz ao falante que o produz, estabelecer contato com seus destinatários e outros receptores, trazer à tona efeitos no mundo, instanciar a linguagem na qual está codificado, olhar para os discursos anteriores, antecipar discursos futuros, e chamar atenção para as propriedades do próprio ato de expressão. Certamente, enquanto todos esses aspectos ou funções estão sempre presentes, eles não são igualmente relevantes em qualquer ato discursivo dado. Como explorado por Jakobson em uma série de escritos fundacionais (1960, 1971), as funções são manifestadas em hierarquias de dominância que mudam de um contexto de uso para outro.

A função poética reside em destacar as características formais do ato de expressão de tal maneira que elas chamem atenção para si

mesmas, ou seja, para as propriedades e a organização formal do próprio ato de fala. A manifestação da função poética pode ser efêmera, até involuntária, mas a manipulação deliberada das propriedades formais e da composição de um ato de expressão serve como um dos principais meios de transformar um trecho de discurso em texto – destacado de seus arredores discursivos, internamente coesivo, semanticamente coerente – um objeto discursivo que pode ser extraído de seu contexto de produção originário e recontextualizado para outros fins funcionais em outro contexto. Podemos reservar o termo “poesia” para textos nos quais a função poética é plenamente dominante, e nos quais as funções referenciais ou fáticas (contato) ou retóricas são subordinadas à sistematização poética do texto. Em outras instâncias, porém, a função poética, mesmo sendo relevante, pode estar a serviço de, ou ligada a outras funções orientadas para a efetivação prática de outros fins sociais. Mukarovsky, por exemplo, chama nossa atenção para a poética das propagandas, na qual “uma sequência de sons eufônica..., um padrão sintático não usual... e outros, são designados para atingir diretamente a atenção do leitor, para atraí-lo primeiro para as palavras usadas e então para a coisa anunciada,” ressaltando a inter-relação entre a função poética e outras funções “práticas” (Mukarovsky 1964:39). Direcionarei o restante deste trabalho com base na observação de Mukarovsky com relação à poética prática das propagandas, mas enquanto Mukarovsky dirige nossa atenção para os anúncios impressos, produzidos para serem lidos, vou focar uma forma mais imediata de propaganda – ou proto-propaganda – que mistura a poética com o comercial, isto é, as propagandas orais dos vendedores nas ruas e nos mercados, direcionadas mais para o ouvido do que para os olhos dos fregueses em potencial. Os mercados públicos, podemos dizer, são cenas de performance cultural: eventos destacados, intensificados e participativos nos quais o valor é materializado e colocado em exibição.

Enfoco esses materiais por diversas razões. Primeiro, enquanto as dimensões poéticas da propaganda moderna – digamos, da metade do século 19 em diante – têm sido o foco de uma série de estudos, existem diferenças significativas entre os gritos¹ dos vendedores

¹ N.T.: Ao longo do texto, o autor usa duas palavras distintas para se referir à essa forma discursiva: *cries*, traduzido como “gritos” (seguindo o termo original em

nos mercados tradicionais e nas ruas e a propaganda comercial moderna, por causa das diferentes relações de produção, distribuição e consumo. Desta maneira, a análise dos meios mais tradicionais de anunciar os produtos à venda estende nosso conhecimento sobre as relações entre palavras, coisas e trocas na vida social. Além disso, enquanto muitos observadores têm notado as qualidades poéticas dos gritos dos vendedores de rua e dos mercados, nesta literatura existem poucas análises atentas e detalhadas, baseadas em material etnográfico, da poética dos anúncios orais/auditivos em relação com as funções práticas associadas a estas formas comerciais. Finalmente, além da ampliação do registro, o *corpus* de materiais que vou examinar possibilita um olhar especialmente interessante sobre como as qualidades poéticas da conversa comercial tradicional podem assumir diferentes graus de relevância funcional conforme os textos comerciais são transpostos de um contexto para outro.

O primeiro conjunto de exemplos que vou examinar na discussão a seguir é parte de um *corpus* de materiais etnográficos que gravei no mercado semanal que acontece às terças-feiras em San Miguel de Allende, no estado de Guanajuato, México.² Em outros lugares, em uma análise dos gritos de mercado que constituem uma parte proeminente da paisagem sonora do mercado, distingui entre o que rotulei como “chamados” [*calls*] e “conversas de vendedor” [*spiels*]³, pólos contrastantes no continuum discursivo dos gritos de mercado (Bauman 2004:58-81). Os primeiros, chamados de *gritos* no México, são enunciados breves, condensados e que seguem uma fórmula, sendo criados para capturar a atenção de compradores potenciais num mercado onde os arranjos espaciais podem mudar consideravelmente de semana em semana e onde pode haver vários vendedores do mesmo produto. Esses chamados transmitem informações relevantes sobre as comodidades à venda, incluindo principalmente quanto custam, e induzem consumidores em potencial a fazerem uma com-

espanhol que aparece no texto) e *calls*, traduzido como chamados.

² Esses dados foram registrados em seis ocasiões, entre dezembro de 1985 e janeiro de 1989.

³ NR: *Spiels* tem o mesmo sentido que a expressão “papo de vendedor”, referindo-se a uma conversa que tenta seduzir ou convencer um ouvinte.

pra. Os chamados geralmente são empregados por vendedores de comodidades relativamente cotidianas ou de baixo custo, tais como comida, pilhas, materiais para costura, roupas usadas ou coisas do gênero, o tipo de coisas que fazem parte de compras relativamente rotineiras. As conversas de vendedor, por outro lado, são empregadas pelos vendedores de bens relativamente mais caros, comprados com pouca frequência e que requerem decisões que envolvem maior consideração. Elas são mais longas, contínuas, menos estereotipadas e formal e retoricamente mais complexas que os chamados, frequentemente incorporando outros gêneros – tais como ditados ou narrativas – em sua estrutura.. Para os propósitos desse texto, vou me concentrar na parte dos chamados nesse espectro discursivo.

Os chamados mais simples, como nos exemplos 1-3, são altamente condensados, marcados por uma economia impressionante de expressão, geralmente constituídas a partir de construções de uma ou duas palavras:

1. <i>Jícamas,</i> <i>jícamas.</i>	<i>Jícamas,</i> <i>jícamas.</i>
2. <i>A veinte,</i> <i>a veinte.</i>	<i>Por vinte,</i> <i>Por vinte</i>
3. <i>Piña fresca,</i> <i>piña fresca,</i> <i>platano maduro.</i>	<i>Abacaxi fresco,</i> <i>abacaxi fresco,</i> <i>banana madura.</i>

Os constituintes informativos desses chamados são os que aparecem com maior frequência nos chamados simples. O exemplo 1 identifica a comodidade à venda, aqui a raiz vegetal jícama; o exemplo 2 cita um preço, vinte pesos; e o exemplo 3 afirma uma qualidade evidente da comodidade, no caso frutas frescas e maduras.

4. <i>Hay limas,</i> <i>lleve limas.</i>	<i>Há limão,</i> <i>leve limão.</i>
---	--

O exemplo 4, ainda notavelmente condensado, introduz mais

dois elementos discursivos em cláusulas sintaticamente completas: o declarativo *hay limas* junto com o diretivo *lleve limas*. Um declarativo, como uso do termo, é um enunciado que faz uma afirmação. Um diretivo é um enunciado direcionado para induzir o destinatário a fazer alguma coisa para o falante (Crystal, 1997:117). Em espanhol (como em inglês), diretivos são realizados gramaticalmente através do modo imperativo.

Note o que é efetivado aqui em termos práticos, retóricos. As duas cláusulas combinadas estabelecem uma relação entre a disponibilidade atual da comodidade, limões, e uma projeção de sua aquisição pelo freguês, manifestada nos termos de um diretivo para levar os limões. Esta identificação retórica da comodidade com o freguês é obtida com muita eficiência pela construção paralela do chamado. O paralelismo sintático, como um mecanismo formal, consiste na repetição com variação sistemática. As estruturas paralelas, como Jakobson astutamente observou (1960:369), sugerem uma relação de equivalência entre os elementos variáveis; se *hay* e *lleve* podem ocupar a mesma posição estrutural, a construção paralela implica que devem de alguma maneira ser equivalentes. Assim, a presença de limões e sua aquisição pelo receptor do chamado são retoricamente estabelecidas.

O paralelismo é um dos mecanismos poéticos mais básicos e mais amplamente empregados nas culturas no mundo, especialmente na poesia oral. Já nas formas elementares que consideramos, os chamados são marcados por um grau de elaboração formal que coloca a função poética em destaque através de uma gama de mecanismos que atraem a atenção do ouvinte para as propriedades formais do ato de expressão. Mesmo no exemplo 1, a forma mais mínima no nosso *corpus*, a forma chama atenção para si mesma através da repetição, extensão das vogais e padronização prosódica da entonação: /hi:kamas hi:kamas/. O exemplo 3 é marcado pela repetição, paralelismo gramatical e aliteração (uma forma de paralelismo fônico) *Piña fresca/piña fresca/platano maduro*. Tais mecanismos também servem para expansão além das formas mínimas, possibilitando padrões poéticos mais complexos, embora ainda contenham um único fator, como no exemplo 5.

*5. A ciento cincuenta, a ciento cincuenta,
a ciento cincuenta y a ciento cincuenta le valen 'ora.
A ciento cincuenta, a ciento cincuenta, a ciento cincuenta,
a ciento cincuenta, a ciento cincuenta.*

*A cento e cinquenta, a cento e cinquenta,
a cento e cinquenta, a cento e cinquenta eles custam agora.
A cento e cinquenta, a cento e cinquenta, a cento e cinquenta,
A cento e cinquenta, a cento e cinquenta.*

Aqui temos uma estrutura paralelística de:

aa
a+ab
aaa
aa

A linguagem formulaica altamente condensada e a estruturação poética que caracterizam até os chamados mais simples têm ao menos três efeitos práticos. Em primeiro lugar, elas aumentam a fluência, permitindo a rápida produção e a extensão dos chamados. Como o exemplo precedente nos mostra, uma maneira simples de estender um chamado, de uma preposição somada a um quantificador para um composto mais extenso e com múltiplas linhas, é através do uso de estruturas paralelas relativamente simples. Em segundo lugar, esses mecanismos conferem um alto grau de coesão aos chamados, e uma insistente firmeza na sua organização textual. As linhas são fortemente amarradas umas às outras numa teia textual de interdependências formais e semânticas. Somado a isso, assim como acontece em geral com a exploração da função poética, sua mobilização aqui aciona padrões de antecipação e de satisfação formais que elicitam o envolvimento participativo dos transeuntes, envolvendo-os na regimentação formal do chamado. “Um trabalho tem forma”, Kenneth Burke sugere, “na medida em que uma de suas partes leva o leitor a antecipar outra parte, a ser gratificado pela sequência” (Burke, 1968 [1931]:124). O que é especialmente relevante sobre o insight de Burke é que estabelece um elo funcional entre a forma poética e a eficácia retórica ou perlocucionária. A forma repetitiva, Burke sugere, “é

uma promessa que o poeta faz ao leitor [poderíamos substituir “leitor” por “ouvinte”] - e na proporção que o leitor confia nessa promessa, ele cai num estado geral de rendição que o torna mais passível de aceitar sem resistência o restante do material do poeta. Ao se tornar receptivo a tantas coisas, ele torna-se receptivo a mais ainda” (Burke, 1968:140-141). Isto significa dizer, direcionando a noção de Burke para a elucidação dos chamados de mercado, que na medida em que o consumidor no mercado é envolvido na padronização poética dos chamados, ele ou ela torna-se receptivo aos chamados do vendedor e é muito mais provável que compre algo.

Somado às funções práticas que enumerei, a construção condensada e formulaica e a padronização poética dos chamados são funcionalmente condutivas à co-produção dos chamados por múltiplos vendedores, como no exemplo 6:

6. Vendedor 1:

Hilos, agulhas, cierres.

Linhas, agulhas, colchetes

Vendedor 2:

Escojale, oiga.

Escolha, ouça.

Hilos, aceite para maquina,

Linhas, óleo para máquina de costura,

Cintas metricas.

Fita métrica.

Escojale, oiga.

Escolha, ouça.

Vendedor 1:

Acerquese, conoꝝcalo, mire.

Aproxime-se, confira, olhe.

Aqui o primeiro vendedor anuncia algumas das principais comodidades a venda: linha, agulhas, colchetes. Seu parceiro continua o catálogo, amarrando seu chamado ao do parceiro em termos da primeira comodidade, linhas, mas estendendo-o, numa construção paralela, a óleo para máquina de costura e fita métrica, e enquadrando o catálogo numa estrutura quiasmática com diretivos emparelhadas, fazendo uma espécie de catálogo em verso com uma estrutura englobante abba. Um tipo de diretivo, representada aqui por *oiga*, “ouça”, contribui para gerar o envolvimento sensorial dos consumidores

casada e/ou madura e *gñerita* para uma mulher de cabelos claros. Termos de referência são gestos fáticos dirigidos a consumidores potenciais, trazendo-os para a interação.

A estrutura retórica altamente eficaz do chamado, constituída a partir da acumulação dos engajamentos sensoriais com o produto e os termos de referência, é ainda mais intensificada pela padronização poética da linguagem. Note, por exemplo, a insistente estrutura métrica duplamente enfatizada das linhas 1-8 no exemplo 7. Note também o paralelismo das linhas 1 e 6, *teña el papel* “pegue o papel” e *ponga el papel* “aplique o papel”, bem como das linhas 3, 4 e 11, *huele a menta* “cheira como menta”, *huele a anis*, “cheira como anis”, *a menta, a anis* “como menta, como anis”. Essas construções formais, como sugeri anteriormente, servem para fazer com que o ouvinte entre em sincronia participativa com o discurso do vendedor, intensificando sua receptividade com relação ao fim prático da conversa do vendedor, ou seja, a compra do produto.

Em grande medida, a mesma ordem de poética prática organiza meu último exemplo do mercado de terça-feira de *San Miguel Allende*, extraído de uma chamada colaborativa produzida por uma equipe de vendedores de roupas usadas:

8. Vendedor 1:

*Agarrele, agarrele,
bara, bara, mire.*

Le doy barato, escojale,

Segure, segure, (1)

barato, barato, olhe.

Te dou barato, pode escolher,

Vendedor 2:

*Agarrele, agarrele,
baratos, andele.*

Qué le damos?

Qué le damos, oiga?

Segure, segure,

barato, vá em frente. (5)

O que te damos?

O que te damos, ouça?

Neste trecho, vemos novamente o apelo retórico ao engajamento sensorial, através dos diretivos *agarrele* “segure”, *mire* “olhe” e *oiga* “escute”, e o apelo formal dos paralelismos fônicos e gramaticais,

como na repetição assonante do fonema /a/ e das linhas *Qué le damos? Qué le damos, oiga*, “O que te damos? O que te damos, ouça?”. Quero, entretanto, chamar atenção especialmente para as linhas 3, 6 e 7. *Le doy barato*, “te dou barato”, na linha 3, inicia uma relação de dar e receber, ou de troca, que está no cerne da transação comercial. *Qué le damos?*, “O que te damos”, nas linhas 6 e 7, baseia-se na mesma dinâmica da troca, adicionando o poder compulsivo da pergunta, que tem a força pragmática da conversa de demandar – mesmo que seja apenas de maneira tácita – uma resposta.

Assim, encontramos nesses enunciados altamente condensados, estereotipados e formulaicos uma gama impressionante de capacidades funcionais. Seus blocos constitutivos permitem a identificação econômica das comodidades, a especificação de suas qualidades evidentes e do preço unitário e a eliciação do envolvimento participativo dos consumidores em potencial nos termos de um engajamento visual, auditivo, olfativo, tátil, espacial, cognitivo e comportamental com os bens, assim como um engajamento social com os vendedores numa relação de troca. Os mecanismos posteriores – diretivos e declarativos ou questões relativas à troca – têm um poder retórico especial para estabelecer na mente do consumidor em potencial uma identificação virtual com as comodidades e com os vendedores, que é um pré-requisito crucial para efetivar a venda que transformará a identificação virtual em atual. “Eles são seus, se não forem seus ainda.” “Você está numa relação de troca comigo, se não estiver ainda numa relação de troca comigo.” E a estruturação poética dos chamados intensifica essa eficácia retórica, capturando a atenção dos consumidores em potencial e construindo padrões de expectativa formal que novamente elicitam as energias participativas desses consumidores potenciais. Porém todo esse trabalho funcional – informativo, poético, fático, retórico – é efetivado através de uma forma altamente econômica que permite grande fluência e coesão e facilita a colaboração na produção conjunta dos chamados estendidos.

Tendo estabelecido minha moldura básica para a elucidação da poética prática dos chamados orais de mercado através da referência aos meus materiais de campo do México, quero a seguir direcionar-me para uma série de exemplos posteriores que vêm de uma tradição cognata, os gritos de venda, ou *pregnones* (sing. *pregón*) dos vendedores

de rua tradicionais em Cuba, que ilustram mudanças significativas na forma e na função da poética nos anúncios orais dos vendedores de rua e de mercado⁴. Em certos aspectos, a forma e a função do *pregón* cubano correspondem com proximidade aos chamados de mercado mexicanos que consideramos anteriormente, identificando a comodidade à venda, enumerando algumas de suas qualidades evidentes, e citando um preço. Todavia, o *pregón* difere de sua contrapartida mexicana, pois contém componentes adicionais que elevam o quociente poético a uma posição de dominância marcadamente mais forte. Considere o exemplo a seguir, o *prégon* de um vendedor de peixes (Gillis, 1985, lado 2, faixa 1):

9. *Pescado,*
pescado fresco.

La mulata Seretina
le ha cogido miedo al mar
porque una vez fue a nadar
y la mordió una guabilá.
Pescado fresco, vecina.
Si yo mandé a Catalina
a la plaza de mercado
que me trajera dorado,
y me le dieron guabilá.
Pescado fresco, vecina.

*Chino, chino, chino,*⁵
ya me voy,
ya me voy.

Pescado.

Peixe,
Peixe fresco.

A mulata Seretina
ficou com medo do mar
porque uma vez foi nadar
E foi mordida por uma guabilá.
Peixe fresco, vizinha.
Se mandei Catalina
à praça do mercado
para que me trouxesse dorado,
E lbe deram guabilá para mim.
Peixe fresco, vizinha.

Meu amigo, meu amigo, meu amigo,
já estou indo,
Já estou indo.

Peixe.

⁴ Agradeço a Ana María Ochoa Gautier por me fornecer estes materiais.

⁵ Chino é um termo para pessoas de cor, usado em Cuba e em outros lugares do Caribe, como um termo carinhoso. Traduzi então como “meu amigo”.

Em grande medida, este é um chamado relativamente elementar, identificando o produto à venda (peixe), notando sua qualidade de estar fresco, e dirigindo-se a consumidores potenciais pelo termo de referência *vecina*, “vizinha”, tudo efetivado através da construção de uma sucessão de linhas paralelas: *pescado/pescado fresco/pescado fresco, vecina*. No final do chamado, o vendedor emprega um termo adicional de referência, *chino*, para evocar um relacionamento íntimo com prováveis consumidores, anuncia que está indo embora, de maneira a acelerar compradores lentos a fazer sua aquisição, e menciona a identidade de seu produto uma vez mais, que, combinados, conferem um fechamento formal e funcional ao chamado. Tudo bastante rotineiro.

O que deve ser notado sobre o *pregón*, todavia, num contraste marcado com os chamados de mercado mexicanos, é que todas as transações de comércio elementares são suplementadas por um conjunto de versos poéticos interpostos que se alternam com as seções que dão o enquadre do chamado. Estes versos, que em sua maioria estão na forma característica da *copla* hispânica, ou seja, uma quadra constituída por linhas de oito sílabas com um esquema de rima abba assonante ou pleno, são cantados num tom e num volume mais alto que os versos que os enquadram.

Enquanto os versos são tematicamente relacionados à agenda comercial do vendedor – neste caso, referem-se aos peixes – eles não tratam de questões de relevância comercial explícita. Consistem mais em hábeis [*artful*] interlúdios poéticos, exibições de virtuosismo verbal que estão sujeitas à avaliação pelo desempenho e pelo poder de afetar da capacidade expressiva do vendedor. Isto equivale a dizer que os versos mudam o enquadre do *pregón* para o da *performance*, oferecida para a intensificação da experiência, alternando com os objetivos mais diretamente práticos dos elementos de enquadre do chamado.

Certamente, esses versos também servem aos fins práticos do vendedor. A padronização poética do verso elícita o engajamento participativo da audiência através do apelo da forma, no sentido de Burke, como sugeri anteriormente no texto. Somado a isto, porém, os versos podem elicitar as energias participativas da audiência também por demandarem um esforço interpretativo especial. Esses ver-

sos são alusivos, semanticamente ambíguos e sexualmente sugestivos. As mulheres mulatas, na cultura cubana, são investidas com uma carga erótica; nadar é uma experiência sensorial que sugere atividade sexual; o peixe é um símbolo fálico. A busca interpretativa por significados escondidos e o estímulo da dupla interpretação intensifica ainda mais o apelo do *pregón* e assim, por transferência, o apelo do produto. Enquanto os versos estão sendo cantados, porém, a função dominante é a da performance, a exibição do virtuosismo poético, ou seja, a realização destacada e plena da função poética.

Consideremos um último exemplo. O texto intitulada “*Caserita*” (Dona de casa) no exemplo 10 é um *son-prégon*, um gênero híbrido de música popular cubana, transcrito de uma gravação comercial de áudio originalmente feita em 1930 (Sexteto Machin, 1991[1930]).

10. *Caserita**Dona de casa*

[Introdução musical]

Caserita, caserita,)
si es que usted me va a comprar,) 2X
preste un momento de oído)
que ahora voy a pregonar.) 2X

Dona de casa, dona de casa,
se você vai comprar de mim,
empreste-me um ouvido por um instante
porque agora vou anunciar meus bens.

Uvas blancas, uvas moradas,)
ciruelas de California,) 2X

Uvas brancas, uvas roxas,
ameixas da California,

baratas las peras de agua,
caimitos y melocotones.

pêras d'água baratas,
caimitos e pêssegos.

Venga pronto, caserita,)
que ya se va el vendedor.) 2X

Dona de casa, venha rápido,
que já se vai o vendedor.

[Interlúdio musical]

18 – Antropologia em Primeira Mão

*Venga pronto, caserita,
que ya se va el vendedor.*

*Dona de casa, venha rápido,
que já se vai o vendedor.*

[Interlúdio musical]

*Venga pronto, caserita,
que ya se va el vendedor.*

*Dona de casa, venha rápido,
que já se vai o vendedor.*

*Que ya se va el vendedor,
que ya se va el vendedor.*

*que o vendedor já se vai.
que já se vai o vendedor.*

*Venga pronto, caserita,
que ya se va el vendedor.*

*Dona de casa, venha rápido,
que já se vai o vendedor.*

*Uvas blancas, uvas moradas,
ciruelas de California.*

*Uvas brancas, uvas roxas,
ameixas da Califórnia*

*Venga pronto, caserita,
que ya se va el vendedor.*

*Dona de casa, venha rápido,
que já se vai o vendedor.*

O *son-prégon* consiste numa letra musical extraída de chamados de vendedores e adaptada à forma musical do *son*, o gênero musical mais popular em Cuba no início do século 20. O *son* tem uma estrutura de duas partes. A primeira parte consiste numa letra fixa baseada em formas de verso hispânicas, neste caso a quadra *copla*; a segunda parte é construída por um padrão de chamado e resposta entre um cantor solo e um coro, intercalado com interlúdios instrumentais breves.

Não oferecerei uma análise detalhada da letra aqui. Um rápido olhar na transcrição revelará uma gama de características formais e funcionais do *pregón* que já são familiares para nós: a enumeração dos bens à venda, os mecanismos fáticos e retóricos que elicitam o afeto e o engajamento dos consumidores potenciais, os mecanismos poéticos das linhas de oito sílabas, paralelismo, rima, e assim por diante. Uma característica significativa de *La Caserita* que merece atenção especial é a relação entre a dinâmica funcional e textual do *pregón* executada [*performed*] na gravação. A referência vocativa à dona de casa

que anuncia a presença do vendedor de frutas no início do chamado abre o texto, ao mesmo tempo em que inaugura a disponibilidade do vendedor para um encontro comercial; a referência correspondente à dona de casa e o anúncio da partida do vendedor marca o fim da possibilidade de uma transação comercial, ao mesmo tempo em que fornece um fechamento para o texto. O *pregón* anterior do vendedor de peixe no exemplo 9 exibe um fechamento formal e funcional similar.

Entretanto, o ponto mais importante do *son-pregón* com relação à nossa preocupação com a poética prática é que ele representa a elevação máxima da dominância da função poética: em um sentido, é uma performance virtuosa pura, sem nenhuma intenção de vender frutas para donas de casa. Este não é um chamado de vendedor real, mas uma representação artística ou uma simulação de um chamado de vendedor, reformulada de acordo com a estrutura genérica do *son*. Assim, se os *performers* desse chamado de vendedor simulado não estão realmente vendendo os bens aos quais se referem na letra, resta alguma coisa do aspecto prático nesta forma de performance? Claramente, a resposta é sim: esta performance não é menos comercial do que aquela do vendedor de rua. O que os *performers* estão vendendo é a performance em si. É a habilidade na performance do chamado do vendedor que se tornou a comodidade aqui, na forma da gravação comercial. A qualidade artística da performance está pelo menos em parte a serviço da função prática de atrair consumidores potenciais para comprar a gravação; o que esta oferece a eles é a intensificação da experiência, o prazer estético que está associado à toda boa performance.

O que quero enfatizar para concluir é o papel da poética em potencializar essa recontextualização e recodificação do *pregón* como um *son-pregón*. É a estrutura poética do chamado que confere a ele suas qualidades de textualidade, ou seja, suas propriedades de delimitação, coesão interna e coerência. É importante notar que é a própria textualidade que faz com que o *pregón* esteja tão suscetível à descontextualização – a ser extraído de seu contexto de ação original – e recontextualização em outro, neste caso como um objeto artístico independente na gravação fonográfica, divorciado do vendedor, de

seus bens à venda e de seus fregueses.

Poderíamos perguntar-nos, porém, *porque* os gritos de vendedores deveriam ser funcionalmente recodificados, de gritos públicos que anunciam os bens dos vendedores nos mercados e nas ruas, orientados para a venda desses bens, para formas de performance virtuosas, direcionadas para a venda de comodidades que colocam em evidência a exibição da habilidade artística. Certamente, como já sugeri, há uma qualidade habilidosa na estruturação poética [*artful quality of poetic structuring*], mesmo nos chamados mais elementares, que intensifica a eficácia prática dos textos para atrair consumidores potenciais, chamando sua atenção e induzindo-os a comprar. A construção e emissão dos gritos de venda permitem e encorajam a habilidade na performance e na composição, e intensificam a experiência dos ouvintes. Essas características sugerem como os aspectos intrínsecos das chamadas fazem com que estas sejam apropriadas para a recontextualização e recodificação como formas plenas de performance. Elas, porém, não nos dizem qual seria o apelo desses chamados de vendedores recodificados. Esta é uma questão que diz respeito à história cultural, não apenas à poética formal e funcional.

O *son-pregón*, como uma forma artística dos anos 20, foi um produto cultural emergente de um momento de mudança cultural significativa em Cuba, uma fase de processos de modernização no qual as formas culturais tradicionais estavam sendo folclorizadas e museificadas como objetos nostálgicos para uma nova burguesia urbana. O próprio gênero musical do *son* foi um produto da urbanização, no decorrer da qual formas da música tradicional foram adaptadas para os gostos urbanos modernos, e o *son-pregón* era um veículo para a lembrança nostálgica de uma forma cultural rica, porém decadente. A coalizão genérica do *son-pregón* era um meio de lembrar – e reter – a experiência intensificada que os elementos habilidosos do tradicional grito do vendedor permitiam, promovendo-o da performance oral à reprodução mecânica através de uma tecnologia de consumo moderna, o fonógrafo, em si um veículo do capital cultural burguês e de distinção social.

Procurei neste texto traçar uma trajetória do desenvolvimento da poética em ação através do exame da forma e da função dos chamados de vendedores de rua e mercado. Iniciei com uma consi-

deração sobre a função poética na produção e uso dos chamados em mercado mexicanos que servem para acelerar a venda de bens comerciais. A seguir, direcionei-me para a poética de uma forma cognata, o *pregón*, em Cuba, no qual a função poética atinge maior proeminência, em alguns casos subsumindo a agenda prática de anunciar os bens à venda e aproximando-se da performance plena – ou seja, a exibição virtuosa. Finalmente, examinei *La Caserita*, “A Dona de casa”, um *son pregón* divorciado inteiramente da venda de bens no espaço público dos mercados e ruas e recodificado como uma forma plena de performance, na qual a própria performance gravada torna-se a comodidade à venda. O domínio de ação da forma poética do *son pregón* está longe do mercado a céu aberto ou das ruas; trata-se mais da negociação do espaço cultural entre a adoção de novas tecnologias consumistas burguesas e a nostalgia com relação a um passado que supostamente estava desaparecendo. A poética dos chamados de mercado, recontextualizada e promovida a um objeto estético de consumo, torna-se, finalmente, a poética da nostalgia burguesa num mundo no qual as formas tradicionais de troca são subsumidas pelos mercados de massa e pelo fetichismo das comodidades de marca. De fato, eu argumentaria que a promoção da – e como – performance é um dos meios primários para a expressão da nostalgia no mundo contemporâneo (cf. Boym, 1990:xiv, 351). Mas isso precisará ser um tópico para outra ocasião.

Referências Bibliográficas

ABRAHAMAS, Roger D. 1977. Toward an enactment-centered theory of folklore. In William Bascom (org.) *Frontiers of Folklore*. Boulder: Westview. pp. 79-120.

ABRAHAMAS, Roger D. 1981. Shouting match at the Border: the folklore of display events. In Richard Bauman e Roger D. Abrahamas (orgs) *And Other Neighborly Names: Social Process and Cultural Image in Texas Folklore*. Austin: University of Texas Press. pp. 303-321.

AUSLANDER, Philip. 2003. *Performance: Critical Concepts in Literary and Cultural Studies*. 4 vols. New York: Routledge.

AUSTIN, J. L. 1962. *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.

BAUMAN, Richard. 1977. *Verbal Art as Performance*. Prospect Heights, IL: Waveland.

BAUMAN, Richard. 1986. *Story, Performance, and Event: Contextual Studies of Oral Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.

BAUMAN, Richard. Performance. 1992. In Richard Bauman (org.) *Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments: A Communications-Centered Handbook*. Oxford: Oxford University Press. pp. 41-49.

BAUMAN, Richard. 2004. *A World of Others' Words: Cross-Cultural Perspectives on Intertextuality*. Malden, MA: Blackwell.

BAUMAN, Richard e Donald Braid. 1998. The ethnography of performance in the study of oral traditions. In John Miles Foley (org.), *Teaching Oral Tradition*. New York: Modern Language Association. pp. 106-122.

BAUMAN, Richard e Charles L. Briggs. 1990. Poetics and

performance as critical perspectives on language and social life. *Annual Review of Anthropology* 19:59-88.

BOYM, Svetlana. 2001. *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.

BURKE, Kenneth. 1968[1931]. *Counter-Statement*. Berkeley e Los Angeles: University of California Press.

BUTLER, Judith 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.

CRYSTAL, David. 1997. *Dictionary of Linguistics and Phonetics*. 4th ed. Malden, MA: Blackwell.

Durkheim, Émile. 2001[1912]. *Elementary Forms of the Religious Life*. Oxford: Oxford University Press.

GILLIS, Verna. 1985. *Music of Cuba*. Folkways Records FE 4064. New York: Folkways Records.

JAKOBSON, R. 1960. Closing statement: linguistics and poetics. In Thomas A. Sebeok (org.), *Style in Language*. Cambridge, MA: MIT Press. pp. 350-77.

JAKOBSON, R. 1966. Grammatical parallelism and its Russian facet. *Language* 42: 399-429.

JAKOBSON, R. 1968. Poetry of grammar and grammar of poetry. *Lingua* 21: 597-609.

JAKOBSON, Roman. 1971. The dominant. In Ladislav Matejka e Krystyna Pomorska (orgs.) *Readings in Russian Poetics: Formalist and Structuralist Views*. Cambridge, MA: MIT Press. pp. 82-87.

MUKAROVSKY, Jan. 1964 [1948]. The esthetics of language. In Paul L. Garvin (org.), *A Prague School Reader on Esthetics, Literary*

24 – *Antropologia em Primeira Mão*

Structure, and Style. Washington, DC: Georgetown University Press. pp. 31-69.

MUKAROVSKY, Jan. 1977a. *Structure, Sign, and Function: Selected Essays by Jan Mukařovský*. Trad. e org. J. Burbank e P. Steiner. New Haven: Yale University Press.

MUKAROVSKY, Jan. 1977b. *The Word and Verbal Art: Selected Essays by Jan Mukařovský*. Trad. e org. J. Burbank e P. Steiner. New Haven: Yale University Press.

SEXTETO MACHIN. 1991 [1930]. *Caserita*. From *Sextetos Cubanos*, vol. 1: *Sones 1930*. Arhoolie Productions CD 7003: faixa 18. El Cerrito, CA: Arhoolie Productions.

SINGER, Milton. 1972. *When a Great Tradition Modernizes*. New York: Praeger.

STOELTJE, Beverly J., e Richard Bauman. 1988. The semiotics of folkloric performance. In Thomas A. Sebeok e Jean Umiker-Sebeok (orgs.). *The Semiotic Web 1987*. pp. 585-599. Berlin: Mouton deGruyter.

ANTROPOLOGIA EM PRIMEIRA MÃO

Títulos publicados

1. MENEZES BASTOS, Rafael José de. A Origem do Samba como Invenção do Brasil: Sobre o "Feitio de Oração" de Vadico e Noel Rosa (Por que as Canções Têm Música?), 1995.
2. MENEZES BASTOS, Rafael José de e Hermenegildo José de Menezes Bastos. A Festa da Jaguatirica: Primeiro e Sétimo Cantos - Introdução, Transcrições, Traduções e Comentários, 1995.
3. WERNER Dennis. Policiais Militares Frente aos Meninos de Rua, 1995.
4. WERNER Dennis. A Ecologia Cultural de Julian Steward e seus desdobramentos, 1995.
5. GROSSI Miriam Pillar. Mapeamento de Grupos e Instituições de Mulheres/de Gênero/Feministas no Brasil, 1995.
6. GROSSI Miriam Pillar. Gênero, Violência e Sofrimento - Coletânea, Segunda Edição 1995.
7. RIAL Carmen Sílvia. Os Charms dos Fast-Foods e a Globalização Cultural, 1995.
8. RIAL Carmen Sílvia. Japonês Está para TV Assim como Mulato para Cerveja: Imagens da Publicidade no Brasil, 1995.
9. LAGROU, Elsie Maria. Compulsão Visual: Desenhos e Imagens nas Culturas da Amazônia Ocidental, 1995.
10. SANTOS, Sílvio Coelho dos. Lideranças Indígenas e Indigenismo Oficial no Sul do Brasil, 1996.
11. LANGDON, E Jean. Performance e Preocupações Pós-Modernas em Antropologia 1996.
12. LANGDON, E. Jean. A Doença como Experiência: A Construção da Doença e seu Desafio para a Prática Médica, 1996.
13. MENEZES BASTOS, Rafael José de. Antropologia como Crítica Cultural e como Crítica a Esta: Dois Momentos Extremos de Exercício da Ética Antropológica (Entre Índios e Ilhéus), 1996.
14. MENEZES BASTOS, Rafael José de. Musicalidade e Ambientalismo: Ensaio sobre o Encontro Raoni-Sting, 1996.
15. WERNER Dennis. Laços Sociais e Bem Estar entre Prostitutas Femininas e Travestis em Florianópolis, 1996.
16. WERNER, Dennis. Ausência de Figuras Paternas e Delinquência, 1996.
17. RIAL Carmen Sílvia. Rumores sobre Alimentos: O Caso dos Fast-Foods, 1996.
18. SÁEZ, Oscar Calavia. Historiadores Selvagens: Algumas Reflexões sobre História e Etnologia, 1996.
19. RIFIOTIS, Theophilos. Nos campos da Violência: Diferença e Positividade, 1997.
20. HAVERROTH, Moacir. Etnobotânica: Uma Revisão Teórica. 1997.
21. PIEDADE, Acácio Tadeu de C. Música Instrumental Brasileira e Fricção de Musicalidades, 1997
22. BARCELOS NETO, Aristóteles. De Etnografias e Coleções Museológicas. Hipóteses sobre o Grafismo Xinguano, 1997
23. DICKIE, Maria Amélia Schmidt. O Milenarismo Mucker Revisitado, 1998
24. GROSSI, Miriam Pillar. Identidade de Gênero e Sexualidade, 1998
25. CALAVIA SÁEZ, Oscar. Campo Religioso e Grupos Indígenas no Brasil, 1998
26. GROSSI, Miriam Pillar. Direitos Humanos, Feminismo e Lutas contra a Impunidade. 1998
27. MENEZES BASTOS, Rafael José de. Ritual, História e Política no Alto-Xingu: Observação a partir dos Kamayurá e da Festa da Jaguatirica (Yawari), 1998

26 – *Antropologia em Primeira Mão*

28. GROSSI, Miriam Pillar. *Feministas Históricas e Novas Feministas no Brasil*, 1998.
29. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Músicas Latino-Americanas, Hoje: Musicalidade e Novas Fronteiras*, 1998.
30. RIFIOTIS, Theophilos. *Violência e Cultura no Projeto de René Girard*, 1998.
31. HELM, Cecília Maria Vieira. *Os Indígenas da Bacia do Rio Tibagi e os Projetos Hidrelétricos*, 1998.
32. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Apùap World Hearing: A Note on the Kamayurá Phono-Auditory System and on the Anthropological Concept of Culture*, 1998.
33. SAÉZ, Oscar Calavia. *À procura do Ritual. As Festas Yaminawa no Alto Rio Acre*, 1998.
34. MENEZES BASTOS, Rafael José de & PIEDADE, Acácio Tadeu de Camargo: *Sopros da Amazônia: Ensaio-Resenha sobre as Músicas das Sociedades Tupi-Guarani*, 1999.
35. DICKIE, Maria Amélia Schmidt. *Milenarismo em Contexto Significativo: os Mucker como Sujeitos*, 1999.
36. PIEDADE, Acácio Tadeu de Camargo. *Flautas e Trompetes Sagrados do Noroeste Amazônico: Sobre a Música do Jurupari*, 1999.
37. LANGDON, Esther Jean. *Saúde, Saberes e Ética – Três Conferências sobre Antropologia da Saúde*, 1999.
38. CASTELLS, Alicia Norma Gonzáles de. *Vida Cotidiana sob a Lente do Pesquisador: O valor Heurístico da Imagem*, 1999.
39. TASSINARI, Antonella Maria Imperatriz. *Os povos Indígenas do Oiapoque: Produção de Diferenças em Contexto Interétnico e de Políticas Públicas*, 1999.
40. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Brazilian Popular Music: An Anthropological Introduction (Part I)*, 2000.
41. LANGDON, Esther Jean. *Saúde e Povos Indígenas: Os Desafios na Virada do Século*, 2000.
42. RIAL, Carmen Sílvia Moraes e GROSSI, Miriam Pillar. *Vivendo em Paris: Velhos e Pequenos Espaços numa Metrópole*, 2000.
43. TASSINARI, Antonella M. I. *Missões Jesuíticas na Região do Rio Oiapoque*, 2000.
44. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Authenticity and Divertissement: Phonography, American Ethnomusicology and the Market of Ethnic Music in the United States of America*, 2001.
45. RIFIOTIS, Theophilos. *Les Médias et les Violences: Points de Repères sur la “Réception”*, 2001.
46. GROSSI, Miriam Pillar e RIAL, Carmen Sílvia de Moraes. *Urban Fear in Brazil: From the Favelas to the Truman Show*, 2001.
47. CASTELLS, Alicia Norma Gonzáles de. *O Estudo do Espaço na Perspectiva Interdisciplinar*, 2001.
48. RIAL, Carmen Sílvia de Moraes. 1. *Contatos Fotográficos*. 2. *Manezinho, de ofensa a troféu*, 2001.
49. RIAL, Carmen Sílvia de Moraes. *Racial and Ethnic Stereotypes in Brazilian Advertising*, 2001
50. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Brazilian Popular Music: An Anthropological Introduction (Part II)*, 2002.
51. RIFIOTIS, Theophilos. *Antropologia do Ciberespaço. Questões Teórico-Metodológicas sobre Pesquisa de Campo e Modelos de Sociabilidade*, 2002.
52. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *O índio na Música Brasileira: Recordando Quinhentos anos de esquecimento*, 2002
53. GROISMAN, Alberto. *O Lúdico e o Cósmico: Rito e Pensamento entre Daimistas Holandeses*, 2002
54. MELLO, Maria Ignez Cruz. *Arte e Encontros Interétnicos: A Aldeia Wauja e o Planeta*, 2003.
55. SÁEZ Oscar Calavia. *Religião e Restos Humanos. Cristianismo, Corporalidade e Violência*, 2003.

56. SÁEZ, Oscar Calavia. Un Balance Provisional del Multiculturalismo Brasileño. Los Indios de las Tierras Bajas en el Siglo XXI, 2003.
57. RIAL, Carmen. Brasil: Primeiros Escritos sobre Comida e Identidade, 2003.
58. RIFIOTIS, Theophilos. As Delegacias Especiais de Proteção à Mulher no Brasil e a «Judiciarização» dos Conflitos Conjugais, 2003.
59. MENEZES BASTOS, Rafael José. Brazilian Popular Music: An Anthropological Introduction (Part III), 2003.
60. REIS, Maria José, María Rosa Catullo e Alicia N. González de Castells. Ruptura e Continuidade com o Passado: Bens Patrimoniais e Turismo em duas Cidades Relocalizadas, 2003.
61. MÁXIMO, Maria Elisa. Sociabilidade no "Ciberespaço": Uma Análise da Dinâmica de Interação na Lista Eletrônica de Discussão 'Cibercultura"', 2003.
62. PINTO, Márnio Teixeira. Artes de Ver, Modos de Ser, Formas de Dar: Xamanismo e Moralidade entre os Arara (Caribe, Brasil), 2003.
63. DICKIE, Maria Amélia S., org. Etnografando Pentecostalismos: Três Casos para Reflexão, 2003.
64. RIAL, Carmen. Guerra de Imagens: o 11 de Setembro na Mídia, 2003.
65. COELHO, Luís Fernando Hering. Por uma Antropologia da Música Arara (Caribe): Aspectos Estruturais das Melodias Vocais, 2004.
66. MENEZES BASTOS, Rafael José de. Les Batutas in Paris, 1922: An Anthropology of (In) discreet Brightness, 2004.
67. MENEZES BASTOS, Rafael José de. Etnomusicologia no Brasil: Algumas Tendências Hoje, 2004.
68. SÁEZ, Oscar Calavia. Mapas Carnales: El Territorio y la Sociedad Yaminawa, 2004.
69. APGAUA, Renata. Rastros do outro: notas sobre um mal-entendido, 2004.
70. GONÇALVES, Cláudia Pereira. Política, Cultura e Etnicidade: Indagações sobre Encontros Intersocietários, 2004.
71. MENEZES BASTOS, Rafael José de. "Cargo anti-cult" no Alto Xingu: Consciência Política e Legítima Defesa Étnica, 2004.
72. SÁEZ, Oscar Calavia. Indios, territorio y nación en Brasil. 2004.
73. GROISMAN, Alberto. Trajetos, Fronteiras e Reparações. 2004.
74. RIAL, Carmen. Estudos de Mídia: Breve Panorama das Teorias de Comunicação. 2004.
75. GROSSI, Miriam Pillar. Masculinidades: Uma Revisão Teórica. 2004.
76. MENEZES BASTOS, Rafael José de. O Pensamento Musical de Claude Lévi-Strauss: Notas de Aula. 2005.
77. OLIVEIRA, Allan de Paula. Se Tonico e Tinoco fossem Bororo: Da Natureza da Dupla Caipira. 2005.
78. SILVA, Rita de Cácia Oenning. A Performance da Cultura: Identidade, Cultura e Política num Tempo de Globalização. 2005.
79. RIAL, Carmen. De Acarajés e Hamburgers e Alguns Comentários ao Texto 'Por uma Antropologia da Alimentação' de Vivaldo da Costa Lima. 2005.
80. SÁEZ, Oscar Calavia. La barca que Sube y la Barca que Baja. Sobre el Encuentro de Tradiciones Médicas. 2005.
81. MALUF, Sônia Weidner. Criação de Si e Reinvenção do Mundo: Pessoa e Cosmologia nas Novas Culturas Espirituais no Sul do Brasil. 2005.

28 – *Antropologia em Primeira Mão*

82. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Uma Antropologia em Perspectiva: 20 Anos do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina*. 2005.
83. GÓDIO, Matias. *As Conseqüências da Visão: Notas para uma Sócio-Montagem Etnográfica*. 2006.
84. COELHO, Luis Fernando Hering. *Sobre as Duplas Sujeito/Objeto e Sincronia/Diacronia na Antropologia: Esboço para um Percurso Subterrâneo*. 2006.
85. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Arte, Percepção e Conhecimento - O 'Ver', o 'Ouvir' e o 'Complexo das Flautas Sagradas' nas Terras Baixas da América do Sul*. 2006.
86. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Música nas Terras Baixas da América do Sul: Estado da Arte (Primeira Parte)*. 2006.
87. RIAL, Carmen. *Jogadores Brasileiros na Espanha: Emigrantes, porém...* 2006.
88. SÁEZ, Oscar Calavia. *Na Biblioteca: Micro-ensaios sobre literatura e antropologia*. 2006.
89. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Música nas Terras Baixas da América do Sul: Estado da Arte (Segunda Parte)*. 2006.
90. TEIXEIRA-PINTO, Márnio. *Sociabilidade, Moral e Coisas Afins: Modelos Sociológicos e Realidade Ameríndia*. 2006.
91. TEIXEIRA-PINTO, Márnio. *Transformações Ontológicas e Concepções Morais entre os Arara*. 2006.
92. LANGDON, Esther Jean. *Shamans and Shamanisms: Reflections on Anthropological Dilemmas of Modernity*. 2006.
93. GROISMAN, Alberto. *Interloquções e Interlocutores no Campo da Saúde: Considerações sobre Noções, Prescrições e Estatutos*. 2007.
94. LANGDON, Esther Jean. *Performance e sua Diversidade como Paradigma Analítico: A Contribuição da Abordagem de Bauman e Briggs*. 2007.
95. LANGDON, Esther Jean. *The Symbolic Efficacy of Rituals: From Ritual to Performance*. 2007.
96. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *As Contribuições da Música Popular Brasileira às Músicas Populares do Mundo: Diálogos Transatlânticos Brasil/Europa/África (Primeira Parte)*. 2007.
97. LANGDON, Esther Jean. *Rito como Conceito Chave para a Compreensão de Processos Sociais*. 2007.
98. DICKIE, Maria Amélia Schmidt. *Religious Experience and Culture: Testing Possibilities*. 2007.
99. MALUF, Sonia Weidner. *Gênero e Religiosidade: Duas Teorias de Gênero em Cosmologias e Experiências Religiosas no Brasil*. 2007.
100. MALUF, Sonia Weidner. *Peregrinos da Nova Era: Itinerários Espirituais e Terapêuticos no Brasil dos Anos 90*. 2007.
101. SÁEZ, Oscar Calavia. *Alimento Humano: O Canibalismo e o Conceito de Humanidade*. 2007.
102. MENEZES BASTOS, Rafael José de. *Para uma Antropologia Histórica das Relações Musicais Brasil/Portugal/África: O Caso do Fado e de sua Pertinência ao Sistema de Transformações Lundu-Modinha-Fado*. 2007.
103. BAUMAN, Richard. *A Poética do Mercado Público: Gritos de Vendedores no México e em Cuba*. 2008.