



Organizações & Sociedade

ISSN: 1413-585X

revistaoes@ufba.br

Universidade Federal da Bahia  
Brasil

Rolita Cavedon, Neusa; de Lima Stefanowsk, Fabiana  
O Riso que Integra, o Riso que Separa: identidade organizacional em um sebo de Porto Alegre  
Organizações & Sociedade, vol. 15, núm. 46, julio-septiembre, 2008, pp. 137-152  
Universidade Federal da Bahia  
Salvador, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=400638299009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica  
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# O RISO QUE INTEGRA, O RISO QUE SEPARA: IDENTIDADE ORGANIZACIONAL EM UM SEBO DE PORTO ALEGRE

Neusa Rolita Cavedon\*  
Fabiana de Lima Stefanowski\*\*

Diga-me se você ri, como ri, por que ri,  
de quem e do que ri, ao lado de  
quem e contra quem e eu te direi quem você é.  
*Le Goff*

## RESUMO

Essa pesquisa tem como objetivo verificar como o humor e o riso podem evidenciar, por meio das relações estabelecidas entre proprietários, clientes e fornecedores, a identidade de um sebo localizado no centro de Porto Alegre. O método utilizado foi o etnográfico, tendo por técnica a observação participante. Foram realizadas 28 idas ao sebo, registradas em diários de campo. Os resultados mostram que as relações dentro da livraria vão além da esfera comercial. As sociabilidades ora inclusivas, ora exclusivas, em manifestações cômicas, risíveis, presentes nesse estabelecimento, permitiram o desvendamento de uma identidade predominantemente masculina, que é demarcada e reforçada por meio das brincadeiras e das conversas entabuladas entre homens que por ali circulam. O riso acaba sendo uma característica importante no sebo, não apenas por estar presente diariamente, mas porque revela quem são essas pessoas, quais os seus valores, como se relacionam, pensam e moldam, dinamicamente, a identidade da Livraria Nova Roma.

## ABSTRACT

This survey intends to investigate how the identity of a secondhand bookshop at Porto Alegre downtown is established through the sense of humour and laughing that characterize the relationship between owners, customers, and suppliers. The ethnographic method with participative observation was used, 28 visits having been made to the shop and registered in field diaries. Results indicate that the relations inside the bookshop go beyond the business sphere. The sociabilities in this place, either inclusive or exclusive, existing in comical and laughable manifestations made it possible to unveil a predominantly masculine identity. Such masculinity is evidenced and reinforced by jokes and talks shared by men that circulate through this urban space. The laughing ends up being an important feature in the shop, not merely by its daily presence, by also because it reveals who these people are, their relationship, their thoughts, their values and how Nova Roma Bookshop's identity is dynamically shaped by them.

\* Profª da Escola de Administração/UFRGS

\*\* Bolsista de Apoio Técnico do CNPq.

## Introdução

O universo organizacional é considerado como o *locus* em que as ações devem corresponder a uma imagem de credibilidade, de eficiência, eficácia e efetividade. Assim, o lúdico, em especial, o riso, via de regra, deve ser banido desse espaço ou, então, domesticado a ponto de não por em risco a “seriedade” do negócio. O sorriso, entendido como um riso leve, sem som, esse até pode se fazer presente nas organizações na medida em que tende a expressar simpatia, amabilidade. Porém, é sabido que, nos grupos informais, constituídos a partir da reestruturação da organização formal, as risadas - gargalhadas em alto volume - se fazem presentes, muitas vezes para esconder as pressões, tensões e frustrações decorrentes do fazer cotidiano.

A questão que se impõe é a seguinte: por que a sociedade ocidental capitalista contemporânea encontra tanta dificuldade em lidar com o riso enquanto expressão de sua humanidade? Tal indagação torna-se pertinente uma vez que: “opondo-se a toda idéia de acabamento e perfeição, o cômico caracteriza-se pela lógica das coisas ao contrário, pela recusa do poder instituído, e pela afirmação da vida absolutamente” (SAMPAIO, 1992, p. 40).

Diante do exposto, mais do que coibir o riso, é preciso desvendar os significados expressos através do mesmo. Este trabalho busca mostrar de que modo o riso pode aparecer como revelador da identidade organizacional de um sebo de Porto Alegre, em que os proprietários, clientes e fornecedores interagem construindo sociabilidades, ora inclusivas, ora exclusivas, a partir das manifestações cômicas, risíveis.

Inicialmente cumpre esclarecer o que vem a ser, na concepção de um livreiro do Rio de Janeiro, um sebo no contexto atual. Para Lachter (2002, p. 283),

[...] um sebo não é obrigado a ter as últimas novidades, muitas vezes de qualidade duvidosa: vende o que quer, os livros nos quais acredita. Isto agrada aos leitores. Os sebos hoje têm personalidade. Quase todos têm um gatinho, um jeito de ser, um humor. Um charme que as livrarias estão perdendo.

Assim, a partir desse depoimento sobre os atuais estilos de sebo em uma metrópole, pretendemos conduzir nosso artigo considerando a noção de identidade postulada por Jardim (1991) em sua pesquisa sobre a construção da identidade masculina. A referida autora defende a idéia de que a relação indivíduo e cultura é a que cabe ser enfatizada. De modo que a identidade social entendida como os valores (variantes de acordo com cada cultura) é que transforma os indivíduos em sujeitos sociais. É na alteridade, na relação com “os outros” que os sujeitos ou grupos se constroem enquanto sujeitos sociais, podendo esse “outro” estar atrelado aos significados de gênero mediante uma relação entre homens ou / e entre esses e as mulheres. A identidade se dá em relação ao “outro”, em diferentes níveis, desde a perspectiva do espaço, das falas entabuladas, nos modos como se dão as vivências e são construídos os significados no âmbito do simbólico.

O método utilizado para o descortinamento do risível foi o etnográfico, mediante a utilização da observação participante. Os achados apontam para questões de gênero, com certas brincadeiras restritas aos homens e outras que podem ser compartilhadas com as mulheres, além de apontarem para uma proximidade entre clientes, fornecedores e proprietários por meio de temas considerados cômicos por esses homens.

O artigo apresenta-se estruturado de modo a tecer teorizações acerca do riso sob a ótica da Antropologia Social e da História Cultural e, ainda, algumas teorizações sobre identidade. A seguir, o método é elucidado, o campo é contextualizado, para, então, serem apresentados os dados e a análise, bem como apontadas algumas considerações finais.

## O riso sob Diferentes Formas e em Diversos Contextos e a Construção de Identidades

### O riso na antropologia e na história cultural

O riso tem sido objeto de estudos e debates sob diferentes enfoques. Tais estudos têm trazido importantes resultados no que tange à cultura e à sociedade. Quanto à cultura organizacional, o enfoque teórico que daremos a este artigo se concentra nos estudos de Antropologia e de História Cultural.

O riso é um tema tratado desde os tempos da Antiguidade como objeto de pensamento (ALBERTI, 2002). Foi estudado, por exemplo, por Platão e Aristóteles. Entretanto, nas Ciências Humanas, o tema tem sido evitado, provavelmente, pela influência do positivismo nas ciências, em que as evidências científicas são objetivadas ao máximo. No caso da Antropologia, as subjetividades encontradas no campo não eram tratadas como evidências etnográficas até o final da década de 1960. Isso significa que as brincadeiras e as jocosidades eram evitadas, com intuito de ajustar as pesquisas ao padrão científico da época (DRIESSEN, 2000).

O estudo do riso, contudo, é muito sério, servindo como porta de entrada para a compreensão dos códigos culturais. Só é possível entender as brincadeiras, as jocosidades, as graças relacionando-as ao seu contexto. Noutros termos, o riso precisa ser entendido enquanto fenômeno social e cultural. O riso, enquanto fenômeno cultural, não é algo perene, mas ao contrário, vai variar de acordo com a sociedade e a época; é cambiante na forma como é praticado e, também, no conteúdo. Sob a ótica de fenômeno social, há que se ter presente o fato de o riso envolver duas ou mais pessoas: uma será a que irá fazer com que a outra ria e a terceira pode ser de quem se ri. Os códigos igualmente sofrem alterações revelando mudanças sobre o que se ri, como se ri e por que se ri. Portanto, existem códigos compartilhados em relação ao riso em um determinado espaço e tempo; somente aqueles que compartilham desses códigos conseguem compreender os rituais, os atores e os palcos envolvidos (LE GOFF, 2000).

Le Goff (2000) vê o riso na Idade Média a partir das concepções que o Cristianismo atribuía às práticas corporais ao longo desse período. Entre os séculos IV e X, o riso foi reprimido pela Igreja, mas, mesmo assim, continuou acontecendo sob a forma de *risus monasticus* (o riso monástico), sendo que os próprios monges participavam fazendo piadas sobre os judeus e os armênios. Le Goff mostra com isso que o riso, nesse período, conseguia escapar à repressão. Só a partir do século X é que o riso bom é permitido. Para isso, há uma significativa divisão, inspirada no corpo como expressão da alma; assim, só o corpo levaria a alma à redenção ou ao pecado. Só ele, o corpo, praticaria o bem e o mal. Havia, então, um riso zombeteiro que era pecaminoso e outro espirituoso e alegre, visto como bom. Existia uma preocupação em se manter os padrões morais da época intactos, pois é um período em que há ascensão da laicidade e da literatura vernácula, e os Estados seculares começam a ser alvo de brincadeiras. Nos estudos de Le Goff, é possível identificar períodos nos quais há uma tentativa de domesticação do riso.

Verberckmoes (2000), no texto *O cômico e a Contra-reforma na Holanda espanhola*, mostra que a Igreja, embora reprimisse o riso como expressão do corpo, passou a encontrar justificativas para utilizar o riso visando inibir o protestantismo, criando piadas próprias como uma forma de atrair pessoas e mostrar hostilidade e reprovação ao protestantismo. Na cultura da contra-reforma, as piadas referentes aos pastores reformados passaram a fazer parte do repertório que trazia à tona fundamentos teológicos e educacionais através de manifestações carnavalescas. Um exemplo disso pode ser encontrado em Richard Verstegen, refugiado inglês católico que atrelou estereótipos anti-reformistas a anedotas, diálogos, epigramas provérbios, dentre outras possíveis formas de comicidade (VERBERCKMOES, 2000).

O riso utilizado, nesse caso, como estereótipo é uma forma não apenas de se diferenciar do outro, mas também de ridicularizar o outro por medo; trata-se de um riso hostil que se agrega a fatores histórico-culturais e que se constituiu como um modo de demonstrar, através do cômico, pensamentos contra-reformistas na Holanda espanhola.

Townsend (2000) realizou um trabalho sobre o humor na Alemanha do século XIX. Durante esse século, a Alemanha passa a lidar com um mundo novo a sua volta, marcado pela industrialização, urbanização e mobilidade social. Há nesse período intensa renegociação de posições sociais, expressas pelo humor, na esfera pública. Mais especificamente, de uma classe média alemã em contraposição à classe baixa, por meio da estereotipação e ridicularização dos modos de um personagem chamado Nante Eckensteher<sup>1</sup>. Esse personagem, que fazia a classe média rir, tinha características comportamentais da classe pobre da Alemanha no período. Ao rir dele, a classe expressava suas diferenças e se afirmava enquanto classe média na Alemanha. Dessa forma, o riso ajudava a construir um espaço público, na medida em que era possível discutir diferentes visões advindas de diversos grupos sobre assuntos inerentes àquele contexto, o que servia justamente para entendê-lo, esclarecendo as diferenças no interior daquela comunidade.

Já Darnton (1984) apresenta uma situação na França que parece estranha ao senso de humor contemporâneo: trabalhadores de uma gráfica rindo, gargalhando enquanto realizam uma matança de gatos na Rua Saint-Séverin. Essa situação só pode ser entendida, enquanto engraçada, levando em consideração o contexto em que aqueles trabalhadores estão inseridos. A França estava num período pré-industrial, cuja situação do trabalhador era precária e instável. Para se ter uma idéia, até os gatos, animais luxuosamente domesticados pelos burgueses, dispunham de melhores tratos que os empregados, o que se verificou também naquela gráfica. Além disso, havia na Europa, especificamente na França, atribuições simbólicas ao gato relacionadas à feitiçaria, ao sexo e ao luxo. A graça da situação que parece estranha está justamente nos significados alçados e revistos entre os operários que conseguiram jogar com símbolos da sua cultura para “ferir” seus patrões.

Assim, Darnton (1984) mostra nesse trabalho que o entendimento da “graça” e da “piada” só é possível por meio da alteridade. O autor deslocou sua atenção para esse ponto, decifrando significações e encontrando elementos-chave da cultura francesa.

Baecque (2000), por sua vez, vê o humor político na Assembléia Francesa como arma política entre dois lados opostos: esquerda e direita. A partir de 408 casos de riso verificados no parlamento francês, no período compreendido entre 1789 e 1791, o autor analisa o riso como uma espécie de ritual presente nas práticas parlamentares que constituíam uma cerimônia política. O riso, então, era utilizado como arma para atingir o outro e, ao mesmo tempo, para se distinguir (BAECQUE, 2000).

Radcliffe-Brown (1978), também, evidenciou a jocosidade como forma de trazer à tona os conflitos. O referido autor compara as representações sobre o corvo e o gavião-real em diversas localidades, em que ambas representações são vistas como opostas e são transpostas para a divisão dual da vida social dos grupos locais. Essa dualidade que comporta, também, hostilidade é expressa na forma de relações jocosas (*the joking relationship*), que não são violentas, mas aparecem sempre como conflitantes: “Aos membros de divisões opostas se permite, ou deles se espera, que tolerem os aborrecimentos que causam aos outros, um abuso ver-

<sup>1</sup> A figura cômica tinha este nome por que: “Eckensteher eram trabalhadores rudes e indisciplinados da vida real, familiares por toda a Europa central. A palavra é traduzida literalmente por “aquele que fica no canto”. Nante, que é um diminutivo de Ferdinand, era quase sempre o nome de batismo dado Eckensteher literário e iconográfico. Até hoje, o nome Nante sugere o estereótipo criado por Dörbeck, do proletário corpulento e insolente”. (TOWNSEND, 2000, p. 228).

bal ou em trocas de insultos” (RADCLIFFE-BROWN, 1978, p. 51). Ainda para o mesmo autor, essas relações jocosas possuem uma função naqueles grupos:

[...] tem por função manter uma relação contínua entre duas pessoas, ou dois grupos de hostilidade ou antagonismo aparente, mas artificial [...] um outro costume significativo em que se expressa a relação de oposição entre duas metades é aquele pelo qual, em algumas tribos, na Austrália e na América do Norte provêem os ‘times’ de jogos como o futebol. Jogos competitivos fornecem uma ocasião social em que duas pessoas ou dois grupos de pessoas são opo- nentes. Dois grupos persistentes numa relação social podem ser mantidos numa relação em que são regularmente oponentes (RADCLIFFE-BROWN, 1978, p. 52).

Radcliffe-Brown (1978) tenta mostrar como as relações entre grupos ou pessoas que são opostos podem manter constante solidariedade e complementaridade, tendo nessas jocosidades a chave para a continuidade e a funcionalidade de alguns grupos. Driessen (2000, p. 264), baseado em Radcliffe-Brown, diz que: “o relacionamento jocoso pode ser definido como um comporta- mento brincalhão padronizado entre duas pessoas (às vezes entre dois grupos) no qual uma delas tem, por tradição, a permissão (às vezes, obrigação) para impli- car com a outra ou ridicularizá-la, enquanto esta não deve se ofender”.

Driessen (2000) analisa os relacionamentos jocosos entre antropólogos e nativos mostrando que as histórias de humor em campo marcam uma identidade profissional da Antropologia. Ao mesmo tempo que: “o humor e o riso ajudam a tornar possível a comunicação, facilitam o contato, reduzem a hostilidade e aliviam a tensão e oferecem o entretenimento” (DRIESSEN, 2000, p. 268).

Em seu estudo sobre os homens de classe popular que freqüentam bares, Jardim (1991, p. 145-149), também, encontra a jocosidade nas brincadeiras entre eles, dando ao riso certa funcionalidade que permite continuidade às relações:

[...] é como se o riso abolisse as distâncias entre os homens estabelecendo uma relação de cumplicidade. [...] eles [os homens freqüentadores dos bares] evitam a relação direta, ou seja, uma opinião que deprecie a outra. Quando isso ocorre, é em tom de brincadeira, e o riso torna-se mediador destas conversas e provoca- ções.

Portanto, os estudos sobre jocosidade na Antropologia não podem excluir a seriedade, como lembra Giacomazzi (1997), ao estudar o riso numa vila da perife- ria de Porto Alegre:

[...] a jocosidade certamente não exclui o sério. Isso se pode perceber no coti- diano dos moradores da Vila Jardim observando a convivência, lado a lado, da violência e das tragédias, com um riso solto e muito presente. A jocosidade, já estudada por alguns autores como Radcliffe-Brown (1979), Bakhtin (1987), ou mesmo o cômico massacre dos gatos de Darnton (1993), entre outros, explo- ram a idéia do riso e do deboche como expressão de valores culturais que estão em conflito. Cada autor estudando contextos diferentes e eles próprios vivendo períodos históricos diferentes, aponta, no entanto, para o fato de que o cômico exprime conflitos humanos, entre outros aspectos que dele fazem parte (GIACOMAZZI, 1997, p. 91).

Burke (2000), no seu artigo *Fronteiras do cômico nos primórdios da Itália Mo- derna*, mostra quais são os limites da brincadeira e de uma agressão séria por meio da *beffa*<sup>2</sup>, uma brincadeira de mau gosto. Com ela, o autor conseguiu exemplificar e analisar as fronteiras do cômico na Itália Moderna.

Propp (1992, p. 36), também, encontra a riqueza das análises nos limites do que é risível, pois o riso, mesmo na tentativa de ser banido dos padrões e regras sociais, não é excluído da vida social e pode assumir diferentes formas em diver- sos contextos. Assim: “Em alguns casos, o riso torna-se impossível quando perce- bemos no próximo um sofrimento verdadeiro. E se, apesar disso, alguém ri, senti- mos indignação, esse riso atestaria a monstruosidade moral de quem ri”.

<sup>2</sup> *Beffa* é definida por Peter Burke como: brincadeira de mau gosto, truque ou beffa, também conhecida como burla, giarda ou natta, e muitas vezes descrita em livros de anedotas, histórias e outras fontes.

Assim, o riso tem certos limites, como mostra Alberti (2002, p. 30), os quais são impostos pela própria cultura: “No universo das ciências sociais, por exemplo, observa-se a recorrência do caráter transgressor do riso. Trata-se, na maioria dos casos, de uma transgressão socialmente consentida: ao riso e ao risível seria reservado o direito de transgredir a ordem social e cultural, mas somente dentro de certos limites”.

Segundo esse autor, o objeto do riso transgride, até certos limites, regras e normas de um sistema cultural; o riso é uma linguagem na qual se pode “jogar” e “brincar” com uma ordem social, pode-se imaginar a realidade de outra forma. Portanto, para Alberti (2002), a reflexão sobre o riso é um pensamento sobre a linguagem, condensando importantes informações sobre a cultura.

Admitida a alteridade como instrumento relevante na análise do riso, é possível concluir que esta serve como ponto de partida para a compreensão do mesmo. Como reforça Propp (1992, p. 32): “Cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico que, às vezes, é incompreensível em outras épocas”. Percebemos que há várias significações e funcionalidades imersas no ato de rir. Portanto, a resposta do que se ri, onde se ri, por que se ri, pode ser a porta de entrada para o entendimento de uma cultura, pois “o humor quase sempre reflete as percepções culturais mais profundas e nos oferece um instrumento poderoso para compreensão dos modos de pensar e sentir moldados pela cultura” (DRIESSEN, 2000, p. 251).

### As leituras possíveis sobre identidade

O conceito de identidade apresenta uma polissemia em razão das diferentes perspectivas teóricas desenvolvidas nas áreas de Sociologia, Antropologia, Filosofia e Psicologia. A origem do termo identidade remonta ao latim escolástico, cuja expressão *identitate* traz em seu cerne as noções de semelhança e permanência (MEDEIROS, 2004).

A visão culturalista fundada na Escola Americana encontrou ressonância na Psicologia Social e dessa interlocução resultou uma perspectiva teórica “objetivista” ou “essencialista” que defende a identidade cultural a partir da sua imutabilidade. Tal postura advoga em prol da circunscrição do indivíduo a uma identidade cultural de certo modo perene. A essa vertente impuseram-se críticas que operaram no sentido de uma nova construção, a saber, a abordagem “subjativista” que atribuiu à identidade a perspectiva desta ser decorrente das representações que os indivíduos elaboram acerca da realidade, mediante uma vinculação coletiva. Tal vinculação pode ser real ou imaginária, implicando a elaboração de um processo identitário fruto de escolhas individuais. Por seu turno, uma outra corrente, a dos “relacionistas”, pressupõe a premência, em se tratando de identidade de ser levado em conta o contexto relacional, uma vez que da interação indivíduo-contexto resultariam identidades afirmadas ou reprimidas, algo dinâmico, cujas identidades estariam sendo negociadas de modo dinâmico (MEDEIROS, 2004).

Seguindo a linha dos relacionistas, temos a posição de Berger e Luckmann (1997), a qual destaca ser a identidade resultado da dialética entre o social e o individual. Os autores referem que a identidade somente se torna inteligível mediante a apreensão do universo simbólico onde ela se constrói. Há que se compreender que as identidades são formadas e conservadas por meio de processos sociais que, por sua vez, são determinados pela estrutura social.

Verificamos, portanto, uma via de mão dupla; as identidades construídas mediante a interação do organismo, da consciência individual e da consciência social atuam sobre a estrutura social dada seja para modificá-la, mantê-la ou remodelá-la. Corroborando essas teorizações, encontramos os postulados de Centurião (2002). Esse autor entende não ser a construção identitária algo definitivo, que persiste por inércia, mas, sim, uma construção realizada a cada momento, em face de sua característica processual, cabendo à alteridade um lugar fundamental nessa construção.

Medeiros (2004), ao tecer considerações sobre a identidade individual, enfatiza que os sentimentos de identidade por nós construídos não são imunes a conflitos, tensões, incoerências, posto que sofrem as transmutações em face da etapa de vida em que nos encontramos, bem como das experiências que amealhamos ao longo de nossa existência. O referido autor destaca de modo pertinente a diferença existente entre os diversos papéis que podemos assumir em nossa realidade social e as diferentes identidades. Assim, Medeiros (2004, p. 23), tomando por base as teorizações de Castells, afirma: "as identidades organizariam significados, enquanto que papéis sociais representariam as funções que um indivíduo ocuparia em seu contexto social". Os papéis vivenciados permitem a construção de inúmeras identidades, o que de certo modo reflete um "eu" fragmentado que ora tem a sua identidade re-afirmada, ora estigmatizada, dependendo do universo cultural em questão.

Para o presente estudo, interessa de modo específico a identidade de gênero.

Oliveira (2004), em sua obra "A construção social da masculinidade", procura trazer a pluralidade daquilo que se possa entender como sendo identidade masculina, a partir do entrecruzamento (ou não) das noções de masculinidade, classe social, região, raça e subcultura.

Nessa perspectiva, expressões simbólicas e vivências mais agressivas são consideradas como aspectos inclusivos nas camadas sociais populares e geram uma identidade masculina que tende a ser reforçada por essas práticas e significações. O machismo é tido como um elemento de pertença, bem como o fato de o indivíduo ser o provedor da sua família, ser viril, ousado frente às situações que indicam risco eminente; o homem precisa ainda ter uma postura ativa nas conquistas sexuais e apresentar moderação na expressão dos sentimentos, em especial, da afetividade. Já nas camadas de maior poder aquisitivo e de maior capital cultural, essas formas por vezes agressivas são entendidas como expressão de falta de "trato", incivilidade. Donde é possível afirmarmos que a identidade masculina não se circunscreve no social de modo unívoco; todavia, há um modelo que tende a ser mais hegemônico e que se traduz na relação com a identidade feminina. Essa última é considerada um ser frágil, intuitivo e afetuoso frente à identidade masculina, que é percebida, significada, como forte e racional.

## Método

O método etnográfico deu sustentação para a coleta de dados. A inserção de uma das pesquisadoras em campo permitiu a convivência cotidiana com os atores que atuam no sebo. Foram 28 idas a campo, de dezembro de 2005 a setembro de 2006, que resultaram na construção dos diários de campo, nos quais foram registradas todas as observações realizadas pela pesquisadora. A participação incluiu o exercício de atividades relacionadas à organização e à higienização dos livros, acarretando a permanência e proximidade com os proprietários, bem como com os clientes, especialmente, aqueles considerados *habitués* por sua constância nesse local, não só como compradores, mas também como "amigos" que lá se reúnem para conversar sobre futebol, política, arte, dentre outros assuntos.

Fazer etnografia possui significados diferentes em função da época em que os estudos foram e são realizados. Os estudiosos do século XIX eram considerados etnólogos e suas análises se davam a partir dos relatos obtidos pelos missionários e viajantes. Entre 1915-1920, Malinowski defende a ida a campo visando captar a noção do nativo sobre sua própria cultura. Já os norte-americanos, por volta de 1930-1935, começaram a defender a possibilidade de serem estudadas as culturas dos próprios antropólogos; surge a antropologia urbana que, nesse primeiro momento, vai se preocupar de modo exclusivo com os despossuídos, os marginalizados ou desviantes. A partir da década de 1950, o antropólogo deixa de priorizar os dominados para pesquisar as diferentes microssociedades presen-

tes no contexto de sua cidade, ou seja, os cafés, os clubes de futebol e as organizações (WINKIN, 1998, p. 130-131).

Os estudos etnográficos empreendidos nas organizações implicam alguns cuidados na utilização do método, já que estamos construindo um diálogo teórico da Administração com a Antropologia. Esse diálogo entre as duas ciências que buscam ênfases diferenciadas - a Administração procura a aplicabilidade, o pragmatismo, e a Antropologia, a compreensão, a interpretação - pressupõe um cuidado por parte do pesquisador no sentido de garantir que essa interlocução não resulte em distorções que venham a comprometer as bases de cada disciplina chamada a auxiliar no entendimento da realidade estudada (CAVEDON, 2003).

No contexto das microssociedades integrantes de uma determinada cidade, se estabelecem fronteiras que irão delimitar os membros dos não-membros. Mas, para que o pesquisador possa captar essas fronteiras, vale observar, a opinião de Winkin (1998, p. 132):

Para mim, a etnografia hoje é ao mesmo tempo uma arte e uma disciplina científica, que consiste em primeiro lugar em *saber ver*. É em seguida uma disciplina que exige *saber estar com*, com os outros e consigo mesmo, quando você se encontra perante outras pessoas. Enfim, é uma arte que exige que se saiba retraduzir para um público terceiro (terceiro em relação àquele que você estudou) e, portanto, que se *saiba escrever*. Arte de ver, arte de ser, arte de escrever. São essas três competências que a etnografia evoca.

O referido autor também destaca a importância da circunscrição dos objetos a serem escolhidos para a realização de uma etnografia. No seu entender, é preferível que sejam públicos ou semi-públicos, comuns, pois esses objetos podem "revelar-se à análise terrivelmente complexos" (WINKIN, 1998, p. 133). Isso foi por nós identificado em nosso campo, isto é, a escolha de um espaço público que se mostrou específico, com suas peculiaridades difíceis de serem percebidas *a priori*. A complexidade se deu devido à diversidade cultural inerente ao contexto organizacional. Porém, ao aguçarmos o olhar, em um dado momento, encontramos uma certa unidade, uma identificação através da linguagem, no caso, a da comicidade; códigos compartilhados mediante a apreensão dos significados por parte dos atores envolvidos. Tem-se o que Velho (1994) chamou de "consistência cultural". Para o autor: "Símbolos compartilhados, linguagem básica comum, gramaticalidade no processo de interação e *negociação da realidade*, expectativas e desempenhos de papéis congruentes, tudo isso configurava um quadro do que poderíamos chamar de consistência cultural" (VELHO, 1994, p. 17).

Velho (1994) chama a atenção para o processo dialético que se dá entre unidade e diferenciação como inerente às metrópoles contemporâneas. A diferença, sob essa ótica, seria um elemento constitutivo da sociedade e não inviabiliza a comunicação, desde que os significados a despeito dessas diferenças sejam de domínio dos envolvidos.

Após a coleta dos dados, os registros constantes nos diários de campo foram lidos várias vezes na busca por elementos que evidenciassem aspectos atinentes ao riso, ao lúdico. As bases teóricas permitiram a análise desses dados viabilizando a construção do relato etnográfico.

## Livraria Nova Roma

Localizada à Rua General Câmara, número 428, em Porto Alegre, a Livraria Nova Roma dista alguns metros da Biblioteca Pública do Estado e guarda, ainda, certa proximidade com o Teatro São Pedro. Portanto, também, se circunscreve dentro de um reduto cultural do centro da capital gaúcha. O caixote de saldos na porta do estabelecimento configura-se como um grande atrativo para quem por ali transita.

A loja abarrotada de livros, segundo um dos proprietários, com cerca de 25000 exemplares, torna-se pequena, mas aconchegante. Uma mesa maior reú-

ne os saldos de R\$ 1,00, a grande atração do local, não só pelo preço, mas pela renovação constante dos livros expostos. Há outra mesa menor que abriga ao seu redor os clientes que costumam trocar idéias com os proprietários do sebo. Cristaleiras contendo obras raras, o tic-tac dos aproximadamente cinco relógios antigos afixados nas paredes, sinos, canecos de chope e demais objetos de época decoram o ambiente; tratam-se de presentes de amigos ou objetos comprados pelos donos da livraria que, sob pressão de algum cliente, podem até ser vendidos, desde que não tenham sido presente ou de difícil aquisição, como é o caso de um sino que possui toda uma história que o torna único e, portanto, sem preço. Compact Discs (CDs) também estão à venda, todos originais e de vários gêneros musicais. Os livros dispostos, nas prateleiras em madeira, estão organizados por assunto.

Marquinhos, Carlinhos e André são os proprietários do estabelecimento. Alegres, estão sempre fazendo piada com os clientes *habitués* do espaço. Eles possuem uma filial da loja na mesma rua. André é quem melhor negocia a compra de livros e bibliotecas. Uma das estratégias experimentadas para a aquisição de livros e de antiguidades é a elaboração e distribuição de folhetos colocados em caixinhas de correspondência dos prédios. As palavras redigidas em letras garrafais chamam a atenção do leitor: "Não jogue dinheiro no lixo! Compramos livros usados, postais, fotos antigas e pequenos objetos antigos. Ligue agora para a Livraria Nova Roma. Fone: ZZZZ-XXXX".

No dizer de André, o que torna a livraria atrativa, em primeiro lugar, é o tratamento dado aos clientes, em segundo lugar, o preço e, em terceiro lugar, a renovação constante do acervo mediante a compra de novos exemplares ou mesmo a retirada de determinados livros das estantes, depois de algum tempo sem que tenham sido procurados, sendo então transferidos para a mesa dos saldos ou para outra estante. Existe uma preocupação muito grande em colocar o preço em todos os livros para evitar que o cliente se sinta lesado, pois corre entre os consumidores que muitos livreiros costumam atribuir um valor ao livro de acordo com o interesse ou a aparência do cliente. Moraes (2005, p. 36) já fazia menção a isso: "Muitos livreiros antiquários, nos países latinos, sobretudo, ainda acreditam nas virtudes do preço conforme a 'cara do freguês' e continuam a marcar seus livros com sinais cabalísticos".

No dia-a-dia, convidar os frequentadores *habitués* a sentarem-se a mesa e experimentar um cafezinho é hábito hospitaleiro do local. Organizar sessões de autógrafos, regadas a vinho e salgadinhos, também costuma ser uma forma de atrair os clientes, utilizada pela Nova Roma. Em certa ocasião, um poeta lançou a sua obra no local e transformou o evento em um sarau, em que declamou trechos de seu livro e os ofereceu em homenagem aos amigos presentes. André, nessas ocasiões, costuma desdobrar-se em atenção aos presentes, agindo como um perfeito anfitrião. Embora os três sócios trabalhem bastante, a visibilidade maior fica com André, talvez por sua trajetória de vida incluir a passagem por um longo período na Livraria do Globo, local por onde circularam celebridades do mundo intelectual gaúcho, como Érico Veríssimo, Mário Quintana e tantos outros.

### **Rir para Diferenciar, Rir para Igualar, Rir para Integrar, enfim, Rir...**

Se o mundo do trabalho requer concentração, esforço e dedicação, intercalar o riso como forma de amenizar as tensões, frustrações e problemas pode ser uma das estratégias a dar significado para a identidade organizacional do sebo, objeto desta pesquisa. O riso como forma de amenizar frustrações ocasionadas pela rotina do trabalho aparece numa situação retratada no diário de campo em que um dos proprietários do sebo brinca com a ordem estabelecida no que diz respeito à jornada de trabalho:

Marquinhos me cumprimentou com um aperto de mão. Sentou-se na cadeira de madeira e logo disse: “que bom que amanhã é sábado...”. É engraçado porque é uma grande mentira contada com muita naturalidade, pois amanhã é quarta-feira. Neste momento, Marquinhos falou para o André: “então, vamos embora?” André sorrindo disse sim e voltou ao trabalho. Esta expressão: “vamos embora”, significaria “não vamos mais trabalhar por hoje”, o que seria algo quase impossível de acontecer, pelo menos nunca vi nenhum deles saindo da livraria na metade do expediente para ir para casa [...]. (Trecho do diário de campo)

Marquinhos revelou estar cansado dessa atividade profissional, sendo uma das pessoas que mais faz uso do lúdico como forma de se comunicar dentro do ambiente organizacional. Um trecho do diário de campo revela essa postura enquanto prática cotidiana:

Logo chegou Seu Rubens (acho que esse é o nome dele) que de novo foi bombardeado com brincadeiras pelo pessoal da Nova Roma. A primeira piadinha foi que o Seu Rubens (homem de mais de 60 anos vestido com roupas sociais) tinha dito para as pessoas que os livros dos sebos passavam doenças sérias para os seres humanos. Também fizeram uma brincadeira sobre uma herança gorda que ganhara da sogra. Seu Rubens sorria e dizia que os assuntos de família eram assuntos sigilosos. Marquinhos aproveitou para tirar uma foto com ele, e se aproveitou mais um pouquinho fazendo “guampinhas” na cabeça do Seu Rubens enquanto tirava a foto; o fotógrafo (rindo) disse que o “chifre” tinha que ter saído maior (olhando a imagem na máquina digital).

[...]

Depois disso, teve a chegada de outro amigo, tratava-se de um homem negro, de uns 40 anos, que pegou um *walk-talk* para fazer piadas direcionadas a um funcionário de outra loja (da filial).

Brincadeiras para lá e brincadeiras para cá. Diante de tudo isso não tem como não se sentir à vontade diante de tantos risos.

Normalmente, as conversas entabuladas na livraria não acabam em um consenso, mas sim em risos. As jocosidades se fazem presentes nesse universo masculino quando se trata de determinados assuntos, via de regra, conflituosos, a exemplo daqueles referentes à política e ao futebol, pois ambos remetem a certa dualidade: esquerda e direita; Grêmio e Internacional, dicotomia que se mostra exacerbada por paixões. Certo dia um cliente, ao tecer um comentário relacionado aos livros de esquerda que estavam bem em conta, defronta-se com a jocosidade de Marquinhos que, ao perceber ser o cliente de esquerda, trata de evidenciar outra posição política de maneira lúdica:

Um homem me falou que os livros de esquerda que eram difíceis de se conseguir agora estão por 5 e 10 reais. Marquinhos então começou a falar sobre o filho dele de 4 anos que está lendo a revista O Globo. E perguntou para ele: Pai, por que 65 dos leitos do SUS estão paralisados, porque o nosso presidente Lula não reabre? O senhor ficou em dúvida e perguntou: Mas teu filho de 4 anos não pode ter dito isso? Então todos riram. Por causa da ingenuidade do homem frente às brincadeiras do Marquinhos. Depois procederam a conversa. (Trecho do Diário de Campo)

A corrupção na política também aparece denunciada por meio do riso compartilhado pelos homens que se encontram na Nova Roma:

Conversaram também sobre política, Fernando Henrique, Lula e Yeda. Marquinhos falava: Lula chamou todo mundo e disse: “Vamos roubar todo mundo junto”. Daí teve o mensalão. O Collor é que foi esperto, disse: “Vou roubar tudo sozinho”. Depois, começaram a falar mais sobre os demais candidatos a presidência. (Trecho do Diário de Campo)

O espaço do sebo configura-se como uma espacialidade masculina não só pela decoração, mas, principalmente pelas conversas e brincadeiras articuladas entre os homens que são proprietários e aqueles que são seus clientes, podendo, alguns desses últimos, assumir a condição de amigos. Novamente, o extrato de um dos diários de campo pode se mostrar revelador:

O espaço também tem coisas penduradas: sinetas, desenho de zepelim. Tem uma sereia esculpida em madeira com um livro intitulado "Tangos, boleros e garanhas no início do século XX". O espaço representa um universo masculino, mas as imagens de desejo podem ser metáforas de prazer relacionadas ao livro, atreladas a uma esfera de prazer masculino.

No entanto, não só nos objetos que decoram o espaço é possível perceber a presença masculina, também nas conversas, gargalhadas e nas brincadeiras. Nesse dia, embora houvesse mais mulheres na loja, o papo era restrito aos homens. É entre eles que as gargalhadas e as brincadeiras eram permitidas. Percebi que as conversas descontraídas também possuem certos limites, pois algumas vezes, temendo o desrespeito, os comentários mais apimentados eram barrados sob a afirmação: "não fala na frente da menina". Isso pode demonstrar que existem conversas mais íntimas entre os homens que não podem ser reveladas na frente de estranhos, sendo estes moças ou mulheres.

[...]

Zeca, um livreiro de outra livraria próxima à Nova Roma, chegou com outro livreiro e um colega da editora em que Zeca também trabalha. Todos me cumprimentaram e voltaram-se para os donos da livraria. Atentamente ouvindo suas conversas, percebi que os homens estavam rindo de alguma coisa. Zeca estava falando em beijar os lábios de uma mulher, como a palavra tem duplo significado, os homens começaram a rir, comentando a brincadeira. Logo André disse: "atenção, tem uma moça no recinto". E os homens retornaram a rir, só que não voltaram mais a comentar sobre o trocadilho.

A relação homens / mulheres aparece em outra situação; a brincadeira entre os homens na livraria apresenta-se como forma de reforçar a masculinidade entre eles, evidenciando, em certos momentos, ser a afetividade, o amor, algo possível de existir entre pessoas de sexos diferentes e não do mesmo sexo:

Seu Ivo chega. Carlinhos e Marquinhos dizem: "Seu Ivo nos ama, vêm todos os dias aqui". Seu Ivo voltando os braços para trás e balançando a cabeça negativamente, retruca: não, não, não... só existe amor entre homem e mulher, o resto é homossexualismo. Do nada, Marquinhos diz: escreve aí no teu caderninho: Seu Ivo viu a uva. Seu Ivo disse que vai lá na Nova Roma para desopilar o fígado, para rir. (Trecho do Diário de Campo)

Essa predominância de homens nos sebos também foi percebida por Delgado (1999) em seu estudo sobre esses locais, em Belo Horizonte. Na pesquisa de Delgado (1999), essa maior presença masculina, segundo os sebigistas investigados, decorre da posição subalterna que as mulheres ainda ocupam na sociedade, do desconhecimento por parte delas do que vem a ser um sebo. Em muitas circunstâncias, essas mulheres podem ter ciúmes da relação que os homens mantêm com o livro, uma vez que as viúvas costumam se desfazer das bibliotecas de seus companheiros, coisa que não é perceptível em se tratando dos viúvos.

André, um dos proprietários do estabelecimento, tende a se diferenciar pela postura séria e ordeira dentro da livraria; contudo, também não escapa das brincadeiras tipicamente masculinas, articuladas pelo outro sócio:

Neste dia, André estava arrumando as prateleiras e limpando os livros [...] Rafael faz um comentário para Carlinhos acerca da organização e limpeza realizada, hoje, na livraria. Carlinhos diz: "essas coisas de mulher, a gente deixa para o André". Todos riem, inclusive André. (Trecho do Diário de Campo)

As brincadeiras tanto podem ter uma conotação mais masculina, quando fazem referência ao jogo sexual entre homens e mulheres, como pode contemplar uma comichade que beira a ingenuidade infantil.

Seu Rubens chega e senta na cadeira verde na minha frente. Ele cumprimenta o Marquinhos e pergunta se eu sou irmã dele. Marquinhos se antecipa e diz: "é minha irmã, não lembra dela?" Seu Rubens pergunta sobre o filho de Marquinhos e esse último responde que ele está bem. Marquinhos sai para atender duas clientes que entram na loja. Seu Rubens pergunta para mim se sou irmã do Marquinhos. Eu disse que não e ele diz: "droga, ele me enganou".

Logo depois, André (outro sócio do sebo) passou e deu um saco de balinhas para o Seu Rubens. Marquinhos pediu uma balinha e ele respondeu: "vai comprar".

Mário Bolão disse que queria uma também, chamando-o de miserável. Seu Rubens falou que a bala era de Bagé. Marquinhos falou que tudo que é de melhor é de Porto Alegre. Disse que aqui tem o melhor jogador do mundo (comentaram algumas coisas sobre futebol). (Trecho do Diário de Campo)

Fazer alguém de bobo torna-se um jogo lúdico que busca evidenciar as diferenças através da esperteza, talvez algo que lembre o malandro, personagem amplamente estudado por DaMatta (1983).

Um homem de uns 40 anos chegou de bermuda, camiseta e chinelo. Ele cumprimentou Carlinhos (outro proprietário do sebo) e depois André e Marquinhos. Ele sentou-se na cadeira verde e pegou o jornal, começando a folheá-lo. Do outro lado da mesa, na outra cadeira verde, estava aquele professor de 60 anos. Os dois conversavam sobre epidemias, doenças, bactérias e higiene. Também falavam de programas humorísticos como Jô e Zorra Total. Também falaram sobre a violência na cidade. Em certo momento, Marquinhos pede o jornal emprestado, vai até o caixa e retorna com o exemplar. Quando Seu Ivo olhou para o jornal, o mesmo estava com as páginas erradas (ao que tudo indicava, havia sido colocado um jornal antigo dentro do novo). Risos de todos. Marquinhos me lembra um moleque. Uma hora Carlinhos diz: “sem rir não dá”. Mais risos. (Trecho do Diário de Campo)

O extrato acima, além de revelar aspectos típicos da malandragem brasileira, traz à tona novamente a necessidade de romper com a rotina por meio do riso, colocando em xeque a ordem instituída, qual seja, a de que no espaço do trabalho a rotina e a seriedade devem ser a tônica.

A presença feminina faz com que a malícia do universo masculino se faça presente. Quando Marquinhos convida a pesquisadora para trabalhar e diz “vamos lá” e todos os homens começam a rir, brincando com a situação, Mauro, Carlinhos e Santos fazem um hummm... malicioso, contornado pela pesquisadora que jocosamente diz já ter feito referência de que neste dia pretendia almoçar com Marquinhos na Churrascaria Galpão Crioulo, um restaurante bastante freqüentado por turistas e que, como tal, conta com refeições a preços acima da média. Tal colocação só se fez possível devido às inúmeras vezes em que Marquinhos perguntou para a pesquisadora se ela já havia almoçado, pois ele, brincando, dizia ter a intenção de convidá-la para almoçar nesse referido restaurante.

Uma piada desvenda como esses homens percebem as mulheres. Numa postura bastante tradicional, consoante com a idade que esses homens possuem, separam as mulheres “sérias” daquelas que poderão satisfazer os desejos e instintos masculinos.

Seu Rubens também contou uma piada para André. A piada era a seguinte: havia três mulheres que foram para o céu falar com São Pedro. A primeira disse que era professora. Então, São Pedro mandou-a para terra para lecionar em uma universidade. A segunda disse que era cantora de coral de Igreja. Então, São Pedro mandou-a para um coral no Vaticano. A terceira disse que era *striper* e, então, São Pedro disse: tu vai para o meu quarto. André e ele riram. Logo Seu Rubens foi embora. (Trecho do Diário de Campo)

Em outra circunstância, os olhares e o comentário evidenciam o interesse que uma presença feminina desperta nesse universo tipicamente masculino.

Uma moça chamou a atenção de Carlinhos e de Marquinhos. Era uma moça alta e loira. Marquinhos percebendo que eu estava olhando para eles, disse: tu não ouviu? Ela me perguntou nome, telefone e celular e ainda por cima me disse: me liga. (Trecho do Diário de Campo)

Percebemos que a interação maior se dá entre homens e que, para as mulheres se inserirem nesse contexto, é preciso ter habilidade, seja para driblar as piadas maliciosas, seja mediante o acionamento de um capital cultural que vá ao encontro dos temas masculinos abordados por esses homens. Assim, eles, através do riso, delimitam e constroem a sua identidade estabelecendo as dife-

renças de gênero. De novo, um trecho do diário de campo deixa transparecer essa questão:

Dona Olga disse para Seu Araújo que o viu noutro dia de motorista particular. Dizia ela que estava brincando com ele, pois D. Olga viu ele andando de táxi no centro da cidade [...].

Num repente, Seu Araújo levantou-se e disse que se lembrou de um livro que Dona Olga gostaria de ler. Era sobre horóscopo chinês. Logo, Seu Araújo pegou mais um folheto também esotérico e um outro sobre signos. Ao verificar o excesso de Seu Araújo, disse ela, olhando para mim, que Seu Araújo estava tirando um “horário” da cara dela, estava se divertindo. Eu e Haroldo rimos da situação. Haroldo disse que não acreditava em nada dessas coisas. D. Olga perguntou para Seu Araújo se ele não acreditava. Disse ele que não [...] (rindo). Seu Araújo estava rindo de Dona Olga. Então eu acho que para se redimir, Seu Araújo foi procurar um outro livro, dessa vez era de Orwell, para que Dona Olga lesse uma parte que trata do livreiro.

O riso na Livraria Nova Roma, além de ser uma característica importante da identidade organizacional, configura-se como elemento agregador e acolhedor, reforçando e delimitando os códigos culturais compartilhados na livraria. As brincadeiras e jocosidades na livraria, entre os frequentadores do local e os proprietários, facilitam a interação entre eles e propiciam a construção de laços sociais que vão além das relações comerciais de compra e venda.

Portanto, tanto através da configuração espacial da livraria, quanto por meio das conversas, dos risos e de todas as demais trocas sociais e culturais, inseridas em contexto de sociabilidade na livraria, é possível perceber que esse espaço é composto de um repertório cultural masculino. Interessante perceber que os homens frequentadores, no dia-a-dia, desse espaço, compartilham suas experiências as quais fazem parte da construção da sua masculinidade. Reforçam sua masculinidade que é, ao mesmo tempo, “transmitida” para o espaço. Como analisou Jardim (1994) a respeito dos bares em uma localidade de Porto Alegre, existem espaços sociais que geram um código que diz daquilo que é necessário para o homem tornar-se masculino; não se trata de uma questão biológica, há que se recriar cotidianamente a condição de “masculinidade”. Algo que nos bares estudados pela pesquisadora se fez presente e que nos foi possível identificar também na livraria.

Sendo assim, o riso revela um espaço predominantemente masculino, no qual as interações entre os homens são ora inclusivas e ora exclusivas, propiciando a delimitação de fronteiras identitárias no espaço organizacional da Livraria Nova Roma. Jardim (1991) traz contribuições teóricas que vão ao encontro dessas considerações. Para a referida autora, as conversas masculinas (em sua dinâmica e conteúdo), a gestualidade e os silêncios podem propiciar risos ou outras manifestações corporais que denotam a expressão de um universo de significações do masculino e a apropriação do espaço em questão.

Só que essa identidade, tratada do ponto de vista *relacional*, nunca pode ser vista como imutável, pois significados compartilhados sofrem mudanças e são ressemantizados, o que vai ao encontro das teorizações desenvolvidas por Berger e Luckmann (1997), os quais percebem a construção da identidade também como *processual*.

Trazendo a temática para o campo dos estudos organizacionais, Carrieri (2003) enfatiza a noção de que, no espaço organizacional, é possível haver não apenas uma identidade, mas, sim, várias; isso porque as contradições e as ambigüidades costumam se fazer presentes, o que resulta em uma fragmentação do universo organizacional, tornando assim a identidade algo fluído, dinâmico, decorrente da crescente transformação histórica pela qual os indivíduos, os grupos e as organizações costumam passar.

O riso, também, aparece como condutor dessas sociabilidades na livraria, servindo ora para esconder tensões e frustrações ocasionadas no dia-a-dia, ora diminuindo diferenças e opiniões divergentes. Dessa forma, o riso é um elemento importante da livraria, pois aciona uma constante renegociação de posições que

dá continuidade às interações de sociabilidade, muito semelhante a um fenômeno chamado de *negociação da realidade*. A *negociação da realidade* se dá mediante a interação dos indivíduos e suas redes, o que implica trocas, conflitos, alianças, em suma, o reconhecimento das diferenças passa pelas experiências e decodificação de interesses e valores diversos. Tal *negociação da realidade*, que embora possa não ocorrer no plano do consciente, se dá por meio da linguagem, viabilizando a solidariedade que é produzida e, ao mesmo tempo, produtora da rede de significados postulada por Geertz (VELHO, 1994).

Vale destacar que, no estudo empreendido por Delgado (1999), os próprios sebastas, tal qual os proprietários da Nova Roma, reconhecem seus estabelecimentos como espaços onde se desenrolam ações que extrapolam as relações comerciais. Para eles, os sebos são instâncias privilegiadas de convivência humana, local em que é possível conversar, trocar idéias, sem necessariamente ter que adquirir algum livro. Nas considerações de Delgado (1999, p. 52):

Espaços citadinos de sociabilidade, os sebos comportam uma pluralidade de apropriações, tradições e valores históricos sedimentados nas diferentes experiências de leitura de cada um. Cada sebo guarda sua própria história que, mesmo silenciosa, é possível de ser narrada e, numa rede de tessituras, pode-se contar a história desses espaços dentro do território urbano que os insere. Os lugares da memória em um sebo são muitos e de diferentes ordens: topográfica, simbólica, temporal, nostálgica, arqueológica e, principalmente, humana. Debruçar sobre esse mundo visível e invisível que seus personagens quotidianamente constroem é caminhar por um território marcado por cultura e história, feito de pluralidade e uma variedade de vivências.

Essas interações e constantes negociações da realidade que são vivenciadas por meio do riso e da comicidade reforçam uma identidade que é formada e transformada por aqueles que prolongam as suas relações sociais na Livraria Nova Roma.

Os momentos de interação na livraria são intercalados por risos e conversas e, muitas vezes, ocasionam confusões nos clientes menos assíduos, demonstrando a difícil tarefa de delimitar quem é o comprador e quem são os vendedores:

Rafael sentou-se em uma das cadeiras verdes. Logo, Dois Santos interagiu com ele e começaram a falar sobre política, Estados Unidos, armamentos, guerra, etc. Durante a conversa, chegou uma cliente que parou na frente da nossa roda e, com um livro na mão, perguntou: "com quem eu falo?" Todos pararam a conversa e ficaram se olhando até que Carlinhos se levantou, mas daí um outro funcionário pediu para atendê-la e levou-a até o caixa. Carlinhos voltou a se sentar. Isso é uma prova do que acontece nesses momentos de sociabilidade, onde não se tem como delimitar os papéis do comprador de livros e do livreiro. Instauram-se outros papéis, outras relações, outras classificações: quem leu e quem não leu o jornal, quem é gremista e quem é colorado, quem é contra e quem é a favor, quem é o piadista e quem ri [...]. Não é que desapareçam o livreiro e o comprador de livros, mas sim estes papéis não ficam tão visíveis, o livreiro não está atrás do balcão, nem está o tempo inteiro perguntando neuroticamente se as pessoas precisam de ajuda.

Mais que uma cultura organizacional calcada no formalismo, na clareza dos papéis, esse ambiente organizacional mostra-se fluído, lúdico, dicotômico, mas uníssono através das piadas, brincadeiras, o que vai ao encontro das teorizações de Alberti (2002), Brown (1978), Driessen (2000), dentre outros.

## Considerações Finais

O artigo trouxe para a discussão as identidades e sociabilidades construídas em um espaço organizacional, através do riso, do humor. A identidade e a sociabilidade predominante no sebo pesquisado é a masculina, em contraste com a identidade e a sociabilidade feminina; ambas, até certo ponto, hegemônicas. Os dados revelaram com quem se ri, do que se ri e como se ri. A especificidade obser-

vada no sebo Nova Roma se dá em face da postura incomum presente em um espaço organizacional voltado para o mundo dos negócios. No Sebo Nova Roma, não se ri somente com os clientes, nem apenas se sorri de forma silenciosa para mostrar amabilidade, cortesia; se ri entre clientes, proprietários, funcionários, e não é um riso silencioso, contido, mas sim, um riso espontâneo, alegre, de amizade. Ao mesmo tempo, se ri de diversos temas e gestos: da jornada de trabalho, de aspectos políticos, de piadas, do jogo sexual, da malandragem e das “guampinhas” durante a foto. Tudo isso remete a uma cultura organizacional que foge dos limites impostos pela busca da lucratividade, imprimindo ao ambiente organizacional uma sociabilidade forjada em relações entre homens (de modo mais acentuado), não somente de cunho utilitário, mas acima de tudo de amizade. Assim, espaços citadinos, mesmo que de cunho comercial, guardam características de solidariedade e cumplicidade na manutenção de redes de significações compartilhadas por homens, reforçando, assim, a identidade de gênero.

## Referências

- ALBERTI, Verena. *O riso e o risível: na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- BAECQUE, Antoine. A hilaridade parlamentar na Assembléia Constituinte Francesa (1789-91). In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- BURKE, Peter. Fronteiras do cômico nos primórdios da Itália Moderna. In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- CARIERRI, Alexandre de Pádua. A transformação das identidades da TELEMIG / TELEMAR: um estudo de metáforas. In: RODRIGUES, Suzana Braga; CARRIERI, Alexandre Pádua; LUZ, Talita Ribeiro. *Tempos de desconstrução: evolução e transformação nas empresas*. Belo Horizonte: UFMG / FACE / CEPEAD, 2003.
- CAVEDON, Neusa Rolita. *Antropologia para administradores*. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- CENTURIÃO, Luiz Ricardo Michaelsen. *Identidade, indivíduo e grupos sociais*. Curitiba: Juruá editora, 2002.
- BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- DARNTON, Robert. *O grande massacre dos gatos: e outros episódios da história cultural francesa*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- DELGADO, Márcia Cristina. *Cartografia sentimental de sebos e livros*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- DRIESSEN, Henk. Humor, riso e o campo: reflexões da antropologia. In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- MEDEIROS, João Luiz. A identidade em questão: notas acerca de uma abordagem complexa. In: DUARTE, Maria Beatriz Balena e MEDEIROS, João Luiz (org.) *Mosaico de identidades: interpretações contemporâneas das Ciências Humanas e a temática da identidade*. Curitiba: Juruá, 2004.
- GIACOMAZZI, Maria Cristina. *O cotidiano da Vila Jardim: um estudo de trajetórias, narrativas biográficas e sociabilidades, sob o prisma do medo na cidade*. Tese de doutorado PPGAS / UFRGS. Porto Alegre, 1997.
- JARDIM, Denise. *De bar em bar: identidade masculina e auto-segregação entre homens de classes populares*. Dissertação de mestrado PPGAS / UFRGS. Porto Alegre, 1991.

\_\_\_\_\_. Identidade masculina uma construção sócio-cultural. In: *Revista Porto e Vírgula*, v. 3, n.18, ano III, 1994.

LACHTER, Marcelo. O que é um sebo, hoje? *Revista do Livro*. Rio de Janeiro, n. 46, dezembro 2002.

LE GOFF, Jacques. O riso na Idade Média. In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

MORAES, Rubens Borba de. *O bibliófilo aprendiz*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.

OLIVEIRA, Pedro Paulo de. *A construção social da masculinidade*. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2004.

PROPP, Vladimir. *Comicidade e riso*. São Paulo: Ática, 1992.

RADCLIFFE-BROWN, A. R. O método comparativo em antropologia social. In: *Radcliffe-Brown: antropologia*. São Paulo: Ática, 1978.

SAMPAIO, Camila Pedral. Entre palhaços e capitães. *Junguiana – Revista da Sociedade Brasileira de Psicologia Analítica*. n. 10, setembro 1992.

VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

VERBERCKMOES, Johan. O cômico e a Contra-reforma na Holanda Espanhola. In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

WINKIN, Yves. *A nova comunicação*. São Paulo: Papirus, 1998.