

FORMAS CULTURAIS E PERCEPÇÃO SOCIAL

ENTRE OS FREQUENTADORES DE FEIRAS DE ARTE E ALIMENTAÇÃO DE GOIÂNIA

Ernesto Friedrich de Lima Amaral
Francisco Chagas Evangelista Rabelo

OBJETIVOS

- ✓ Estudar em que medida a frequência às feiras de arte e alimentação – entendidas como formas culturais –, existentes na cidade de Goiânia, produzem formas diferenciadas de percepção social, determinam o nível de participação social, criam ou aprofundam as diferenças sociais
- ✓ Levantar informações sobre os frequentadores de feiras de arte e alimentação de Goiânia, de tal forma a ampliar a base empírica da pesquisa Formas Culturais e Percepção Social
- ✓ Buscar um maior entendimento das formas de vida social da cidade de Goiânia
- ✓ A partir do material levantado, contribuir para a discussão que atualmente se desenvolve no campo da Sociologia da Cultura

METODOLOGIA

✓ BIBLIOGRAFIA BÁSICA

– **Mundialização e Cultura**
Renato Ortiz

– **Métodos em pesquisa social**
William J. Goode e Paul K. Hatt

– **Introduction to qualitative research methods: the search for meanings**
Steven J. Taylor e Robert Bogdan

– **Twenty industrial scientists: a preliminary exercise**
Celia Bloor e David Bloor

✓ OBSERVAÇÕES DE CAMPO NAS FEIRAS

– **Novas discussões se desenvolveram com o objetivo de reorientar e aperfeiçoar a pesquisa, bem como de aprofundar o conhecimento sobre instrumentos de coleta de dados**

✓ APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS SIMPLES (Material quantitativo)

– **Objetivos:**

- **Traçar um perfil sócio-econômico e cultural sucinto contemplando itens de identificação e de nível sócio-econômico (bairros)**
- **Fornecer elementos para elaboração de um roteiro de entrevista**

✓ 04 ENTREVISTAS DE PROFUNDIDADE (Material qualitativo)

– **Objetivos:**

- **Levantar material de natureza qualitativa, para fazer uma avaliação dos freqüentadores entrevistados**

RESULTADOS

✓ CARACTERIZAÇÃO DAS FEIRAS (MATERIAL QUANTITATIVO)

– Residência dos freqüentadores de feiras entrevistados segundo a cidade ou região em que moram

FEIRA \ REGIÃO	FEIRA DA LUA		FEIRA HIPPIE		FEIRA DO SOL	
	Freqüência	Freqüência relativa (%)	Freqüência	Freqüência relativa (%)	Freqüência	Freqüência relativa (%)
Goiânia e entorno	57	94,9	67	55,8	39	97,5
Outras	3	5,1	53	44,2	1	2,5
TOTAL	60	100,0	120	100,0	40	100,0

– Feira Hippie é uma feira regional

44,2% dos entrevistados não moram em Goiânia e entorno

– Residência dos freqüentadores de feiras entrevistados segundo o agrupamento dos bairros em que moram

FEIRA \ BAIRRO	FEIRA DA LUA		FEIRA HIPPIE		FEIRA DO SOL	
	Frequência	Frequência relativa (%)	Frequência	Frequência relativa (%)	Frequência	Frequência relativa (%)
B/C ou superior	30	52,6	16	23,9	23	58,9
C ou inferior	27	47,4	51	76,1	16	41,1
TOTAL	57*	100,0	67**	100,0	39***	100,0

* 03 entrevistados da Feira da Lua moram fora de Goiânia.

** 53 entrevistados da Feira Hippie moram fora de Goiânia.

*** 01 entrevistado da Feira do Sol mora fora de Goiânia.

– Feira Hippie é regional e entrevistados tem baixo poder aquisitivo

76,1% dos entrevistados moram em bairros de classe “C” ou inferior

– Na Feira da Lua, entrevistados estão distribuídos em todas as categorias sociais

52,6% dos entrevistados moram em bairros de classe “B/C” ou superior

47,4% dos entrevistados moram em bairros de classe “C” ou inferior

– Frequência das outras feiras visitadas pelos entrevistados

FEIRAS \ FEIRA	FEIRA DA LUA		FEIRA HIPPIE		FEIRA DO SOL	
	Frequência	Frequência relativa (%)	Frequência	Frequência relativa (%)	Frequência	Frequência relativa (%)
Feira da Lua	—	—	27	27,0	14	70,0
Feira Hippie	16	40,0	—	—	1	5,0
Feira do Sol	16	40,0	6	6,0	—	—
Outras	0	0,0	6	6,0	0	0,0

O percentual foi calculado – considerando cada feira – em relação ao número de questionários aplicados na segunda e terceira rodadas, pois na primeira (20 questionários em cada feira) esta pergunta não constava.

– Trânsito dos entrevistados ocorre entre feiras que possuem o mesmo perfil sócio-econômico

– Feira da Lua possui público heterogêneo, assim transita mais entre as três feiras

40,0% dos entrevistados freqüentam também a Feira Hippie e do Sol

– Entrevistados da Feira Hippie não freqüentam muito as outras feiras

27,0% dos entrevistados freqüentam também a Feira da Lua

6,0% dos entrevistados freqüentam também a Feira do Sol

– Feira do Sol, entrevistados freqüentam mais a Feira da Lua

70,0% dos entrevistados freqüentam também a Feira da Lua

5,0% dos entrevistados freqüentam também a Feira Hippie

– Motivos apontados pelos entrevistados para a freqüência às feiras

FEIRA \ MOTIVO	FEIRA DA LUA		FEIRA HIPPIE		FEIRA DO SOL	
	Freqüência	Freqüência relativa (%)	Freqüência	Freqüência relativa (%)	Freqüência	Freqüência relativa (%)
Fazer compras	54	90,0	111	92,5	12	30,0
Barracas de alimentos	36	60,0	48	40,0	22	55,0
Diversão para filhos	13	21,7	8	6,7	25	62,5
Encontrar amigos	12	20,0	21	17,5	21	52,5
Conhecer pessoas	9	15,0	17	14,2	13	32,5
Acompanhar parentes	25	41,7	42	35,0	18	45,0

O percentual foi calculado em relação ao número de questionários aplicados.

– A freqüência às barracas de alimentos é o segundo motivo da visita nas três feiras

– Na Feira da Lua e Hippie, a atividade de compras é predominante

Feira da Lua: 90,0%

Feira Hippie: 92,5% – por isso a pouca visita às outras feiras

– Na Feira do Sol há uma peculiaridade quanto à utilização do espaço

Período vespertino: pais e filhos – 62,5% diversão para filhos

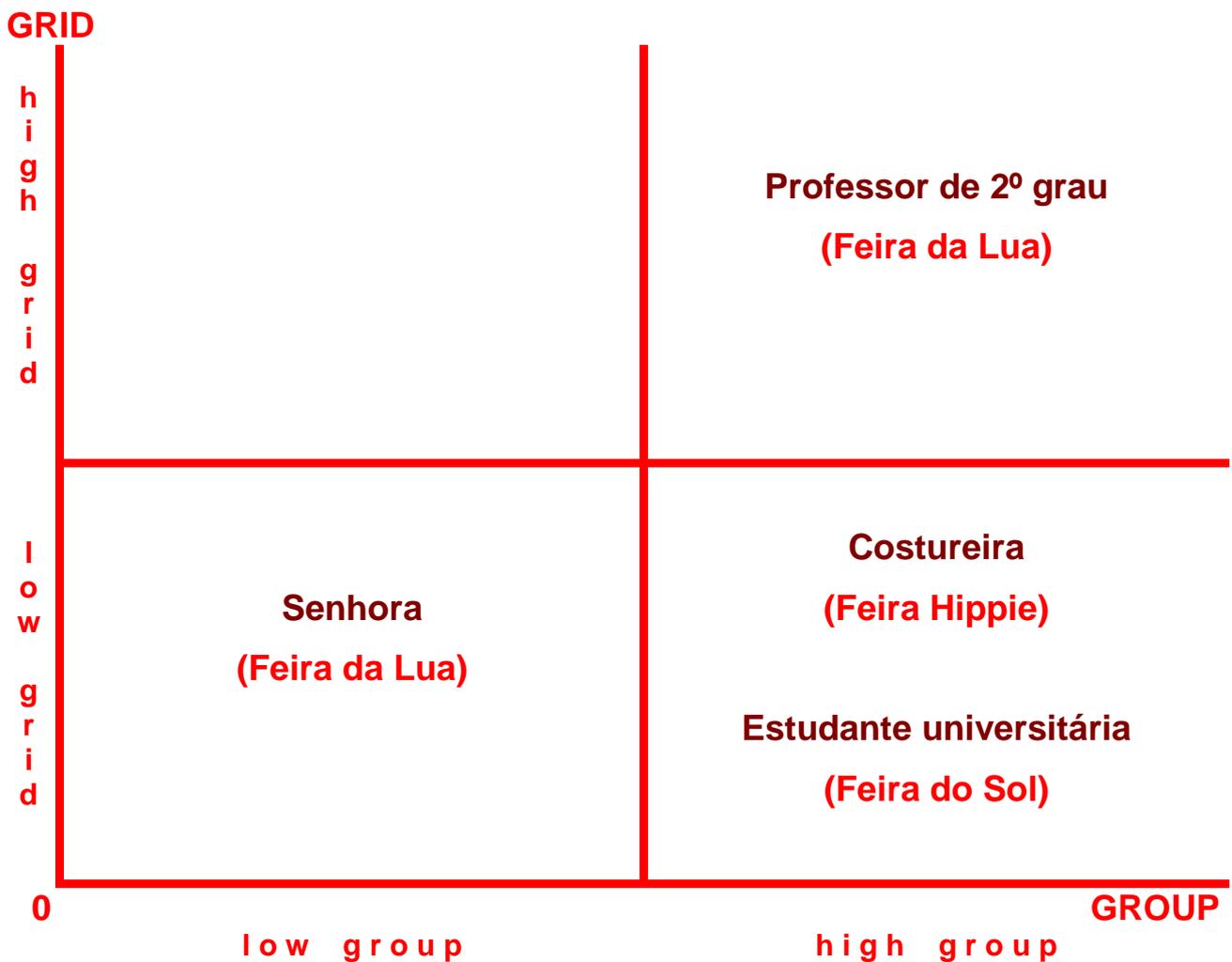
Período noturno: jovens – 52,5% encontrar amigos

Por isso a pouca visita à Feira Hippie, como visto na tabela anterior

RESULTADOS

✓ ANÁLISE DA VISÃO DE MUNDO DOS ENTREVISTADOS (MATERIAL QUALITATIVO)

– Examinando o material qualitativo, procurou-se a classificação no diagrama grid/group



– Professor de 2º grau (Feira da Lua) – 38 anos

High group

visão cosmopolita (conhece várias regiões do globo)
propõe um trabalho coletivo (unidade latino-americana)

High grid

tem clareza do seu papel social

– Senhora (Feira da Lua) – 45 anos

Low group

não pertence a grupos de amizade
os laços familiares são frouxos
não participa de grupos sociais de outros tipos
visão de mundo individualista ou, até mesmo, desestruturada

Low grid

não tem profissão externa nem renda próprias
não é autônoma, não procurando se afirmar como indivíduo

– Costureira (Feira Hippie) – 40 anos

High group

visão de mundo local, mas não é provinciana
nível de participação social tradicional (família)

Low grid

possui uma visão naturalista

– Estudante universitária (Feira do Sol) – 18 anos

High group

possui uma visão local, mesmo tendo vivido no exterior
está ligada a um grupo de amigos