

Willian Douglas Guilherme  
(Organizador)



# História:

*Tempo & Argumento*

  
Atena  
Editora  
Ano 2022

Willian Douglas Guilherme  
(Organizador)



# História:

*Tempo & Argumento*

**Atena**  
Editora  
Ano 2022

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



## História: tempo & argumento

**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Maiara Ferreira  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Willian Douglas Guilherme

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

H673 História: tempo & argumento / Organizador Willian Douglas Guilherme. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0260-2

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.602222505>

1. História. I. Guilherme, Willian Douglas (Organizador).  
II. Título.

CDD 901

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



**Atena**  
Editora  
Ano 2022

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

O e-book “História Tempo & Argumento” traz um conjunto de estudos inéditos que apeteçam contribuir com o campo da pesquisa em história.

Nero e Evangelista Júnior, em sua pesquisa, investigam o “Monstro de Guaianases” que teria sido autor de pelo menos 29 crimes entre ataques sexuais e homicídios na cidade de São Paulo no período entre 1936 a 1952, um tema ousado, que levanta questionamentos que merecem a atenção do leitor.

No texto de Bandeira, há uma discussão pautada no medo que acompanha a sociedade brasileira desde a pandemia do século XIX. Por meio das charges publicadas na Revista Ilustrada, o autor traça um paralelo com a pandemia do século XXI, de COVID-19, buscando propor um equilíbrio para a vida em comunidade.

A imagem do caixeiro viajante ressurgiu no estudo de Vieira Filho, que traz sua importância social e econômica para o interior do Piauí, trazendo elementos da cultura material e imaterial que envolve o desenvolvimento econômico, político, social e cultural do Estado.

No artigo de Claro, a autora propõe seu olhar a partir do estudo da líder religiosa do Terreiro de Candomblé Ilê Axé Opô Afonjá, Eugênia Anna dos Santos e seu papel educacional na resistência e luta negra em Salvador/BA.

No artigo de Lara, a autora discute o drama social vivido pela pandemia de COVID-19 e sua relação com a ocupação/desocupação do espaço acadêmico da UNEMAT, no município de Cáceres/MT, propondo como esse processo impactaria na trajetória acadêmica destes alunos.

A história da Universidade de Sorocaba foi registrada por Xavier e Pinto que pesquisaram o período de 1951 a 2021 apontando o crescimento da instituição em várias áreas, com destaque a extensão universitária.

Utilizando-se da história oral, Mendes e Marta pincelam a história da cena musical do rock em Vitória da Conquista/BA no período de 2000 a 2009. É uma importante oportunidade de conhecermos um pouco mais sobre esse gênero musical e sua presença no interior do Brasil.

Uma ótima leitura a todos!

Willian Douglas Guilherme

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

BENEDICTO MOREIRA DE CARVALHO (O MONSTRO DE GUAIANASES): CRIMINOSO OU DOENTE?

Carla Priscila Del Nero

Oswaldo Evangelista Júnior

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225051>

### **CAPÍTULO 2..... 13**

CIDADES SITIADAS: REPRESENTAÇÕES DO MEDO DA MORTE E DAS ENFERMIDADES NA PANDEMIA DO COVID-19 E NAS CHARGES DO FINAL DO SÉCULO XIX NO BRASIL

Élcia de Torres Bandeira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225052>

### **CAPÍTULO 3..... 26**

A CULTURA MATERIAL E IMATERIAL DO CAIXEIRO VIAJANTE

Antônio Lopes Vieira Filho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225053>

### **CAPÍTULO 4..... 41**

EDUCAÇÃO COMO LUTA E RESISTÊNCIA: A BUSCA DE EUGÊNIA ANNA DOS SANTOS, A MÃE ANINHA DO ILÊ AXÉ OPÔ AFONJÁ

Silene Ferreira Claro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225054>

### **CAPÍTULO 5..... 51**

ETNOGRAFIA E O ESPAÇO ACADÊMICO: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO - UNEMAT, CAMPUS DE CÁCERES

Julio Cezar de Lara

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225055>

### **CAPÍTULO 6..... 61**

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA: UMA ANÁLISE DO PERÍODO DE 1951 A 2021 NA UNIVERSIDADE DE SOROCABA

Silvana Maria Gabaldo Xavier

Rafael Ângelo Bunhi Pinto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225056>

### **CAPÍTULO 7..... 77**

MEMÓRIA E SUBJETIVIDADE DE UMA CENA MUSICAL ATRAVÉS DA HISTÓRIA ORAL

Plácido Oliveira Mendes

Felipe Eduardo Ferreira Marta

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6022225057>

<b>SOBRE O ORGANIZADOR.....</b>	<b>86</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>87</b>

## A CULTURA MATERIAL E IMATERIAL DO CAIXEIRO VIAJANTE

*Data de aceite: 02/05/2022*

**Antônio Lopes Vieira Filho**

Teresina - Piauí

<http://lattes.cnpq.br/0454606165680247>

**RESUMO:** O presente estudo visa contribuir com uma melhor compreensão acerca dos conceitos de cultura material e imaterial, identidade, patrimônio cultural despertando no (a) leitor (a) o interesse e a curiosidade em conhecer mais sobre si e sobre seus antepassados, bem como a necessidade de preservar estes vestígios que constituem parte de sua história. Nossa proposta é auxiliar nosso público alvo na elaboração de trabalhos de conscientização junto às suas comunidades no sentido de preservarem seus bens culturais para as gerações futuras; corroborar com outros trabalhos como: visita a museus, sítios arqueológicos, centros históricos e culturais, entre outros. Orientando-os como melhor aproveitar visitas desta natureza a partir do seu entendimento dos valores atribuídos aos bens expostos nestes ambientes. Para tanto, serão discriminados nas páginas que se seguem ações de cunho educativo e dicas de como se preparar antecipadamente para as visitas e demais atividades extraclasse; dicas que vão desde leituras prévias acerca do local a ser visitado até a forma de se comportar dentro dos respectivos espaços, o que portar durante as visitas e tantas outras informações simples, mas de extrema importância para um melhor aproveitamento ao participarem de atividades

culturais como as mencionadas. Com base nas pesquisas acerca da atividade desempenhada pelos caixeiros, desenvolvemos a partir deste conhecimento os elementos da cultura material e imaterial que dão sustentação ao “ser” caixeiro, bem como a importância dos mesmos para o desenvolvimento econômico, político, social e cultural do Piauí, sobretudo do município de Parnaíba, e outras regiões do Brasil.

**PALAVRAS – CHAVE:** Ensino de História. Cultura Material. Cultura Imaterial. Caixeiro Viajante. Parnaíba.

### THE MATERIAL AND IMMATERIAL CULTURE OF THE TRAVELING SALESMAN

**ABSTRACT:** The present study aims to contribute to a better understanding of the concepts of material and immaterial culture, identity, cultural heritage, arousing in the reader the interest and curiosity in knowing more about themselves and their ancestors, as well as the need to preserve these vestiges. that form part of its history. Our proposal is to help our target audience in the elaboration of awareness-raising work with their communities in order to preserve their cultural assets for future generations; corroborate with other works such as: visit to museums, archaeological sites, historical and cultural centers, among others. Guiding them on how best to take advantage of visits of this nature based on their understanding of the values attributed to the goods displayed in these environments. To this end, educational actions and tips on how to prepare in advance for visits and other extracurricular activities will be detailed

on the following pages; tips that range from previous readings about the place to be visited to how to behave within the respective spaces, what to wear during visits and so many other simple but extremely important information for a better use when participating in cultural activities such as mentioned. Based on research on the activity performed by salespeople, we developed from this knowledge the elements of material and immaterial culture that support the “being” salesperson, as well as their importance for the economic, political, social and cultural development of Piauí, especially in the municipality of Parnaíba, and other regions of Brazil.

**KEYWORDS:** Teaching History. Material Culture. Intangible Culture. Traveling Salesman. Parnaíba.

## 1 | NOÇÕES BÁSICAS DE CULTURA MATERIAL E IMATERIAL, IDENTIDADE E PATRIMÔNIO CULTURAL: CONHECER PARA PRESERVAR

### O que você entende por Cultura?

A palavra *cultura* tem diversos significados. Cultura normalmente está associada, sobretudo, ao estudo, a educação e a formação escolar. Entretanto, às vezes se fala de *cultura* referindo-se unicamente às manifestações artísticas, como o teatro, a música, a pintura, a escultura, a dança, o cinema, as artes de modo geral.

Nos dias atuais, falar em *cultura* é quase que identificá-la com os meios de comunicação de massa, tais como: o rádio, o cinema e a televisão. Ou ainda diz respeito às festas e cerimônias tradicionais, às lendas e crenças de um povo, ou ao modo de se vestir, à comida e a seu idioma.

Ambos os termos foram sintetizados por Edward Tylor (1832-1917) no vocábulo inglês **Culture**, que: tomado em seu amplo sentido etnográfico é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade. (TYLOR, 1871, *apud*, CUCHC, 1999)

Diante do exposto podemos concluir numa linguagem bem simples que a Cultura diz respeito a tudo aquilo que o ser humano produz no tempo e no espaço geográfico. E esse produzir, inclui os bens de natureza tangível (materiais) e os bens de natureza intangível (imateriais). Os bens materiais tangíveis, ou de natureza corpórea, são aqueles que possuem uma forma física, concreta e que podem ser tocados. Já os bens imateriais, intangíveis ou de natureza incorpórea, são aqueles que ao contrário do tangível são abstratos, não possuem forma física, portanto, não podem ser tocados. A todo momento, caro (a) estudante, nós seres humanos produzimos cultura, onde quer que vamos, ou o que quer que façamos. Essa capacidade do homem em ser produtor cultural o torna diferente dos outros animais, haja vista que ele, é o único entre todos, que é dotado de razão, ou seja, é um ser racional.

A cultura envolve o homem em seus aspectos físico e espiritual, pois o mesmo é

portador de capacidades múltiplas, de agregar conhecimentos, bem como de transmiti-los aos seus semelhantes, de modo que cada conhecimento produzido possa dar origem a várias culturas (no plural). Preservar os bens culturais é fundamental para que no futuro a nossa cultura não se perca, pois são neles que a cultura de um povo ou nação são representados, guardados e/ou eternizados. O nosso país não é **homogêneo** (como demonstrado na imagem a seguir), toda produção cultural está sujeita a avaliação que depende da posição social do grupo a que ela pertence.

**Para exemplificar vamos estabelecer algumas distinções, considerando as seguintes divisões:**

1. A **Cultura Erudita** é a produção acadêmica centrada no sistema educacional, sobretudo na universidade, produzida por pessoas consideradas intelectuais. Além de ser produzida formalmente, seus traços são complexos e refinados, exigindo uma elevada formação e sensibilidade estética de quem os aprecia. Alguns exemplos dos traços desta cultura podem ser a música clássica, o ballet, as artes plásticas, os conhecimentos científicos etc.

2. A **Cultura Popular** é identificada através do folclore, conjunto das lendas, contos e concepções transmitidas oralmente pela tradição. É produzida pelo homem do campo, das cidades do interior ou pela população urbana das grandes cidades. Sua produção está empenhada em resgatar tradições e valores culturais, não seguindo, por isso, tendências de moda. O povo simples é o autor da produção cultural. Alguns exemplos de manifestações dessa cultura podem ser vistos nas festas populares (o carnaval, as festas juninas, as danças regionais, as lendas) e nos ensinamentos e práticas que são passados de geração em geração de modo informal.

3. A **Cultura de Massa** é aquela resultante dos meios de comunicação de massa, tais como a indústria fonográfica (música), a cinematográfica (cinema), Tv's, Rádios, etc. É produzida “de cima para baixo”, já que o consumidor não participa de sua criação, esse tipo de cultura, veiculada pela **indústria cultural**, impõe padrões e homogeneiza o gosto, através das modas culturais.

A Constituição Federal do Brasil de 1988, em seu artigo 216, afirma: “todas as ações por meio das quais os povos expressam suas formas de criar, fazer e viver: é Cultura”. A cultura abrange tanto a linguagem com que as pessoas se comunicam, contam suas histórias e fazem seus poemas, quanto a forma como constroem suas casas, preparam seus alimentos, rezam e fazem festas. Em geral, as pessoas integram diferentes grupos sociais cujo alcance pode ou não ser local, a exemplo do grupo da igreja, o grupo dos líderes comunitários, o grupo dos comerciantes, o grupo das mulheres, o grupo dos pescadores, entre outros. Portanto, suas crenças, o modo como veem o mundo, seus saberes e fazeres.

Na realidade, trata-se de um processo dinâmico de transmissão para as futuras gerações de práticas, sentidos e valores, que se criam e recriam (ou são criados e recriados) no presente, visando solucionar os pequenos e grandes problemas que cada sociedade ou indivíduo enfrenta ao longo de sua existência.

Contudo, prezado (a) estudante, durante sua vida as pessoas estão predispostas a modificarem suas identidades ao se relacionarem umas com as outras em distintos contextos e situações. A identidade de uma pessoa é formada a partir de muitos fatores, sua história de vida, por exemplo, a história de sua família, o lugar de onde nasceu e mora, o jeito como cria seus filhos, fala e se expressa, enfim, tudo aquilo que a torna singular e diferente das demais. Stuart Hall (2006) atribuiu três definições distintas ao termo identidade. Para ele existe o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. Cabendo a cada um, segundo o autor, uma identidade diferenciada.

O sujeito do Iluminismo, segundo Hall(2006), é um indivíduo completamente centrado, unificado, dotado de razão. Suas características nascem com o mesmo e permanecem “contínuas” e “idênticas” ao longo de sua existência.

Na concepção sociológica, a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade, ou seja, embora o sujeito tenha um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem.

Já na concepção de sujeito pós-moderno, o mesmo é conceituado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 2006).

De acordo com o referido autor, todo esse processo é resultante das transformações nas concepções de gênero, sexualidade, etnia, raça e a nacionalidade, as quais eram sólidas e foram quebradas a partir do movimento iluminista. (Na figura a seguir, Tarsila do Amaral imortaliza em seu quadro as feições dos trabalhadores das fábricas. Chama a atenção o fato de as faces serem bastante distintas, representando as diferentes identidades).

### **O que você entende por Patrimônio Cultural?**

O patrimônio cultural de uma sociedade é constituído pelo conjunto dos saberes, fazeres, expressões, práticas e seus produtos, que remetem à história, à memória e à identidade desse povo. Preservar esse patrimônio cultural significa, sobretudo, cuidar dos bens aos quais esses valores estão associados, ou seja, cuidar de coisas que representem a história e a cultura de um lugar, de um grupo social, que pode, ou não, ocupar um determinado território.

O ato de preservar diz respeito a cuidar da conservação de edifícios, monumentos, objetos e obras de arte (como esculturas e/ou quadros), bem como de cuidar dos usos, costumes e manifestações culturais que constituem parte da vida das pessoas e que se modificam ao longo do tempo. A necessidade de se preservar o patrimônio cultural é para estimular a noção de pertencimento de indivíduos a uma sociedade, a um grupo, ou a um lugar, contribuindo assim para o aumento do exercício da cidadania e para a elevação da qualidade de vida.

A grosso modo, no Brasil, as políticas públicas destinadas à área cultural, sobretudo aquelas referentes à proteção patrimonial, têm oscilado entre concepções e diretrizes nem sempre transparentes.

As ideias sobre a noção de patrimônio cultural no Brasil formaram-se no contexto do movimento modernista iniciado já no final do século XIX, consolidado ao longo da primeira metade do século XX e tendo como referencial simbólico a **Semana de Arte Moderna de 1922**. Durante esse período, uma grande preocupação entre os intelectuais era a necessidade de definição do que constituía e caracterizava a identidade brasileira. No entanto, apesar das poucas políticas públicas, como vimos, destinadas a cuidar do nosso Patrimônio Cultural, existem no Brasil e no mundo lugares destinados a preservar, dentro das suas condições e possibilidades, esses bens culturais. Estamos nos referindo aos museus. Você conhece algum museu em sua cidade? Já o visitou? Você sabia que existem museus ao ar livre? Sua cidade possui um centro histórico? Você sabe o que é um sítio arqueológico? Buscaremos a partir de agora responder a todos esses questionamentos.

O termo “museu” se refere a uma coleção de espécimes de qualquer tipo e está, em teoria, ligado com a educação ou diversão de qualquer pessoa que queira visitá-la. Comumente diz-se que a instituição “museu” teve origem na Grécia antiga, lá o *mouseion*, ou casa das musas, era uma mistura de templo e instituição de pesquisa voltado, sobretudo, para o saber filosófico.

Sempre houve preocupação, por parte de alguns segmentos de nossa sociedade, com a compreensão de nosso passado e sua preservação. Não devemos confundir essa “preservação do passado” com a manutenção de características de uma época. Trata-se de manter e preservar testemunhos materiais de um determinado período que nos sirvam como pontos constantes de partida para reflexão e análise. Portanto, preservar tais testemunhos do passado é, substancialmente, dar-lhes condições de continuarem a ser utilizados no presente em toda a sua potencialidade.

Criado em 13 de janeiro de 1937, por meio da Lei nº 378, assinada pelo então presidente Getúlio Vargas, o **IPHAN** (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) é o órgão no Brasil responsável pela preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro. Cabe a ele proteger e promover os bens culturais do país, assegurando sua permanência e usufruto para as gerações presentes e futuras.

De acordo com o Guia dos Museus (2011), produzido pelo Ministério da Cultura, o museu é uma instituição com personalidade jurídica própria ou vinculada a outra instituição com personalidade jurídica aberta ao público a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, e que apresenta as seguintes características:

- I - Trabalho permanente com o patrimônio cultural em suas diversas manifestações;
- II - Presença de acervos e exposições colocados a serviço da sociedade, com o objetivo de propiciar a ampliação do campo de possibilidades de construção identitária, percepção crítica da realidade, produção de conhecimentos e

oportunidades de lazer;

III – Utilização do patrimônio cultural como recurso educacional, turístico e de inclusão social;

IV - Vocação para a comunicação, a exposição, a documentação, a investigação, a interpretação e a preservação de bens culturais em suas diversas manifestações;

V – Democratização do acesso, uso e produção de bens culturais para a promoção da dignidade da pessoa humana;

VI – Constituição de espaços democráticos e diversificados de relação e mediação cultural, sejam eles físicos ou virtuais.

## Museu ao ar livre

O primeiro desses museus foi criado na Suécia, em 1891, pelo filósofo Artur Hazelius, com o nome de Skansen. Tinha como finalidade preservar características culturais nórdicas em vias de extinção devido ao avanço da industrialização. “Este tipo de museu consiste, na maioria dos casos, de um conjunto de edifícios que ilustram o modo de vida de uma dada comunidade em uma determinada época do passado: residências, escola, igreja, moinho, galpões de artesanato, cervejaria, matadouro, etc.”. (SUANO, 1986, p. 66).

A proposta do museu ao ar livre é criar um ambiente em que tudo se pareça com o real, evitando ao máximo o uso de vitrines, legendas, ou seja, tudo o que possa lembrar a rotina tradicional de um museu. Este tipo de museu tornou-se bastante comum na Escandinávia e em toda a Europa.

As imagens a seguir mostram o Museu ao Ar Livre Princesa Isabel, situado em Orleans (SC - Brasil). O referido museu é o primeiro do gênero a ser construído na América Latina e foi reconhecido como Patrimônio Cultural Brasileiro pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

As principais cidades brasileiras contam com **museus** que abrigam parte de suas memórias, portanto, se o roteiro de férias incluir viagens vale a pena pesquisar sobre a existência de acervos históricos abertos à visita naquela localidade. O Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), ligado ao Ministério da Cultura (MinC), lançou em 2011 o Guia de Museus em Números, que possui informações referentes a 3.118 instituições cadastradas. Em virtude do grande número de museus espalhados pelo Brasil, fica inviável listarmos neste parágrafo. Acesse o seguinte link e os conheça: <https://brasilecola.uol.com.br/ferias/visita-museus.htm>

Busque também visitar na sua cidade os centros históricos e sítios arqueológicos (caso tenham). Nos Centros Históricos podemos encontrar belos casarões da época da formação de nossa cidade, que nos ensina a compreender acerca da nossa história, como viviam os nossos antepassados, seus costumes e hábitos. Além de conhecer um pouco sobre a arquitetura das ruas, praças, casarões e muito mais.

No Brasil temos vários exemplos de cidades que possuem encantadores Centros

Históricos, entre elas podemos citar: Tiradentes e Ouro Preto (MG), Porto Seguro e Salvador (BA), Olinda (PE), Petrópolis (RJ), São Paulo (SP), São Luís (MA), entre outras. Cada uma guarda um “pedacinho” da História do Brasil.

## O que são Sítios Arqueológicos?

Sítios arqueológicos são lugares onde podemos encontrar vestígios da vida e da cultura material dos nossos antepassados. Estes vestígios podem encontrar-se, por exemplo, sob a superfície do solo numa aldeia indígena abandonada, numa fortaleza de séculos passados, nas ruínas de uma igreja ou enterradas em sambaquis (locais à beira mar onde se acumularam conchas, ossadas humanas e/ou de animais, restos de alimentos e utensílios utilizados por grupos humanos que ali viveram).

A arqueologia é a ciência que se ocupa da investigação dos indícios, ou vestígios, de civilizações e culturas passadas. O termo é formado pelos radicais gregos *Arkhé*, que significa tanto “início/começo” quanto “ordem/organização”, e *Logia*, que significa, por sua vez, “estudo/ciência”.

O arqueólogo, por sua vez, é como um detetive que estuda os vestígios e pistas que indicam como vivia o homem no passado. As investigações arqueológicas têm por objetivo principal fornecer subsídios materiais, com datação temporal precisa, para a reconstrução do passado humano. Por isso essa ciência é tão importante para outras disciplinas, como: a história e a antropologia.

Em nosso país, o estudo científico dos sítios arqueológicos iniciou-se por volta de meados do século XX, em áreas de antigas ocupações humanas no estado de Minas Gerais. Pesquisas sistemáticas têm sido realizadas em todo o Brasil, em sítios de diferentes épocas e características e, assim, é possível construir, cada vez mais, um panorama das populações que viveram em terras brasileiras antes desse território ser o Brasil que conhecemos hoje.

A partir da década de 1970, iniciaram-se as pesquisas na região sudeste do Piauí, até hoje investigações arqueológicas são realizadas de maneira ininterrupta. É também nessa região que foi fundado o **Parque Nacional Serra da Capivara**, local onde foram descobertos os sítios arqueológicos que guardam os mais antigos vestígios da presença de seres humanos na América do Sul. Em 1991, o Parque foi inscrito na lista do Patrimônio Mundial da **UNESCO** como patrimônio cultural e natural por seu valor excepcional para a humanidade.

O **Parque Nacional Serra da Capivara** se expande pelos municípios piauienses de Canto do Buriti, Coronel José Dias, São João do Piauí e São Raimundo Nonato. Criado em 1979, com a finalidade de proteger um dos mais importantes exemplares do patrimônio pré-histórico do país, constitui e preserva o maior conjunto de sítios arqueológicos e é um dos exemplos mais antigos de arte rupestre das Américas. “Além disso, a iconografia das pinturas permite identificar informações sobre os povos antigos da região” (BUCO,

2014, p. 36). Abaixo apresento o mapa ilustrativo com as 10 (dez) principais unidades de conservação compreendidas entre PARNA (Parques Nacionais) e APA (**Área de Proteção Ambiental**) espalhadas por todo o Brasil.

As gravuras (pinturas rupestres) dos sítios arqueológicos do **Parque Nacional da Serra da Capivara** abrangem símbolos, animais e também figuras que lembram seres humanos. Existem imagens feitas com pigmentos vermelhos, brancos e mesmo azulados, além de figuras gravadas nas rochas.

### **Imagens Parque Nacional Serra da Capivara – São Raimundo Nonato –PI**

Por fim, gostaria de deixar uma mensagem pra você leitor (a) que pretende visitar um museu ou qualquer outra unidade de conservação, Parques Nacionais ou Área de Proteção Ambiental. Sempre que for a um desses lugares, fique atento às dicas de como se comportar nesses ambientes durante as visitas, normalmente esses espaços possuem suas próprias regras; no geral, ao sair de casa pra um desses locais, use roupas leves; se for se expor ao sol, use protetor solar adequado; conduza o seu próprio reservatório de água, caso precise adquirir água onde estiver e não jogue o frasco e/ou garrafa em locais inapropriados; seja prudente ao ver o aviso proibindo o uso de flash de seu celular ou máquina fotográfica durante as fotos obedeça, pois em alguns museus o uso do flash pode causar danos às obras de arte e demais utensílios ali expostos; não entre ou permaneça em espaços onde não lhe for permitido; durante as visitas, busque sempre a companhia de um adulto (professor (a), pais ou responsáveis); e peça ajuda e/ou informações sempre que precisar aos funcionários dos museus, bem como aos guias durante as visitas.

Em caso de passeios em trilhas nos parques onde exista a presença de animais, evite jogar comidas aos mesmos, pois geralmente os visitantes não estão autorizados a fazê-lo, haja vista que certos tipos de alimentos podem não ser adequados com a alimentação do bichinho e pode causar-lhe danos a sua saúde. Portanto, estudante, para que a sua visita transcorra na mais absoluta paz e seja de fato um momento de interação e aprendizado, siga todas as regras e instruções dos respectivos espaços de visita.

## **21 A CULTURA MATERIAL E IMATERIAL NO COTIDIANO DO CAIXEIRO VIAJANTE**

Geralmente quando nos referimos aos caixeiros viajantes a imagem que nos vem na lembrança nos remete a homens de meia idade andando de cidade em cidade, de lugarejo em lugarejo, montados a cavalo ou simplesmente a pé carregando bolsas e malas cheias de bugigangas dispostas à venda.

Esta imagem, embora um pouco folclórica, também condiz com a prática de atuação destes agentes sociais. Hilda Flores descreve com mais detalhes a figura dos caixeiros:

O caixeiro viajante vestia bota de cano alto, conhecida por *Musterreiter Stüfel*, provida de grandes esporas, bombacha, mais apropriada para semanas de cavalgadas, camisa xadrez, lenço ao pescoço e chapéu de aba larga para

proteção contra a canícula, além do poncho ou capa de chuva - que A. J. Renner logrou impermeabilizar na década de 1880, especialmente para o caixeiro viajante, que também ele foi. Completava a indumentária o relho de cabo curto na mão direita e guaiaca na cintura, onde guardava o dinheiro e também a pistola (FLORES, 2000, *apud*, MÜHLEN, 2018, p. 125).

De acordo com XAVIER (2012) o caixeiro surge como um personagem que tinha a função de ser o intermediador entre o **atacadista** e o **varejista**; encarregado de percorrer vastas regiões, levar as novidades oferecidas nas casas comerciais importadoras, exportadoras, manufaturadas e industriais dos principais centros urbanos, e depois retornar com as encomendas feitas pelos comerciantes.

Diferente do **mascate** que levava e vendia as mercadorias ao longo do seu trajeto, o caixeiro viajante passou a ser mediador de vendas, quase sempre entre o habitante da longínqua cidadezinha do interior do Brasil e o comerciante. “Montado em sua mula, levava em bolsas e malas de couro “um talão de pedidos e catálogos (parecidos com uma lista de preços atual)” com a descrição dos produtos, além de amostras de mercadorias que não eram produzidas pelos colonos, em grandes baús” (XAVIER; *et al*, 2012, p. 44).

A cultura e a memória fazem com que as pessoas se identifiquem umas com as outras, ou seja, reconheçam que têm e partilham vários traços em comum. Nesse sentido, pode-se falar da identidade cultural de um grupo social. O patrimônio cultural de um povo é formado pelo conjunto dos saberes, fazeres, expressões, práticas e seus produtos, que remetem à história, à memória e à identidade desse povo.

Em meio a esse universo de bens materiais e imateriais que constituem o patrimônio cultural de um grupo social encontramos um “arsenal” de utensílios de múltiplas utilidades que fazem parte do cotidiano do caixeiro viajante, auxiliando-o na arte de persuadir com seu cliente para que o mesmo adquira seus produtos.

Portanto podemos denominar esse conjunto de saberes, fazeres, expressões e práticas mencionados acima como a cultura imaterial dos caixeiros viajantes. Entretanto, podemos conceituar a cultura imaterial como o conhecimento que não fora ensinado por meio dos livros, sobretudo registros formais ou ensinamentos sistemáticos, mas sim através do conhecimento transmitido na prática, de maneira oral ou por meio de gestos de uma geração a outra.

A atividade comercial desenvolvida pelo caixeiro foi fundamental para o desenvolvimento do interior do Brasil. O deslocamento característico dessa atividade contribuiu para a configuração de seu trabalho e, principalmente, das relações familiares e afetivas desses trabalhadores. (XAVIER; *et al*, 2012, p. 44).

Já a cultura material, numa definição clássica, pode ser compreendida como o conjunto de artefatos criados pelo homem unindo matérias-primas e tecnologia, o qual se diferencia das estruturas fixas pelo seu caráter móvel. Nas suas andanças, como ilustrado nas imagens abaixo, era comum o caixeiro viajante conduzir os seus produtos auxiliados

por animais (muares), e essas, entre outras ações, constituíram o cotidiano desses profissionais de venda tornando-os figuras peculiares entre os demais trabalhadores da época (final do século XIX e primeiras décadas do XX).

Todos os utensílios e acessórios observados nas imagens mostradas anteriormente, que fizeram parte das identidades atribuídas aos caixeiros ao longo do tempo e que o moldaram diante do imaginário popular, denotam a sua cultura material por assim dizer.

As experiências do sr. Abdoral, ex-caixeiro viajante residente em Parnaíba –PI, configuram essa realidade. Nas praças por onde andava oferecia seus produtos e tirava o pedido daqueles que não dispunha no momento. Levava consigo produtos industrializados e trocava-os por matérias-primas, com as quais fazia bons negócios na cidade. As matérias-primas variavam desde: o **tucum**, o algodão, a cera de carnaúba, a castanha, o gergelim; até peles de animais, do tipo: couro de boi, carneiro, gato, onça e peles de jacaré, cobra, tejo, camaleão e muitos mais.

Zé Coelho, outro caixeiro que também contribuiu com esta pesquisa, ressaltou que os jacás (balaio) eram acomodados nas **cangalhas**, nos quais eram agasalhados os mais variados artefatos (mercadoria/produto), desde produtos de primeira necessidade, como o arroz, farinha, feijão, açúcar, azeite extraído a partir do coco babaçu, gordura de porco extraída a partir do derretimento do toucinho até a, considerada por ele a campeã nas vendas, pomada (ou banha, como é mais conhecida no senso comum) para curar os ferimentos dos animais.

A imagem a seguir ilustra uma cangalha e dois jacás, acessórios que foram fundamentais ao sr. Zé Coelho e tantos outros viajantes no exercício de sua profissão e que se consolidaram bens culturais (materiais) importantes dentro do universo dos caixeiros viajantes, numa época em que os muares eram praticamente o único meio por eles utilizados para transportarem suas mercadorias.

Era comum os caixeiros fazerem parcerias com os **tropeiros** segundo as suas necessidades, tendo em vista que estes últimos conheciam muito bem as dificuldades de acesso às regiões mais inóspitas. Esse cenário de proezas e resistência se repetia por várias regiões do Brasil, como assevera Flores (2000) acerca dos caixeiros que atuavam na região Sul do país no início do século XX:

À medida que o caixeiro viajante ampliava seu raio de atuação e aumentava a clientela, adquiria mais muares, formando tropa de até 20 – 30 animais. Quando o interior foi servido de malha viária, mesmo precária, o caixeiro atrelou a (s) mula (s) a uma carreta. Nas viagens fazia-se acompanhar por um ou mais knecht, peão, que tangia os animais, auxiliava no carregamento e descarregamento de mercadorias e mostruários e no trato das mulas. O peão podia ser contratado em Porto Alegre, onde o caixeiro começava a viagem, ou no interior (FLORES, 2000, *apud*, MÜHLEN, 2018, p. 125).

Levando em consideração a citação de Flores (2000), podemos perceber o quanto a mula foi importante na mobilidade do caixeiro viajante onde quer que fosse. O número de

animais se dava segundo a necessidade dos mesmos. Apesar do incremento das malhas viárias, o caixeiro continuou utilizando a mula como meio de transporte, alinhando-a a nova realidade. Os mueres foram substituídos bem mais tarde com a chegada das linhas férreas e do automóvel.

### 3 | A ARTE DE PERSUADIR DO CAIXEIRO VIAJANTE

A persuasão talvez seja uma entre tantas outras qualidades inerentes ao ser humano que se acredita sobrepô-lo numa condição vantajosa no que tange ao seu semelhante, tanto no que diz respeito a sua vida pessoal quanto profissional, haja vista que a arte da persuasão os auxiliará no alcance de seu (s) objetivo (s) almejado (s).

Geralmente conhecemos alguém persuasivo, que de alguma maneira consegue influenciar as pessoas com facilidade em benefício próprio. Um exemplo clássico pode ser a figura do caixeiro viajante, sujeito habilidoso no enfrentamento dos mais inusitados obstáculos no exercício da sua profissão persistentemente onde quer que fosse. Levava sempre consigo aquele que seria um dos seus principais atributos para o bom desempenho de seu trabalho: a arte de persuadir.

Como um profissional que tinha na atividade comercial o seu meio de sobrevivência, o caixeiro viajante sempre utilizou no fechamento de seus negócios (vendas), todo o seu poder de persuasão diante de sua clientela, ajudando-o a convencê-la a adquirir os seus produtos. Abreu (2002) traz em sua obra *A Arte de Argumentar*, aquela que seria a origem do termo persuadir. Segundo ele: “Persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro. A origem dessa palavra está ligada à preposição PER, “por meio de” e a SUADA, deusa romana da persuasão” (ABREU, 2002, p. 25).

Provavelmente os caixeiros viajantes nunca tomaram conhecimentos acerca da definição do termo persuadir atribuída por Abreu (2002), bem como a existência do mesmo. Embora o termo persuadir possa lhe causar estranhamento, suas ações diárias junto aos seus clientes (público alvo) configuravam-se como a arte de persuadir, algo que certamente esses profissionais não aprenderam nos livros ou manuais, mas na prática diária de sua profissão, pois o ato de persuadir quer dizer construir no terreno das emoções, é sensibilizar o outro para agir. Quando persuadimos alguém, essa pessoa realiza algo que desejamos que ela realize, comprar um produto por exemplo.

Em suas jornadas diárias, o caixeiro viajante era desafiado a vender os seus produtos sejam eles pronta-entrega ou de encomenda, a palavra de ordem era não perder vendas, não deixar de fazer negócios. Cada cliente visitado era um momento de interação com troca de informações por ambos os lados, mas também oportuno para a efetivação de uma nova venda.

Durante essas visitas, normalmente o caixeiro viajante recebia da clientela as **duplicatas** vencidas de vendas passadas, cabendo a ele em situações dessa natureza,

a função de cobrador. O não recebimento das referidas duplicatas às vezes impedia que o mesmo fizesse novos pedidos, ou seja, os clientes inadimplentes não estariam aptos a fazerem novas compras.

As viagens empreendidas pelos caixeiros viajantes eram sempre repletas de percalços, isso incluía toda a logística de transporte, acondicionamento das mercadorias, hospedagem, localidades de difícil acesso, condições precárias e/ou inexistência de estradas, inadimplência de clientes, pouco recurso disponível para o custeio das viagens, longas jornadas longe da família, entre outros. Apesar das dificuldades, o caixeiro viajante lutou dia e noite de maneira incansável para o cumprimento de sua função de “condutor” do progresso e desenvolvimento econômico, político, social e cultural, sobretudo no município de Parnaíba Piauí, dentro do recorte temporal aqui abordado.

O sr. Abdoral, antigo caixeiro viajante que atuou muito tempo na região, fez o seguinte depoimento acerca de algumas dificuldades que enfrentara:

Carro, era muitíssimo pouco naquele tempo. Nós não tínhamos estradas. Para ir até Fortaleza (CE), a gente ia num ônibus que saía às quatro horas da manhã, chegava dez horas da noite, quando a estrada estava boa. Eu cheguei a passar três dias daqui pra Fortaleza. Daqui pra Teresina, de caminhão, eram dois dias. Ônibus fazia com dificuldade, em menos tempo, um dia todo. Tínhamos a companhia Marimbá, que fazia o dia todinho para ir e outro para vir. (ABDORAL, Livro do centenário da ACP, 2018, p. 68).

Através do depoimento do sr. Abdoral é possível percebermos o quanto eram difíceis as jornadas empreendidas pelos caixeiros viajantes na aquisição dos seus produtos bem como na distribuição/venda dos mesmos para a clientela; sem falar que esses profissionais numa época mais remota (início do século XX), utilizavam os muares como meio de transporte, haja vista não existir ainda o automóvel nem as estradas e/ou rodovias interligando as comunidades (freguesias, vilas, etc.).

Na realidade a mobilidade dos caixeiros se dava conforme a necessidade e a viabilidade da mesma. Seja montados em mulas, em pequenas embarcações (canoas, botes), carros de boi, em trens ou por meio de automóveis, o objetivo era sempre o mesmo: chegar até o cliente que não dispunha de outro meio para adquirir os mais variados produtos a não ser por intermédio dos referidos caixeiros viajantes.

Em suas longas jornadas pelo interior do estado, longe dos grandes centros comerciais, era comum os caixeiros encontrarem pelo caminho outros caixeiros. Os encontros geralmente aconteciam nas hospedarias, lugar onde os mesmos se reuniam para descansar, contar as novidades das praças por onde passavam, falar das vendas bem-sucedidas ou não, do cliente que deixou de pagar a duplicata vencida, das bebedeiras nas casas noturnas, bem como as experiências amorosas, entre outros. Eram momentos de interação, troca de experiências e de conselhos para os caixeiros principiantes também. Durante esses encontros dos viajantes, era de praxe os mais velhos e experientes contarem muitas histórias.

Aliando perspicácia à persuasão o caixeiro viajante conduziu de maneira eficiente a realização de bons negócios na área comercial nos finais do século XIX e primeiras décadas do século XX, seja trabalhando por conta própria ou como funcionário fichado em grandes empresas. Através de seus discursos persuasivos o caixeiro adquiria a confiança da freguesia ao tempo em que os cativava, garantindo-lhe uma relação de amizade e fidelidade nas praças por onde atuava, o que lhe proporcionava encomendas (pedidos) de novos produtos e a garantia de um retorno em breve.

As viagens demoravam em média uma semana, podendo durar um mês inteiro. A duração das viagens geralmente dependia de fatores como: regiões de difícil acesso, número de clientes a serem visitados, invernos rigorosos, a demora no fechamento das vendas, a difícil tarefa de receber as duplicatas passadas, entre outros. Outro agravante para o caixeiro que viajava com o auxílio de tropeiros eram as paradas obrigatórias para o descanso dos animais, momento de dar-lhes de beber, alimentá-los e de deixá-los descansar. “Um burro cansara e eles foram obrigados a repousar à margem do caminho, sentados à sombra acolhedora de uma velha **oiticica**” (INOJOSA, s/d, p. 71). As jornadas eram intensas debaixo de um sol forte sob altas temperaturas e terrenos íngremes. As peculiaridades inerentes a este profissional de vendas, são facilmente identificadas por meio dos adereços que conduziam diariamente onde quer que fosse.

Os acessórios por eles conduzidos eram sua “carta de apresentação” diante dos olhos atentos e ansiosos de sua clientela que os esperava levando uma infinidade de bugigangas e as últimas novidades dos grandes centros. O caixeiro viajante era visto por essas pessoas como o “condutor” de sonhos e fantasias, haja vista que em tempos mais remotos (final do século XIX e início do século XX), quando não existiam estradas, especialmente o caixeiro, era um dos poucos profissionais capaz de conduzir os mais variados produtos às regiões quase inacessíveis no interior do país.

Além do imponente figurino que o diferenciava à época, o caixeiro viajante contava ainda, como mencionado anteriormente, com o seu poder de persuasão, de convencimento. Uma característica necessária àqueles profissionais que desejavam obter sucesso na sua carreira como caixeiro viajante.

Os discursos persuasivos proferidos pelos caixeiros proporcionavam-lhes a efetivação de bons negócios, pois diante das queixas dos clientes de movimento fraco nas vendas, contas vencidas, despesas com funcionários, impostos a pagar, entre outros, só restava ao simpático e insistente viajante usar de argumentos para convencer aquele cliente que a melhor saída diante da crise era renovar o seu estoque com novos produtos.

Por fim, “Argumentar é a arte de convencer e persuadir. Convencer é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando. Etimologicamente, significa vencer junto com o outro (com + vencer) e não contra o outro” (ABREU, 2002, p. 25).

## REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. **A arte de argumentar: Gerenciando Razão e Emoção**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

BORG, James. **A arte da persuasão**. Coleção: vale mais que mil palavras. São Paulo:Saraiva, 2011, vol. 1.

BUCO, Cristiane de Andrade. **Sítios arqueológicos brasileiros** Santos,; Editora Brasileira de Arte e Cultura, 2014.

CASTRO, Maria Laura Viveiros de; FONSECA, Maria Cecília Londres. **Patrimônio imaterial no Brasil**. Brasília: UNESCO, Educarte, 2008.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Estação Liberdade/UNESP, 2001.

CUCHC, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

FUNARI, Pedro Paulo Abreu; PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. **1959 – Patrimônio histórico e cultural** Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2009.

HALL, Stuart **A identidade cultural na pós-modernidade** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HILL, Symon. **A Arte de Influenciar Pessoas**. Potencializa sua habilidade de relacionamento e liderança - São Paulo: Apalestra Editora, 2012.

Instituto Brasileiro de Museus. **Guia dos Museus Brasileiros**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus.

KERSTEN, Márcia ScholzdeAndrade. **Os rituais de tombamento e a escrita da história: bens tombados no Paraná entre 1938-1990**. Curitiba: UFPR, 2000.

LARA, Gláucia Muniz Proença; MACHADO, Ilda Lúcia; EMEDIATO, Wander (orgs.). **Análise do discurso hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, vol. 2.

MÜHLEN, Caroline von. Os caixeiros viajantes como agentes formadores de redes sociais no Rio Grande do Sul. *Ágora*. Santa Cruz do Sul, v. 20, n. 01, p.124-133, jan./jun. 2018

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica** São Paulo: Marins Fontes, 2004.

RIEGL, Alois. **1858-1905 O culto moderno dos monumentos: a sua essência e a sua origem** São Paulo: Perspectiva, 2014.

SANTOS, Benjamim. **Livro do Centenário da ACP: Memórias de uma época, uma cidade, uma associação**. Parnaíba: Gráfica e editora Sieart, 2018.

SUANO, Marlene. **O que é museu**. São Paulo: brasiliense, 1986.

XAVIER, Wesley Silva; BARROS, Amon Narciso de; CRUZ, Rafaela Costa; CARRIERI, Alexandre de Pádua. O imaginário dos mascates e caixeiros-viajantes de Minas Gerais na formação do lugar, do não lugar e do entre lugar. **Revista Administração**. São Paulo, v.47, n.1, p.38-50, jan./fev./mar. 2012.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Academia 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 47

Afonjá 41, 42, 44, 47, 48, 49

Alunos 51, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 68, 72, 73

Ambiente 31, 51, 52, 53, 54, 57, 58, 59, 69, 79

Atividades 26, 48, 56, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74

### B

Benedicto 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Brasil 7, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 23, 24, 25, 26, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 39, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 58, 62, 63, 64, 69, 75, 78, 79

### C

Cáceres 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59

Caixeiro 26, 33, 34, 35, 36, 37, 38

Candomblé 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50

Cena 57, 77, 79, 80, 83

Cidade 14, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 25, 30, 31, 33, 35, 39, 44, 68, 70, 72, 73, 80, 82

Conhecimento 26, 28, 34, 44, 45, 46, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 70, 73, 77, 78

Covid 13, 14, 15, 16, 17, 19, 23, 24, 25, 51, 52, 53, 57, 58, 73

Crimes 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11

Cultural 14, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 37, 39, 41, 45, 49, 50, 56, 57, 63, 64, 65, 69, 80

### D

Delegacia 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

### E

Educação 24, 27, 30, 41, 47, 48, 49, 50, 54, 59, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 75, 86

Ensino 26, 50, 51, 54, 55, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74

Escrita 13, 14, 39, 77, 80, 81, 82, 83, 84

Espaço 14, 15, 17, 27, 41, 42, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 64, 65, 66, 73, 79

Estudo 12, 13, 24, 26, 27, 32, 51, 52, 53, 58, 59, 61, 67, 68, 72, 73, 77, 78, 79, 83

Estupro 1, 5, 6, 7, 8, 9, 11

Extensão 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75

## **F**

Fontes 39, 42, 44, 79, 80, 82, 85, 86

## **G**

Gestão 57, 58, 59, 63, 68, 69, 70, 71, 72, 73

Graduação 61, 64, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78

## **H**

História 1, 13, 14, 18, 25, 26, 29, 31, 32, 34, 39, 41, 44, 48, 49, 50, 61, 63, 66, 69, 74, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86

## **I**

Idade 2, 3, 4, 6, 7, 8, 11, 14, 17, 33, 67

Identidade 2, 4, 5, 6, 8, 26, 27, 29, 30, 34, 39, 41, 42, 44, 45, 46, 49, 62, 79, 80

## **M**

Mãe 2, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50

Material 17, 26, 27, 32, 33, 34, 35, 77

Mato Grosso 51, 52, 53, 54, 59

Memória 17, 29, 34, 50, 54, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84

Morte 6, 9, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 46

Município 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 26, 37, 51, 52, 53

Museus 26, 30, 31, 33, 39

## **O**

Opô 41, 42, 44, 47, 48, 49

Oral 34, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84

## **P**

Pandemia 13, 15, 16, 17, 19, 22, 24, 51, 53, 58, 59

Patrimônio 26, 27, 29, 30, 31, 32, 34, 39, 47, 50

Pesquisa 1, 15, 30, 35, 49, 51, 52, 53, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86

Pesquisador 1, 53, 77, 78, 82, 83

Polícia 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12

Produtos 29, 34, 35, 36, 37, 38

Programa 61, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 78

## **R**

Religiosa 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50

Rock 77, 79, 80, 81, 82

## **S**

Santos 8, 9, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50

Saúde 13, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 24, 33, 66, 67, 68, 69, 71, 78

Social 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 31, 34, 37, 44, 45, 46, 48, 51, 53, 59, 61, 62, 64, 66, 68, 69, 70, 73, 74, 83, 84

Sociedade 5, 17, 18, 21, 24, 27, 28, 29, 30, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 62, 63, 64, 65, 70, 74, 78, 79

## **U**

Universidade 1, 12, 28, 42, 45, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 86

## **V**

Viajante 26, 33, 34, 35, 36, 37, 38

Vida 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 23, 29, 31, 32, 36, 43, 44, 47, 48, 51, 52, 53, 58, 81

Atena  
Editora  
Ano 2022



# História:

*Tempo & Argumento*

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)



[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



Atena  
Editora  
Ano 2022



# História:

*Tempo & Argumento*

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

