

O que se leva, o que se traz:

fluxos migratórios e fluxos de mercadorias entre o interior do Piauí e a cidade de São Paulo

Antonio Mendes da Costa Braga

Como citar: BRAGA, A. M. O que se leva, o que se traz: *fluxos migratórios e fluxos de mercadorias entre o interior do Piauí e a cidade de São Paulo*. In: TEIXEIRA, P. E.; BRAGA, A. M. C.BAENINGER, R. (org). **Migrações: Implicações passadas, presentes e futuras**. Marília: Oficina Universitária. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2020. p. 233-253
DOI: <https://doi.org/10.36311/2012.978-85-7983-267-3>. p. 233-253



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Sin derivados 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

O QUE SE LEVA, O QUE SE TRAZ: FLUXOS MIGRATÓRIOS E FLUXOS DE MERCADORIAS ENTRE O INTERIOR DO PIAUÍ E A CIDADE DE SÃO PAULO

Antonio Mendes da Costa Braga¹

Estudando fluxos migratórios entre o interior do Piauí e a cidade de São Paulo, SP², percebe-se que tanto vem se operando um intenso “ir e vir” de pessoas quanto um intenso deslocamento de mercadorias, de coisas “levadas e trazidas” entre os lugares de origem dos migrantes pesquisados e o lugar para onde se dá a migração, que é São Paulo.

¹ Antropólogo e docente do Departamento de Sociologia e Antropologia do curso de Ciências Sociais da UNESP, campus Marília e do Programa de Pós-Graduação do mesmo curso. Email: tonibraga@uol.com.br

² De caráter etnográfico e voltada para como se dão os fluxos e contrafluxos migratórios entre a microrregião de São Raimundo Nonato, no sudoeste do Piauí, e a cidade de São Paulo, esta pesquisa ainda está em andamento e vem sendo realizada em torno/a partir de três lugares específicos: (1) No bairro de São Miguel Paulista (São Paulo-SP), a partir da Empresa Elias Turismo e Transporte Ltda., que realiza transporte de mercadoria, venda de passagens e fretamento de ônibus que se deslocam entre a capital paulista e a microrregião de São Raimundo Nonato, no Estado do Piauí; (2) Em ônibus que vão e vêm para São Paulo através dos serviços prestados pela agência de Seu Elias, proprietário da referida empresa; (3) Na microrregião piauiense de São Raimundo Nonato, na sua área urbana, mas sobretudo nas áreas rurais, onde residem a maior parte dos migrantes que se utilizam dos serviços da empresa Elias Turismo e Transporte Ltda.

Entrando em contato com outros estudos, percebe-se que esse deslocamento intenso de pessoas e de coisas, de mercadorias, não era uma exclusividade do contexto da pesquisa em foco. Outros estudos também apontam para a presença de fenômenos semelhantes em contextos migratórios distintos, como, por exemplo, os estudos de Cristina Rigamonte (2001). Como nesta pesquisa, ali também se constata o quanto se mantêm sólidos e ativos os vínculos entre aqueles que migravam e os que permaneciam no local de origem da migração.

Outro aspecto relevante observado nesses estudos é que apontam para o fato de que, no caso brasileiro, notadamente nos processos de migrações, a partir do universo rural (como é este caso), tais vínculos são intensos e mantêm certa solidez. Eles apontam tanto para a presença desses vínculos quanto para o fato de que redes de relações sociais e familiares são fundamentais para o estabelecimento e manutenção dos mesmos. Estudos como os de Afrânio Garcia Jr. (1989), Klaas Woortman ([1990] 2009), Perry Scott (1995), Marilda Menezes (2002) e Sevá Nogueira (2010) são exemplos de literatura que corroboram esta afirmação.

Em sintonia com esta pesquisa, tais estudos mostram que nem sempre se rompem as relações entre aqueles que emigram e aqueles que ficam. Mas, ao contrário, o que se observa são processos migratórios quase sempre acompanhados da manutenção e/ou desenvolvimento de vínculos e de redes de relações sociais que permitem – de certa maneira – fortalecer os laços daqueles que emigraram com seus grupos sociais de origem. Estes laços são mantidos e alimentados de diferentes formas. Uma delas é justamente o fluxo e contrafluxo de coisas, mercadorias.

Neste artigo, buscou-se colocar em evidência e analisar o fluxo de pessoas que se deslocam “de cá para lá, de lá para cá” em conexão com o movimento das coisas, o movimento e troca de mercadorias, coisas que “vão e voltam” entre os diferentes locais, extremidades e espaços que fazem parte dos contextos onde migrantes, parentes, familiares e demais membros de suas redes sociais estão envolvidos.

De forma particular, interessa pensar o deslocamento de mercadorias, mesmo o ir e vir de coisas que, ao serem deslocadas de um lugar a outro pelos migrantes, assumem a forma de mercadorias. Mercadorias

num sentido próximo àquele proposto por Arjun Appaduria (2008). Mercadorias que são partes fundamentais dos processos e mecanismos através dos quais os migrantes e os seus - “de lá e cá” - vinculam-se, constroem e operam suas redes de relações sociais.

SOBRE COISAS, MERCADORIAS E ANTROPOLOGIA

Quando se fala sobre o que se leva e o que se traz, volta-se o interesse para uma temática que vem ganhando cada vez mais força dentro da antropologia social ao longo dos últimos anos: as coisas, os objetos. Temática esta que ao mesmo tempo em que é clássica dentro desta disciplina é também um tema emergente. Emergente no sentido de que vem despertando novo interesse.

Julga-se que esta temática tem muito a contribuir para os estudos dos fluxos migratórios, principalmente porque, em contextos migratórios como os pesquisados deste estudo, são fortes os vínculos entre “os que se foram e os que ficaram”, os “de cá e de lá”. Vínculos que, em boa medida, se dão, são operados e alimentados através de um de um ir e vir, de um fluxo contínuo de coisas. Coisas essas que podem ser dos mais diferentes tipos, sob a forma de encomendas, de presentes, de lembranças e uma infinidade de tipos de objetos, de mercadorias.

Dentre essas diferentes coisas, o interesse, aqui, consiste justamente naquelas que podem ser tomadas como mercadorias. E esse interesse pelas mercadorias tem uma primeira motivação: entende-se que mercadorias são coisas concretas que promovem vínculos. Ou seja, considera-se mercadoria as coisas que são objeto de uma relação de troca: onde há mercadoria há uma relação de dar algo e receber algo em troca (seja de imediato, ou posteriormente, e de forma nem sempre preestabelecida. Logo, uma das capacidades intrínsecas de uma mercadoria é estabelecer algum tipo de vínculo entre duas ou mais pessoas. O que implica dizer que uma mercadoria é um objeto concreto em torno do qual se estabelece uma relação social, um vínculo social.

Esta afirmação é central dentro do argumento que se busca desenvolver, pois, como já sinalizado, ela tem proximidade com o que propõe Arjun Appadurai em “A vida social das coisas” (2008). Notadamente,

quanto à sua sugestão de que as coisas circulam, de que elas têm uma trajetória social própria, na qual podem assumir condições e significados diferentes ao longo dessa sua trajetória. Algo que vai depender do contexto, dos agentes envolvidos, dos significados e práticas sociais em questão em determinados momentos. Um dos pontos centrais do argumento de Arjun Appaduria é justamente este: se as coisas podem assumir diferentes condições, elas podem, em determinado momento e contexto, existirem como mercadorias.

Logo, para os significados e as identidades sociais das coisas, são fundamentais os momentos e contextos das trajetórias destas mesmas coisas, conforme as apreensões, os significados, formas e usos sociais dados por indivíduos e grupos em interação. O que implica, por sua vez, considerar que a condição mercantil de uma coisa é algo que se relaciona a momentos, contextos, relações sociais nos quais uma dada coisa está inserida e nos quais se operam certos tipos de relações de troca entre sujeitos/agentes.

É preciso estar atento para o fato de que o uso dos termos mercadoria e mercantil trazem certo risco. Um risco que é inerente às sociedades capitalistas como a atual: o risco de julgar que toda mercadoria está diretamente relacionada a uma necessidade material, utilitarista, ou de subsistência. Tende-se, por exemplo, a pensar as mercadorias em termos de valor de uso e valor de troca. Mas isto é apenas uma parte do que pode vir a ser uma mercadoria, considerando o sentido antropológico mais amplo assumido aqui.

Dentro desta pesquisa, pode-se citar um exemplo que ilustra as limitações deste tipo de perspectiva excessivamente econômica: o que se leva de São Paulo para o Piauí não raro é algo cujo valor de uso (utilidade) e de troca (pecuniário, financeiro) tende a ser maior do que o que se manda do Piauí para São Paulo. Uma TV, por exemplo (que faz parte da lista de objetos passíveis de serem enviados de São Paulo para o Piauí), em termos pecuniários, custa muito mais que alguns quilos de carne de bode. Mas, no jogo de trocas, de amplos valores que ligam “os de lá com os de cá”, uma carne de bode que é mandada do Piauí como uma lembrança ou presente, não raro, tende a ter um valor simbólico incomensurável para aquele que dá e para aquele que recebe. E na condição de presente, tanto pode ter um valor simbólico de peso não tão distante ao da TV (quando está em jogo o ato de troca que alimenta vínculos), quanto pode, por exemplo, conter

algo que uma TV não tem (pode remeter àquele que recebe a carne de bode certas lembranças e a certos vínculos e dimensões de pertencimento dele para com sua terra de origem, no Piauí).

Ao referir “o que se leva e do que se traz” do Piauí e São Paulo, considera-se, portanto, que muitas coisas que são levadas e que são trazidas nestes fluxos e contrafluxos migratórios são parte fundamental do que alimenta e mantém vivas e articuladas essas redes sociais que vinculam “os de lá com os de cá”. Considerando que isso ocorre porque essas coisas podem assumir uma condição, uma situação mercantil. Situação mercantil que envolve a noção de que “[...] a vida social de qualquer “coisa” pode ser definida como a situação em que sua trocabilidade (passada, presente ou futura) por alguma outra coisa constitui seu traço social relevante” (APPADURAI, 2008, p. 27).

Neste sentido, possivelmente muito do que se leva e do que se traz, entre o Piauí e São Paulo e São Paulo e o Piauí, é parte de um grande movimento de coisas que vem e que vai, dessa maneira, constituindo uma contínua relação de troca, onde o que está em jogo não são só as coisas em si. As coisas que vêm e que vão. Ou as coisas trocadas. Mas a própria dinâmica da troca das coisas como parte fundamental do que vincula os “daqui com os de lá”, a alimentar as redes de relações sociais que os mantêm unidos. Ou seja, em boa parte daquilo que “se leva e se traz”, estão sendo depositadas e acionadas relações de trocas, dinâmicas de troca. Trocas essas que são fundamentais para as redes que são constitutivas e constituintes desses fluxos migratórios.

É preciso, contudo, que se pontue que nem tudo aquilo que faz parte desses fluxos e contrafluxos e suas redes sociais são concretamente tangíveis, mensuráveis. As notícias, os afetos, vínculos de consanguinidade ou aliança, valores, são alguns exemplos daquilo que também é mobilizado. Mas que não são coisas materiais, concretas.

Porém, fato é que, muitas vezes, vinculado a essas coisas não tangíveis existe todo um conjunto de coisas concretas, efetivamente materiais. Coisas que são movimentadas e que igualmente podem mover aquilo que não é imediatamente tangível. Coisas que movem afetos, vínculos, valores. Coisas que tanto podem vir a suprir uma necessidade material (ter um valor de uso),

servir para a troca (valor de troca), quanto podem envolver outras dimensões da vida social que não aquelas que dizem respeito apenas a uma perspectiva utilitarista ou exclusivamente econômica. E isso desperta interesse porque as coisas são potencialmente capazes de carregar uma densidade de revelações sobre o que e quem está pesquisando.

Um dos motivos pelos quais isso pode ocorrer é porque as coisas em si, como bem sabe-se, são e não são seres inanimados. Se, por um lado, podem ser apenas objetos (uma concha é uma concha, uma pedra uma pedra); por outro, quando abordados da perspectiva humana, esses objetos são potencialmente aptos a receberem algo a mais que os anima. Através de uma ação humana – de uma atribuição de sentido da parte dos seres humanos – um objeto, uma coisa, pode ganhar novas dimensões, novos significados. Daí uma concha deixa de ser simplesmente uma concha, uma pedra deixa de ser simplesmente uma pedra. Para tanto, basta que indivíduos, pessoas ou grupos atribuam a um dado objeto um algo a mais que vai além de sua condição física efetiva, que tanto incorpore quanto ultrapasse sua pressuposta utilidade (que, muitas vezes – no caso de nossa sociedade – tem seu significado sendo dado por uma *razão prática* (SAHLINS, 2003)).

As coisas, os objetos são, portanto, parte fundamental da vida social, tal qual reconhece a antropologia social. Como coloca José Reginaldo Gonçalves (2007, p. 16):

Não será exagero afirmar que o entendimento de quaisquer formas de vida social e cultural implica necessariamente na consideração de objetos materiais. Estes, na verdade, sempre estiveram presentes na história da antropologia social e/ou cultural e particularmente na literatura etnográfica. Alguns se tornaram célebres: os **churinga** nos ritos australianos (DURKHEIM, 2000); os colares e braceletes do circuito do **Kula** trobriandês (MALINOWSKI, [1922] 1976); as máscaras **dogon** (GRIAULE, 1938). Mas ao longo da história da disciplina nem sempre os antropólogos estiveram voltados para o estudo dos objetos materiais enquanto tema específico de descrição e análise. Acompanhar as interpretações antropológicas produzidas sobre os objetos materiais é até certo ponto acompanhar as mudanças nos paradigmas teóricos ao longo da história dessa disciplina.

Um aspecto que chama a atenção neste enunciado de Gonçalves é o de ele apontar para o fato de que a questão das coisas, dos objetos, e

mesmo da circulação de objetos, sempre esteve presente na antropologia e nos campos de estudos dos antropólogos. Basta observar que uma das obras seminais da antropologia – “Argonautas do Pacífico Ocidental”, de Bronislaw Malinowski – é, em boa medida, uma obra que se desenvolve em torno da troca de dois tipos de objetos de grande valor para os trobriandeses, por ele, pesquisados: pequenas conchas e ostras esponjosas.

Como é de amplo conhecimento, em “Os Argonautas”, Malinowski apresenta e analisa o ritual trobriandês do Kula, que vem a ser um sistema de trocas recíprocas que se desenvolveu num conjunto de mais de 12 ilhas do Pacífico Sul. A título de recordação, pode-se dizer que, segundo Malinowski, essas ilhas formavam o “Círculo do **KULA**”, onde dois tipos de coisas, objetos, dois artigos ornamentais, e altamente valiosos para aqueles nativos, eram trocados em sentidos contrários: de um lado pulseiras, feitas a partir de pequenas conchas (denominadas *mwalî*), eram ofertadas sucessivamente no sentido anti-horário, ao longo do círculo num ritual em que se usava a mão direita para ofertar as mesmas; de outros colares feitos à base de ostras esponjosas (denominadas *soulava*) circulavam no sentido horário e eram dados através da mão esquerda. Nesta perspectiva malinowskiana, o **Kula** funcionava como um sistema de reciprocidade e de coesão social, que se movia e estabelecia, em torno e através da troca, ritual desses dois objetos. Um sistema que, segundo malinowski, sustentava-se numa regra fundamental: “uma vez no Kula, sempre no Kula” (ou seja, através da troca ritual desses objetos (mercadorias) entre essas ilhas, aldeias, os trobriandeses estabeleciam fortes e duradouros vínculos entre si).

Fato é que Malinowski, em “Os Argonautas”, ensina não só a fazer pesquisa de campo com observação participante, como também que os objetos, as coisas, podem promover a reciprocidade e a coesão social. Aprende-se como certas coisas - ao serem mobilizadas - movem um conjunto de relações e interações entre membros de grupos ou sociedades. Toma-se conhecimento de que certas coisas, em certos contextos, podem incorporar sentidos e valores que lhes tornam profundamente significativas para aqueles que delas se apropriam, que as mobilizam e as incorporam em suas vidas e dinâmicas socioculturais.

Essa apropriação e uso investigativo que Malinowski fez de coisas materiais foi tão significativa que influenciou muitos estudos. Como é o caso

de uma grande tradição antropológica em particular, a Escola Sociológica Francesa. Quando se faz referência a esta escola, pensa-se principalmente em Marcel Mauss e em seu *Ensaio sobre a dádiva* (2003), onde ele tanto explicitou a influência de Malinowski sobre esse seu estudo quanto o fato de que determinados objetos, determinadas coisas, em dadas sociedades, são parte relevantes daquilo que se dá, daquilo que se recebe e daquilo que é retribuído nos rituais de prestações totais ou agonísticos. Logo, essa coisa dentro dessas dinâmicas sociais torna-se mais que objetos. Passa a ser dotada de um poder intrínseco. Essas coisas trazem em si, como coloca Mauss, tanto um *mana* quanto um *hau*, uma força mágica que as faz circular, ir e voltar. Força esta que emana do próprio social e que, em certa medida, é o próprio social presente nas coisas sob a forma do *hau*, do seu *mana*. *Hau* e *mana* têm a força de vincular, ligar as pessoas, umas às outras.

Aqui vale mais uma vez evidenciar o principal argumento: as coisas materiais são, muitas vezes, parte fundamental da vida social, da constituição da vida social. Principalmente, quando estão em movimento, quando estão sendo trocadas, em circulação.

Através das coisas, dos usos e trocas que os seres humanos fazem delas, entre si, o social realiza-se. E se elas, as coisas sob a forma de mercadorias, são tão importantes, é porque, como colocam Mary Douglas e Baron Isherwood em **O Mundo dos Bens**: “Os bens são neutros, seus usos são sociais; podem ser usados como cercas ou como pontes” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004, p. 36).

É essa capacidade de unir, de vincular que interessa nas coisas materiais, nas mercadorias. O ponto de vista antropológico, aqui, é, portanto, semelhante ao que Mary Douglas coloca noutra assertiva sua: “O ponto de vista do antropólogo é de que as coisas cuja posse significa riqueza não são necessárias por elas mesmas, mas pelas relações sociais que elas sustentam” (DOUGLAS, 2007, p. 19). Em suma, julga-se que as coisas são interessantes em virtude das relações sociais que elas sustentam.

FLUXOS MIGRATÓRIOS E FLUXOS DE MERCADORIAS

Como indicado inicialmente, a relevância das mercadorias dentro dos fluxos e contextos migratórios evidenciou-se como uma decorrência

do desenvolvimento desta pesquisa, do que era observado no campo e com o que foi sendo encontrado em determinados textos sobre migrações.

No que se refere ao contexto desta pesquisa que desenvolve-se ao longo dos últimos dois anos, ela tem como um dos locais fundamentais de seu desenvolvimento uma agência familiar – Elias Turismo e Transporte Ltda. – que oferece transporte de passageiros e mercadorias entre a microrregião de São Raimundo Nonato, no Piauí, e o bairro de São Miguel Paulista, na cidade de São Paulo (BRAGA, 2011). Foi ali que se começou a constatar que não só os migrantes estão em fluxo, mas uma infinidade de coisas materiais também.

Interessados em estudar os migrantes³ e as redes de relações sociais que mantêm e alimentam determinados fluxos migratórios entre a microrregião de São Raimundo Nonato e a cidade de São Paulo, percebe-se que uma grande movimentação de coisas e as mais diversas mercadorias são mobilizados nesses fluxos migratórios, no ir e vir dos migrantes. E igualmente detecta-se que essas coisas são uma parte muito importante dos processos que alimentam as relações sociais e que ajudam a sustentar, alimentar e mover as redes de relações sociais migrantes.

Nesses fluxos migratórios, tanto as pessoas quanto coisas se movem. E se as coisas são importantes, são porque estão em movimento. E principalmente porque, ao serem trocadas dentro dos fluxos migratórios, revelam muito sobre quem são aqueles que estão dentro desses processos e redes de fluxos migratórios, sobre o que eles valorizam, sobre como compreendem, definem e alimentam suas redes de relações sociais, como são os vínculos que eles mantêm uns com os outros.

Trata-se, portanto, de perceber que as coisas são partes fundamentais daquilo que mantém unidos os “daqui com os de lá”, que estão presentes em diferentes posições e localidades que compreendem os

³ Os migrantes que estão sendo pesquisados são principalmente aqueles que se utilizam dos serviços prestados pela empresa de Seu Elias e que estão inseridos dentro das redes de relações sociais que se entrecruzam na agência de turismo e que – de alguma forma – têm seu Elias como parte da mesma. Interessa, aqui, primordialmente, o migrante do “interior” (este é um termo *emic* utilizado pelos migrantes da região de São Raimundo e que indica que se trata de alguém que mora na zona rural, ou em um povoado ou numa pequena propriedade rural), principalmente aqueles que se deslocam continuamente entre o interior do Piauí e São Paulo. Aqueles que estão dentro dos fluxos migratórios, ora no Piauí, ora em São Paulo. Migrantes estes que, nesta perspectiva, são parte importante para os processos de mobilização e movimentação das redes de relações sociais que ligam aqueles que estão no Piauí com os seus que estão em São Paulo.

espaços sociais e geográficos dentro do quais estão inseridos esses migrantes e aqueles com os quais mantêm vínculos sociais significativos. O que se manda, o que se leva, o que se traz é muito importante para estabelecer vínculos entre os “daqui e os de lá”. Encomendas, presentes, não raro, geram expectativas entre aqueles que esperam e aqueles que vão de um lugar para outro nos fluxos migratórios.

Mas esse fluxo de coisas é bem mais do que algo que gera expectativa. Como coloca a antropóloga Andréa Lobo, em seu estudo sobre migrantes cabo-verdianos (e que é perfeitamente válido para o caso aqui analisado), os fluxos de objetos e informações entre migrantes “daqui e de lá” são importantes justamente por movimentarem as relações entre esses migrantes, seus parentes e amigos, pois desse fluxo de objetos

[...] emanam valores importantes, como a reciprocidade, a solidariedade e a responsabilidade. Além destes, são igualmente importantes os campos de tensões, de negociações e de tomadas de decisões construídos por intermédio das trocas, campos estes que alimentam nos envolvidos um sentimento de pertencimento (LOBO, 2010, p. 31).

O QUE SE LEVA, O QUE SE TRAZ

Como já referido, ao pensar neste texto sobre o que se leva e o que se trás, a primeira referência é a Agência Elias Turismo e Transporte Ltda. E isto ocorre porque, todas as semanas, partem da sede da agência de Seu Elias, em São Paulo, dois ou mais ônibus com destino ao Piauí, repletos de pessoas e de mercadorias. E do Piauí voltam dois ou mais ônibus com destino a São Paulo. E igualmente saem de dois a três caminhões com mercadorias, encomendas com destino ao Piauí. Em suma, um grande ir e vir de pessoas e mercadorias.

A origem da empresa ajuda a compreender o contexto pesquisado: ela começou há cerca de dez anos, quando Seu Elias foi convidado, por um dono de uma empresa de ônibus de turismo, a vender passagens para São Raimundo e região. Desde então, o negócio prosperou, tornando-se um dos importantes meios de transporte alternativo e meio de deslocamento de mercadorias para aqueles que se deslocam ou têm vínculos com a microrregião de São Raimundo e São Paulo. Seja indo ou voltando, levando ou trazendo.

E trata-se de um ir e vir, levar ou trazer, onde as relações interpessoais são fundamentais. No caso de Seu Elias, por exemplo, antes de ele ter essa empresa, já havia se tornado uma importante referência para algumas pessoas que, morando na região dos municípios de Fartura do Piauí, Dirceu Arcoverde e São Raimundo Nonato, desejavam tentar a sorte em São Paulo.

Como o próprio Seu Elias diz, desde os anos oitenta, ele vem ajudando seus “conterrâneos a se ajeitar em São Paulo”. Arrumando um lugar para o “conterrâneo” ficar, ajudando a encontrar um emprego. Em torno dele, desenvolveu-se toda uma rede de solidariedade e ajuda mútua entre os migrantes da microrregião de São Raimundo Nonato. E a partir dele, desenvolveu-se a empresa de transporte de mercadorias e passageiros. Uma empresa cujo sucesso deve-se muito às redes de relações sociais que se desenvolveram a partir e em torno dela. Redes marcadas por relações de solidariedade e ajuda mutua, onde Seu Elias é um dos agentes sociais dos mais importantes, como já referido.

Tanto que, em torno da sede de sua Agência de Turismo, no bairro de São Miguel Paulista, é muito fácil encontrar alguém que, ao chegar a São Paulo, pela primeira, vez contou com alguma ajuda de Seu Elias. O que possibilita afirmar que foi em virtude dessa prática de “ajudar o conterrâneo” e a partir dela, que ele, Seu Elias, terminou por construir seu negócio, a Agência de Turismo.

Pode-se pensar que ajuda mútua, família, parentesco, solidariedade e compadrio são realidades e valores muito em alta e que estão presentes em torno da Agência de Turismo de Seu Elias. E quanto mais aproxima-se de forma empírica e interpretativa desses aspectos mais parece ficar evidente que o que emerge daquilo que inicialmente parece ser um negócio em torno do transporte de pessoas e mercadorias entre o interior do Piauí e a cidade de São Paulo, revela-se, cada vez mais, como uma complexa rede de solidariedade e fluxo de pessoas e mercadorias, na qual, o que vincula uns aos outros são, principalmente, relações familiares, de parentesco e alianças. Relações que estão mobilizando bem mais do que passageiros e diferentes tipos de mercadorias: mobilizam-se afetos, valores, vínculos de parentesco, alianças, sentimentos de pertencimentos, sinais diacríticos referentes às identidades locais e regionais, princípios morais, dinâmicas econômicas

específicas, pertencimentos e vínculos religiosos. Sendo que, muito disso que é mobilizado, é mobilizado através de mercadorias que vêm e que vão.

Mas essas relações entre valores, afetos, vínculos, sentimentos de pertencimento e identidade mobilizados por pessoas e mercadorias não são sempre as mesmas a obedecerem às mesmas direções. Daí o interesse pelo que se leva e o que se traz. Pois o que se leva e o que se traz têm muita relação com os sentidos, as direções nas quais as coisas, as mercadorias, os presentes, as encomendas são movimentadas pelos migrantes.

Se, por exemplo, algo é levado de São Paulo para o Piauí ele tende a ter determinados significados, intenções e apropriações. Mas, quando essa mesma mercadoria, esse presente ou encomenda chega ao Piauí (e já não é mais aquilo que se leva, mas já é aquilo que se traz de São Paulo), ela tende a ganhar novos significados, uma nova condição, novas intencionalidades e apropriações. Ou seja, as interpretações, os significados e valores vão ter certa variação conforme a posição que cada pessoa ocupa na relação de troca, se ela é quem dá a partir de São Paulo, ou quem recebe no Piauí.

O mesmo é válido para o que se leva do Piauí para São Paulo. Quando algo está sendo levado do Piauí para São Paulo, possui determinados significados. Mas, quando chega a São Paulo, já é aquilo que se traz do Piauí e que será recebido por aquele que vive em São Paulo. E novas apropriações, intenções e significados entram em ação.

Com isso, quer-se chamar a atenção para o fato de que as coisas, as mercadorias, mudam os seus significados dependendo de quem as leva, de quem manda, de quem recebe, de onde se manda, de onde se recebe, por onde e como se move. Isto sempre considerando que quem atribui os significados, os sentidos e estabelece as apropriações mais relevantes são os sujeitos, os agentes envolvidos nesses fluxos de dar, levar, receber, retribuir. O que implica dizer que, ao mobilizar coisas, mercadorias, presentes e encomendas nos fluxos migratórios, os migrantes e os seus de “lá e cá” movimentam não só as coisas em si, mas uma variedade de significados. Movimentam vínculos, alianças, compromissos, negociações, afetos, definições de papéis, relevâncias de uns para com os outros, o papel dos migrantes, daqueles que estão “lá e cá”.

O fluxo de mercadoria é, portanto, parte fundamental dos fluxos migratórios. Pois se, por um lado, é fato que o que possibilita a muitos migrantes ir e voltar de São Paulo e Piauí e vice-versa são as redes de relações sociais que se estendem entre o interior piauiense e a capital paulista; por outro, são justamente esses intensos fluxos de mercadorias, coisas e objetos que alimentam e solidificam os vínculos migrantes, os vínculos dos “de lá e dos de cá”.

Mas o que é e como se dá esse fluxo de mercadoria entre “os de lá e de cá”? Que coisas são essas e como e por que elas são deslocadas “de lá para cá”?

É isso que se abordará no tópico seguinte, tentando compreender um pouco mais o que é proposto aqui, tendo em vista o contexto específico pesquisado.

MOVIMENTO DE MERCADORIAS ENTRE SÃO PAULO-PIAÚI E PIAÚI-SÃO PAULO

Pensando no que se leva de São Paulo para o Piauí, constata-se que as encomendas e bagagens transportadas, a partir da agência de Seu Elias, envolvem um volume, uma quantidade maior de coisas, ao comparar com outras direções de deslocamento de mercadorias. O que implica dizer que o que se leva de São Paulo vai numa quantidade muito maior do que aquilo que se traz do Piauí.

Segundo informou o proprietário dos caminhões que prestam serviços para a Agência Elias Turismo e Transporte Ltda., um dos grandes desafios que eles têm é com o retorno dos caminhões: quando eles levam mercadorias e encomendas para a microrregião de São Raimundo, os mesmos vão cheios, quase não há espaço. Porém, não é incomum os caminhões voltarem para São Paulo, muitas vezes, praticamente, vazios.

Já quanto aos tipos de mercadoria que os caminhões levam de São Paulo para o Piauí, esses tendem a ser os mais variados bens de consumo, principalmente bens duráveis: eletrodomésticos da linha branca, TVs,

aparelhos eletrônicos, motos, móveis, material de construção, instrumentos de trabalho, “mudanças definitivas”⁴.

Alguns motivos justificam este maior volume de coisas que vão de São Paulo para o Piauí. E um deles é que São Paulo ainda é vista como o “lugar onde está o dinheiro, onde se pode ganhar dinheiro”. Nesta perspectiva, os objetos que são levados para o Piauí devem apontar para o sucesso do empreendimento migratório. O que faz com que, muitas vezes, ocorra uma valorização de objetos que tragam em si a possibilidade de denotarem este “sucesso”: roupa de “marca”, aparelhos eletrônicos, motos, eletrodomésticos.

Isto implica dizer que o retorno ao Piauí deve ser – a princípio – um retorno de alguém que foi “bem-sucedido”. E os objetos pessoais que o migrante leva ou manda para o Piauí devem indicar isto. Espera-se que o retorno deva ser um retorno de sucesso. E isso deve ser demonstrado. Muitos, inclusive, procuram demonstrar isso através daquilo que usa em seus corpos, com uma roupa de “marca”, com adornos e adereços que indiquem sucesso.

Demonstrar que o empreendimento migratório foi bem-sucedido é também uma forma de retribuir, pois se torna uma forma de demonstrar àqueles que ficaram e que apoiaram ou criticaram o empreendimento migratório que este valeu a pena. Que aquilo que teve custo para quem foi e quem ficou compensou.

Igualmente, os presentes tendem a ter relação com esta formulação de sucesso. É, por exemplo, uma forma de levar àquele que ficou a compartilhar do empreendimento migratório. O presente, nesta perspectiva, reifica a relação, os vínculos que ligam uns aos outros dentro das estruturas de relações sociais e afetivas. Pode-se dizer que os presentes são dádivas por excelência, dado os valores que carregam e a aura de desprendimento projetada sobre eles.

Em síntese, crê-se que muito daquilo que se leva de São Paulo para o Piauí são coisas que tendem a por em evidência e a maximizar o sucesso

⁴ Coloca-se o “definitiva” entre aspas porque foram relatados casos de famílias que realizavam o que seria uma viagem de retorno em definitiva para o Piauí, mas que, depois de um tempo, retornaram. Segundo Seu Elias, o dono da agência citada, há casos em que famílias voltam para o Piauí com muitos bens e retornam para São Paulo com praticamente nada.

do empreendimento migratório, quando não mesmo minimizar algum tipo de insucesso. Daí porque, muitas vezes, a questão mais relevante não é se aquilo pode ou não pode ser comprado no Piauí. A questão é muito mais poder mostrar quão positivo, bom, proveitoso e vitorioso foi o tempo gasto em São Paulo, trabalhando em São Paulo. E se todos os envolvidos puderem compartilhar isso, melhor. Eis aí um importante significado daquilo que se leva de São Paulo para o Piauí. Daquilo que é trazido de São Paulo.

Se o que foi colocado anteriormente está em jogo, em parte, isso deve-se ao fato de que um empreendimento migratório – mesmo um de curta duração, onde a volta já está definida – tende a implicar em sacrifícios. Tanto para o migrante quanto para seus familiares: muitos deles têm de deixar filhos e esposa, ou os pais, cuidando sozinhos da roça; ele e os seus que ficaram no Piauí devem lidar com os distanciamentos afetivos e intervalos de ausência de notícias de seus entes queridos; eles têm de depender de ajuda de parentes em São Paulo; as condições de moradia em São Paulo nem sempre são as ideais; eles têm de estar atentos ao dinheiro ganho a fim de que seus gastos permitam levar um bom dinheiro para o Piauí.

Logo, o empreendimento migratório deve ser algo que valha a pena tanto para o migrante quanto para seus familiares. E esse valer a pena depende muito do quanto ele ganhou em São Paulo, do quanto ele conseguiu para melhorar suas condições de vida no Piauí, do quanto de tempo o dinheiro ganho em São Paulo permitirá que ele fique no Piauí, sem precisar voltar para São Paulo. Eis porque muitas das mercadorias que são trazidas de São Paulo devem conter em si a ideia de que o empreendimento valeu a pena. Tornam-se, desta maneira, uma forma de fazer com que aqueles que ficaram (e que também se sacrificaram) compartilhem do sucesso do empreendimento migratório.

As mercadorias levadas de São Paulo para o Piauí tendem a contrastar muito com o que é levado do Piauí para São Paulo. O que se leva do Piauí, principalmente, são bens alimentícios (principalmente carne de bode, farinha de mandioca ou polvilho, mel, manteiga de garrafa), pequenas lembranças. Geralmente, manufaturados produzidos no local de origem e feitos pelos próprios parentes, pessoas da região, dificilmente, sendo produtos industrializados. Porém, estas coisas tendem a ter um alto valor simbólico, sendo agregado pelos migrantes e os seus. Para

esses migrantes, o Piauí é o lugar de referência. Eles, antes de tudo, são “piauienses” (nas suas falas, dificilmente, acionam o “ser nordestino” como categoria identitária).

Como o contexto de origem desses migrantes é o rural, uma boa afirmação é que ali eles têm suas “raízes”. O que implica considerar que a organização e percepção que os migrantes apresentam acerca de “quem eles são” têm o local de origem como ponto de referência. As comunidades, povoados e locais de residência rural no Piauí são um ponto de referência para estabelecer seu “lugar no mundo”. E mesmo para aqueles piauienses que estão estabelecidos em São Paulo, mas que mantêm vínculos com o Piauí, e que estão inseridos dentro das redes de relações sociais que se entendem entre o Piauí e São Paulo, o Piauí tende a ser um ponto de referência identitário e de vínculos de pertencimento. E, nesta perspectiva, o que se leva do Piauí para São Paulo tende a ser, muitas vezes, algo que se remete a uma busca de solidificação dos laços sociais e sentimentos de vínculos e pertencimentos.

Um exemplo já citado, mas extremamente simbólico e relevante do que se leva do Piauí para São Paulo, é a carne de bode. Principalmente, aquela que é ou da criação do próprio migrante, ou de seus pais. Cabe frisar que quase todo migrante, ou membros de suas famílias, tem uma criação de bode. Logo, a carne de bode – dentro dessas características – termina sendo um elemento importante de constituição de vínculos, pertencimentos, quando levada para aqueles que estão em São Paulo.

Logo, seja a carne de bode ou outra lembrança, o que vai do Piauí para São Paulo é usualmente simples quando comparado com aquilo que vem de São Paulo. Mas mesmo significativamente muito simples (do ponto de vista econômico), quando comparado com o que vai de São Paulo para o Piauí – tem um significado extremamente forte, pois ele não só simboliza a aliança, o parentesco, o vínculo social e afetivo, como tem uma profunda capacidade de fazer os envolvidos nessa relação de troca a reconhecerem-se como parte de uma mesma coisa, uma mesma “alma”.

Pode-se inferir que aquilo que se traz do Piauí para São Paulo é, em grande parte, algo que se remete a essas constituições de laços sociais, vínculos, sentimentos de pertencimento. É, nesta perspectiva, algo que

pode até mesmo ter mais valor do ponto de vista da alimentação dos laços sociais que ligam, vinculam uns aos outros, posto que são carregados de forte valor simbólico e afetivo. Em suma, os objetos, as coisas, mercadorias que vêm e que vão são parte fundamental desses fluxos migratórios, de tal ordem que, a partir daí, são mobilizados (através das pessoas e desses objetos e mercadorias e oferta de presentes) múltiplos significados (como os afetivos, morais, econômicos, religiosos, matrimoniais, de compadrio) que não só viabilizam esses fluxos migratórios, como também fortalecem os laços sociais que vinculam as pessoas neles envolvidas umas às outras.

É preciso considerar, portanto, que, esse ir e vir de mercadorias aproxima-se daquilo que Marcel Mauss (2009), em seu estudo *O Ensaio sobre a Dádiva*, denomina de “*fato social total*”. Julga-se que, nesse fluxo e contrafluxo de pessoas e mercadorias, está sendo acionado algo semelhante ao que Mauss aponta como sendo o princípio da *dádiva*, que caracteriza e identifica o que ele denomina de *sistemas de prestações totais e agonísticos*.

Deve-se, portanto, considerar a hipótese de que o que se opera ali, a partir da Agência de Turismo de Seu Elias, entre São Paulo e o interior do Piauí, é algo que vai além de um fluxo e contrafluxo de pessoas e mercadorias marcados exclusivamente por dinâmicas econômicas ou mesmo apenas por princípios de solidariedade e ajuda mútua.

Neste artigo, o que propõe-se é que, nesse ir e vir de pessoas, nesses deslocamentos e trocas de indivíduos e mercadorias, encontra-se algo não só de caráter econômico, mas que é “dotado de significação social e religiosa, mágica e econômica, utilitária e sentimental, jurídica e moral” (LEVI-STRAUSS, 2009, p. 91). Em suma, está-se diante daquilo que Marcel Mauss identifica como um *fato social total*.

Portanto acredita-se que o levar e trazer de mercadorias nesse contexto migratório pode ser tomado como um complexo ritual de trocas, onde o contínuo movimento do dar-receber-retribuir de mercadorias que os indivíduos estabelecem entre si são parte fundamental das suas alianças e como essas são constituídas. São parte relevante da forma como assumem compromissos mútuos e se comprometem uns com os outros, posto que dar-receber-retribuir se configura como obrigações mútuas entre as partes envolvidas. Uma troca que, como observa Lanna (2000, p 176), não é só

[...] material, mas também uma troca espiritual, uma comunicação entre almas[...]. **Pois** toda troca pressupõe, em maior ou menor grau, certa alienabilidade. Ao dar, dou sempre algo de mim mesmo. Ao aceitar, o recebedor aceita algo do doador. Ele deixa, ainda que momentaneamente, de ser um outro; a dádiva aproxima-os, torna-os semelhantes. A etnografia da troca dá ainda um novo sentido às etiquetas sociais. Por mais que estas variem, elas sempre reiteram que, para dar algo adequadamente, devo colocar-me um pouco no lugar do outro (por exemplo, de meu hóspede), entender, em maior ou menor grau, como este, recebendo algo de mim, recebe a mim mesmo (como seu anfitrião).

Um princípio da *dádiva que* fica bem perceptível nos presentes que são dados por aqueles que vão de São Paulo para o Piauí e aqueles dados por quem vêm do Piauí para São Paulo. O que se constata no fato de que, quando o migrante vai para o Piauí, é quase compulsório levar um presente para os parentes, principalmente, para os do círculo familiar mais próximo⁵. Um dar presentes onde pode haver até mesmo um sentido agonístico nesse gesto de dar. Isto porque, em alguns casos, para a compra desses presentes, foi gasto uma parte significativa do dinheiro ganho em São Paulo. E quanto mais custa um presente, maior pode ser a possibilidade de ele ser tomado como um indicador de que a estadia em São Paulo foi um sucesso.

Igualmente, esses presentes tendem a obedecer a uma lógica: quanto mais próximo o parente, quanto maior o vínculo familiar, mais significativo ou vistoso costuma ser o presente. O que implica dizer que o ato de dar o presente é uma importante forma de aproximar e solidificar os laços familiares. É uma forma de mostrar a relevância que aquela pessoa que recebe tem para aquele que está dando e uma forma de mostrar a própria relevância da família como espaço central da vida social.

No entanto, se os presentes dados por aqueles que vão de São Paulo para o Piauí tendem a ser acompanhados de um caráter agonístico (onde os presentes costumam se superar em beleza e relevância), os presentes dados por aqueles que vão do Piauí para São Paulo tendem a ser mais simples, porém não menos significativos. São os casos já citados da carne de bode

⁵ Esta questão da obrigatoriedade de dar presentes é observada e analisada por Verena Sevá Nogueira, em artigo onde ela analisa processos migratórios de famílias camponesas que se deslocam entre o município baiano de Aracatú e a região de Campinas, SP. (NOGUEIRA, 2011).

curtida no sol, de mel, ou algum outro tipo de alimento típico do sudoeste do Piauí, da “terra natal”.

Desse aspecto, o fato de que, para um piauiense da microrregião de São Raimundo Nonato, poucas coisas têm, por exemplo, mais capacidade de remeter o migrante à sua origem do que a carne de bode. A carne de bode remete o piauiense do “interior” (isto é, da zona rural) a uma de suas principais dietas, a um pedaço de terra que foi seu ou de seus antepassados, às lembranças da infância, da família, da vida na roça, ao ritmo de um tempo próprio do sertanejo e, principalmente, simboliza um “local de encontro” com uma condição comum: ser piauiense, ser de São Raimundo, ser da Fartura, ser da Barrinha, ser do Porrotó, ser um Silva, ser um Dias, ser um Braga, ser um Neves, Januário, Santana, Campos, Passos ou Fernandes.

Neste sentido, o presente que chega do Piauí – mesmo significativamente muito simples (do ponto de vista econômico) quando comparado com o que vai de São Paulo para o Piauí – tem um significado extremamente forte, pois ele não só simboliza a aliança, o parentesco, o vínculo social e afetivo, como tem uma profunda capacidade de fazer os envolvidos nessa relação de troca reconhecerem-se como parte de uma mesma coisa, uma mesma “alma”.

Esse ir e vir de pessoas e mercadorias também está atravessado pela questão de “ser piauiense”, onde todos aqueles que fazem parte desse grande movimento de dar-receber-retribuir são envolvidos numa espécie de idealização com implicações concretas de uma “grande família”, onde os “parentes” estão sempre prontos a se ajudarem mutuamente. Uma ajuda cuja uma das formas de ser celebrada é justamente na troca de mercadorias, no movimento do “dar-receber-retribuir”.

É preciso estar atento, contudo, à percepção muito comum de que um ato não pode, ao mesmo tempo, ser espontâneo e obrigatório, altruísta e egoísta. Deve-se considerar que esta é uma percepção ideológica e moral relativa à própria sociedade (LANNA, 2000). Mauss (e outros que o sucederam), em contrapartida, mostra que a *dádiva*, os *sistemas de prestações totais* ou *agonísticos* que identificaram em diferentes sociedades vão numa direção contrária. Fato é que nas dinâmicas sociais onde se estabelecem alianças não existe o dar e o receber sem o princípio do retribuir. Como

exemplifica Mauss (2003), ao citar a noção Maori de *hau* (o espírito das coisas que sempre volta), a retribuição deve obrigatoriamente ocorrer, mesmo que seja sobre outra forma, de uma outra maneira, mas mantendo o *espírito* que mantém unidos uns aos outros. Ao trocar as coisas, enquanto *dádivas*, há algo que, em concomitância, está presente nessas coisas e as atravessa e, assim, vincula uns aos outros. São amálgamas da aliança que estão sendo instauradas.

Retomando a célebre frase de Malinowski sobre o Kula (“*uma vez no Kula, sempre no Kula*”), pode-se considerar que, para esses migrantes, uma vez na rede, sempre na rede de relações sociais nas quais eles estão inseridos e que os mantêm unidos, que os vincula à terra de origem, que os possibilita transitar e estar numa grande metrópole como São Paulo e ali realizar um empreendimento migratório.

E, para isso, é preciso “ser parente”, estar vinculado a algum tipo de relação e redes de parentesco. Fato que aponta para a importância da família e das redes familiares e de parentesco nos processos migratórios entre o Nordeste e São Paulo e São Paulo e o Nordeste.

Redes que precisam ser alimentadas, mantendo-se vivas e vitais. Nesse sentido, a relevância das coisas, das mercadorias: mercadorias são objetos promotores de relações entre indivíduos, pessoas. Mercadorias são mercadorias porque são trocadas. Para o que se dá é preciso que algo seja dado em troca. E certos processos de troca são, na realidade, um contínuo movimento de “dar-receber-retribuir”, onde tão ou mais relevante do que a coisa em si é a capacidade de manterem os indivíduos, as pessoas vinculadas, unidas entre si.

REFERÊNCIAS

- APPADURAI, Arjun. *A Vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói, RJ: Universidade Federal Fluminense, 2008.
- BRAGA, Antonio M. C. Velhos e Novos Caminhos Para a Cidade: mobilidade e redes familiares entre interior do Piauí e São Paulo, SP. In.: MENEZES, Marilda; GODOI, Emilia Pietrafesa de. (Orgs.). *Mobilidades, redes sociais e trabalho*. São Paulo, SP, Brasília, DF: Annablume/CNPq, 2011.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens – Para uma Antropologia do Consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

- DOUGLAS, Mary. O Mundo dos Bens, Vinte Anos Depois. *Revista Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, RS, Ano 13, n. 28, p. 17-32, jul./dez. 2007.
- GARCIA JUNIOR, Afrânio. *O sul: caminho do roçado – estratégias de reprodução camponesa e transformação social*. São Paulo/Brasília: Marco Zero/Universidade de Brasília/MCT/CNPq, 1989.
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios*. Rio de Janeiro, RJ: MiC, IPHAN/Garamond, 2007 (Coleção Museu, Memória e Cidadania).
- LANNA, Marcos P. D. Nota sobre Marcel Mauss e O Ensaio sobre a Dádiva. *Revista de Sociologia e Política*, n.14, p.173-194, junho de 2000.
- LOBO, Andréia de Souza. Mantendo Relações à Distância. O papel do fluxo de objetos e informações na configuração de relações familiares transnacionais em Cabo verde. In: Trajano FILHO, Wilson. *Lugares, pessoas e grupos: as lógicas do pertencimento em perspectiva internacional*. Brasília: Athalaia, 2010.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *As Estruturas Elementares de Parentesco*. Pretópolis: Vozes, 2009.
- MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.
- MENEZES, Marilda Aparecida. *Redes e enredos nas trilhas dos imigrantes: um estudo de famílias de camponeses-migrantes*. Rio de Janeiro/João Pessoa: Relume-Dumara/EDUEPB, 2002.
- NOGUEIRA, Verena Sevá. Dádivas e redes: o processo migratório em famílias camponesas. In: MENEZES, Marilda; GODOI, Emília Pietrafesa de. (Orgs.). *Mobilidades, redes sociais e trabalho*. São Paulo, SP/Brasília, DF: Annablume/CNPq, 2011.
- _____. *Sair pelo mundo. A conformação de uma territorialidade camponesa*. Campinas, SP: PPGAS/IFICH/Unicamp, 2010.
- RIGAMONTE, Rosani Cristina. Sertanejos *Contemporâneos: entre a metrópole e o sertão*. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP/FAPESP, 2001.
- SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- SCOTT, Russel Parry. Famílias camponesas, migrações e contextos de poder no Nordeste: entre o “cativoiro” e o “meio do mundo”. In: GODOI, Emília Pietrafesa de; MENEZES, Marilda Aparecida; MARIN, Rosa Acevedo (Orgs.). *Diversidade do campesinato: expressões e categorias* São Paulo/Brasília, DF: Unesp/Nead, 2009. v.2
- WOORTMANN, Klaas. Migração, família e campesinato In: WELCH, Clifford Andrew et al. (Orgs.). *Camponeses Brasileiros: leituras e interpretações clássicas* São Paulo Brasília, DF: Unesp/Nead, 2009. v.1. p. 217-238.