



GRUPO DE TRABALHO 2 - POLÍTICAS DE TURISMO E LAZER NA PAN-AMAZÔNIA

MERCADO DO VER O PESO: um campo de práticas turísticas segundo Pierre Bourdieu

Flávia Ferreira Gomes ¹

RESUMO: Há uma intensificação dos debates na América Latina sobre as feiras e mercados, enquanto territórios de relações sociais, econômicas e para o desenvolvimento do turismo. Delimita-se o mercado do Ver o Peso, Belém-Pará, a maior feira livre da América Latina, que se constitui como expressão da sociobiodiversidade amazônica que desperta o interesse pela realização de práticas turísticas. Buscou-se caracterizar o campo das práticas turísticas fundamentando a análise na teoria geral dos campos de Pierre Bourdieu. Metodologicamente trata-se de uma pesquisa documental e bibliográfica associada a visita de campo ao Mercado do Ver o Peso. Os resultados preliminares sugerem que a caracterização do campo das práticas turísticas no mercado do Ver o Peso pode contribuir no desenvolvimento do turismo.

PALAVRAS-CHAVES: Mercado Ver o Peso, Turismo, Práticas Turísticas, Campo, Habitus.

INTRODUÇÃO

Há uma intensificação do debate sobre feiras e mercados na América Latina (SAMPAIO,2018; LEITÃO,2010,2021; CORAGGIO,2021; CAMPELO,2010; CASTRO,2013) evidenciando o interesse e o vigor do debate científico na atualidade.

As feiras e mercados fazem parte do processo de urbanização das cidades ao longo da história como lugares de trocas, saberes e interações sociais e econômicas, mediadas em especial pela comercialização de diversos produtos e serviços que colaboram não só com o abastecimento alimentar, mas também pela função de territórios de representação e preservação de tradição, valores e cultura, nesse sentido cumprem uma função diretamente vinculada a constituição de sociabilidades.

¹ Servidor efetivo da Secretaria Estadual de Educação do Pará. Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido-PPGDSTU-NAEA-UFPA. Mestre em Políticas Públicas e Sociais-PPGSS-UFPA, Especialista em Planejamento de Áreas Amazônicas-FIPAM-NAEA-UFPA, Licenciada Plena em Pedagogia-ICED-UFPA, Bacharel em Turismo-ICSA-UFPA. flaviaferreira31@yahoo.com.br.

Este artigo faz uma abordagem da maior feira livre da América Latina, o mercado do Ver o Peso, localizado na cidade de Belém, que “possui uma característica singular, pois possui o maior número de feiras livres fixas do Brasil. No total são 31 feiras livres e 18 mercados, distribuídos pelos bairros da cidade com destaque para o Ver-o-Peso”. (SECON, 2016)”. (LAMEIRA, 2020, p.14).

Dito isto, numa perspectiva preliminar se pretende neste artigo refletir sobre o mercado do Ver o Peso, em Belém, caracterizando-o como um campo de práticas turísticas utilizando dois conceitos basilares da sociologia reflexiva elaborada por Pierre Bourdieu, o conceito de Campo e de Habitus. Para tanto foi realizada uma pesquisa constituída de levantamento e análise bibliográfica e documental.

Este artigo sugere que o mercado do Ver o Peso na perspectiva do turismo, constitui-se como “um ícone da cidade de Belém, seu principal cartão postal” (LEITÃO, 2010), cuja representatividade e significado, de forma consensual é observada nos elementos arquitetônicos dos mercados de Carne e de Peixe, nas praças, nos arranjos comerciais, na gastronomia do setor das boieiras, no artesanato, na paisagem ribeirinha, nos sabores, nos costumes, no setor de ervas, na pedra do peixe (só parta citar alguns), nos diversos agentes e seus habitus, que despertam o interesse pela realização de práticas turísticas. Destaca-se que as práticas turísticas são práticas sociais e como tal se realizam por meio de interações que geram sociabilidades, como as identificadas no mercado do Ver o Peso, e as práticas sociais são objeto de centralidade na sociologia de reflexiva de Pierre Bourdieu.

ÁREA DE ESTUDO

O complexo do mercado do Ver o Peso, atualmente com 394 anos, tem sua origem vinculada a instalação - durante a administração de Gomes Freire de Andrade, na então Belém colônia - de um entreposto fiscal usado para controle tributário e fiscalização dos produtos comercializados, conhecido como casa *Haver-o-Peso*. (SILVA, 2016, p.66; CAMPELO, 2010).

Sua área corresponde a mais de 26 mil metros quadrados, sendo constituído por dois mercados: O Mercado de Ferro (mercado de Peixe, cuja estrutura em ferro e zinco é originária principalmente da Inglaterra), o Mercado de Carne (Mercado Francisco Bolonha), pelas praças: do Pescador e do Relógio, Solar da Beira, Pedra do Peixe, Feira do Açaí, além dos equipamentos comerciais, tais como boxes e barracas. Há ainda os arreados “esta modalidade consiste na oferta de mercadorias fora das barracas por pessoas não cadastradas pela Secon”. (SILVA, 2011, p.31). O complexo do Ver o Peso foi tombado pelo Instituto IPHAN em 1977, por suas

características arquitetônicas. E mais recentemente as boieiras - vendedoras de refeições - foram reconhecidas como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Município de Belém, através da Lei nº 9.393, de 31 de julho de 2018.

Leitão (2010) afirma que uma simples visita ao mercado Ver o Peso já é capaz de suscitar “uma infinita possibilidade de reflexão sociológica”(LEITÃO, 2010, p.22; CAMPELO, 2010), pois há uma multiplicidade de produtos, agentes, subjetividades, formas tradicionais de trabalho, formas e conteúdos coletivos que lá reproduzem expressões da sociobiodiversidade amazônica nos diversos setores que compõem o mercado (plantas, ervas medicinais, pescado, artesanato, boieiras, frutas, dentre outros) que suscitam o interesse de pesquisa.

Aqui, delimita-se como área de estudo o mercado do Ver o Peso, cartão postal de Belém, cuja singularidade, em parte, decorre de sua localização ribeirinha (LEITÃO, 2010, p.24), constitutiva de uma interface entre o urbano e o rural amazônico, imprime características particulares e únicas sobre sua dinâmica social e econômica, evidenciando sua importância como patrimônio cultural para o desenvolvimento do turismo. Especificamente, através das práticas turísticas. Entendendo práticas turísticas como práticas humanas que permitem interações sociais, visitas, passeios, experiências e sociabilidades.

Como caminho metodológico esta reflexão está fundamentada no construto teórico de Pierre Bourdieu, notadamente, em dois conceitos-chaves: Campo e Habitus. Estas chaves conceituais e metodológicas delimitam a construção do objeto de pesquisa, e ao fazê-lo possibilitam identificar o que está mais submerso, menos explícito, o poder simbólico dentro do estado de campo, permitindo “descobri-lo onde ele se deixa menos ver” (BOURDIEU, 1996, p.7). A partir destes conceitos a observação é conduzida na direção do implícito, nesse sentido, se pretende como proposto pelo autor, através de “uma conversão do olhar”, pensar as práticas turísticas engendradas no interior do campo do mercado do Ver o Peso. (BOURDIEU, 2009, p. 49).

PIERRE BOURDIEU: breve introdução aos conceitos de Campo e de Habitus

Para Bourdieu (2009) o campo é relacional, isto porque tangencia a compreensão das relações de poder, permite assim, compreender como os agentes se movimentam, as posições assumidas, assim estes agentes se legitimam e são legitimados,

A teoria geral dos campos permite descrever e definir a forma específica de que se revestem, em cada campo, os mecanismos e os conceitos mais gerais (capital, investimento, ganho), evitando assim todas as formas a espécies de reducionismo, a começar pelo economismo, que nada mais conhece de que o interesse material e a busca da maximização do lucro monetário”. (2009, p. 69).

O autor afirma que o campo social é um espaço de disputas travadas entre os agentes que formam o campo, e nele são definidas posições e movimentações estruturadas em direção aos interesses de cada agente, esse campo se sustenta através de um jogo de linguagem, mas também

“das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbítrio e do não-motivado os actos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir”. (BOURDIEU, 2009, 69).

Para categorizar o campo é preciso identificar o habitus dos agentes. Os agentes no interior do campo reproduzem suas posições a partir de um habitus, disposições historicamente construídas, uma matriz que orienta o exercício de sua ação. Através do habitus os agentes podem compreender e interpretar o mundo social, interagem, reproduzem dinâmicas, práticas sociais, ocupam posições e situações no interior do campo social. Para Bourdieu (2009) através do habitus os agentes compreendem o mundo exterior. Os habitus são diferenciados, mas também são diferenciadores, caracterizam os agentes e suas estratégias em direção aos seus interesses. É através do habitus que as condutas se convertem em práticas. (BOURDIEU, 2009). Assim,

"para que um campo funcione, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotados de habitus que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos de disputas, etc. (BOURDIEU, 1983b, p. 89)". (BAHIA, FIGUEIREDO, 2014, p.87).

Especificamente sobre a formação do campo turístico, Figueiredo;Nobrega (2015) asseveram que o campo turístico e o campo do turismo se interconectam e incidem na prática. A caracterização do campo das práticas turísticas diz respeito a todos os agentes que o compõem e seu estudo pode contribuir na consolidação e na luta pelo fortalecimento do turismo como campo científico.

MATERIAL E MÉTODOS

Para o alcance do objetivo estabelecido a metodologia definida foi a pesquisa bibliográfica e documental para o levantamento de dados secundários. Foram realizadas visitas não direcionadas com o objetivo de observar a dinâmica produzida em alguns setores do mercado do Ver o Peso. A abordagem teórico-conceitual adotada aqui é fundamentada na teoria geral do campo elaborado por Pierre Bourdieu.

CONCLUSÕES APROXIMADAS

O Mercado do Ver o Peso, em toda sua complexidade e dinamicidade, exemplifica um campo singular de sociobiodiversidade, de sociabilidades, de trocas e de experiências sociais e

econômicas que suscitam práticas turísticas, que ao serem analisadas a partir das chaves conceituais de Pierre Bourdieu possibilita não apenas uma mera descrição deste mundo social, mas orienta uma abordagem epistemológica do campo das práticas turísticas que são atravessadas por uma interface entre o tradicional que resiste e o novo que se impõe, entre o urbano e o rural ribeirinho da Amazônia representado pela cultura.

Destaca-se que as práticas turísticas são práticas sociais e como tal se realizam por meio de interações que geram sociabilidades, como as identificadas no mercado do Ver o Peso, e estas práticas sociais são objeto de centralidade na sociologia de reflexiva de Pierre Bourdieu.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAHIA, M. C.; Figueiredo, S. L. Lazer em áreas verdes públicas urbanas: as vivências na praça Batista Campos em Belém - Pará. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*, v. 1, p. 85-98, 2014.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico: tradução Fernando Tomaz (pottugues de Portugal)*. 1 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- CAMPELO, Marilu Márcia. Conflito e espacialidades de um mercado paraense. In: *Ver-o-Peso: estudos antropológicos no Mercado de Belém*. Wilma Marques Leitão (org). Belém. NAEA/UFPA, 2010.
- CARAGGIO, José Luis. *Miradas sobre la economía social y solidaria en América Latina / Cristina Amariles ... [et al.] ; editado por José Luis Coraggio*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO ; Los Polvorines : Universidad Nacional de General Sarmiento, 2021.
- CASTRO, Edna e SILVA, Ivaneide Souza. Interações rural-urbano: a sociobiodiversidade e o trabalho em portos, feiras e mercados de Belém, Pará v. 16, n.1, Suplemento, p. 109-126, jun. 2013, ISSN 1516-6481.
- FIGUEIREDO, Silvio José de Lima, NÓBREGA, Wilker. Turismo e desenvolvimento regional: conceitos e políticas em um caso brasileiro In: *Perspectivas contemporâneas de análise em turismo / Silvio Lima Figueiredo, Francisco Fransualdo de Azevedo, Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega (Organizadores)* – Belém: NAEA, 2015.
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). *Ver-o-Peso*. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/828>>. Acesso em: 01 de Set. de 2021.
- LAMEIRA, Sandra Maria de Araújo. *Feira do Ver-o-Peso: análise socioeconômica do feirante do setor de hortifrutigranjeiro e sua qualidade de vida*. Belém, 2020. 75 f.: 21 x 30 cm. Dissertação (Mestrado) – Universidade da Amazônia, Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão, Programa de Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente Urbano, 2020.
- LEITÃO, Wilma Marques, RODRIGUES, Carmem Izabel. *Mercado do Ver o Peso: Belém*. Disponível em: file:///C:/Users/User/Downloads/silo.tips_localizaao-da-cidade-e-do-mercado.pdf. Acesso em: 09/09/2021.
- LEITÃO, Wilma Marques (Org.). *Ver o Peso: estudos antropológicos no Mercado de Belém*. Belém. NAEA, 2010.
- SILVA, Luiz de Jesus. *Pedra, Redes e Malha na circulação do pescado do Ver O Peso ao meio urbano de Belém do Pará*. Tese(doutorado) Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia, 2016.
- SILVA, Tiago Luís Coelho Vaz. *Etnografando mercados: trabalho, sociabilidade e lazer no Ver-o-Peso*, Somanlu, ano 11, n. 1, jan./jun. 2011.
- SOUZA, Márcio *História da Amazônia [recurso eletrônico]: do período pré-colombiano aos desafios do século XXI / Márcio Souza*. – 1. ed. – Rio de Janeiro: Record, 2019.
- SAMPAIO, Carlos Cioce, GRIMM, Isabel Jurema, PROCOPICK, Mario. *Encadeamento ecossocioeconômico e gestão urbana: um estudo das feiras livres na cidade de Curitiba (PR)*. *Novos Cadernos NAEA* v. 21, n. 1, p. 35-56, jan-abr 2018, ISSN 1516-6481 / 2179-7536.