

Seção V

Tangenciamentos Disciplinares

A dimensão estética na feira do Guamá, Belém – PA

The aesthetic dimension in Guamá market, Belém – PA (Amazon)

Fábio Fonseca de Castro¹

Fábio Rodrigo de Moraes Xavier²

Marina Ramos Neves de Castro³

Resumo:

O artigo objetiva refletir sobre a pragmática comunicativa existente na dimensão estética da feira do Guamá, localizada em Belém, capital do Pará, na Amazônia brasileira. O trabalho é resultado de investigação etnográfica desenvolvida em sete meses. A perspectiva etnográfica nos leva a considerar a percepção das práticas de interação comunicativa entre sujeitos, a disposição dos produtos vendidos, a expressividade de venda. Para reflexão da arte existencial do mundo da vida e da forma que se estrutura o cotidiano da feira. Verifica-se a sabedoria e o conhecimento produzidos por pessoas presentes culturalmente, com significação, sensibilidade à essência social estética.

Palavras-Chave:

Estética; Interação; A arte de viver; Prática social; Feira.

Abstract:

The article has the reflection on the communicative pragmatics in the aesthetic dimension of the Guamá market, located in Belém, in the Brazilian Amazon. The work is the result of ethnographic research of seven months. The ethnographic perspective seeks to observe the practices of communicative interaction between subjects, the disposition of the products sold, the expressiveness of sale. With objective of reflection on the existential art of the world of life and the way the daily life of the market is existent. It is noted the wisdom and knowledge that is developed by subjects, with meaning, sensitivity to the aesthetic social essence.

Key-words:

Aesthetic; Interaction; The art of live; Social practice; Market.

1 Universidade Federal do Pará (UFPA), fabio.fonseca.decastro@gmail.com

2 Universidade Federal do Pará (UFPA), fabioxavier30@yahoo

3 Universidade Federal do Pará (UFPA), mrmdecastro@gmail.com

Introdução

A feira municipal do Guamá localiza-se no cruzamento entre a Rua Barão de Igarapé-Miry e a Avenida José Bonifácio, no bairro do Guamá, em Belém, capital do Pará. Possui movimentação e influência na economia local, bem como na estruturação social do bairro e dos bairros limítrofes. Trata-se de um espaço convencional de comercialização de produtos, dedicado à venda de frutas, legumes, carne, pescados, farinhas, ervas medicinais tradicionais, e produtos industrializados convencionais.

O objetivo deste artigo é compreender as interações sociais quotidianamente presentes nesse espaço em sua pragmática comunicativa. O sociólogo Maffesoli percebe esta pragmática como prática social estruturada em determinado espaço, no caso, a feira. Nos processos de interação, Schutz (2012) interpreta a recorrência das práticas sociais na movimentação intersubjetivas. Recorre-se a Simmel (1983) para examinar as percepções de formas e conteúdos.

Neste artigo, entendemos o desenvolvimento do mundo social como “o mundo social no qual o homem nasce e no qual ele precisa encontrar seu caminho é experienciado por ele como uma estreita rede de relações sociais, de sistemas de signos e símbolos” (Schutz, 2012: 92). Nessa colocação, podemos notar a ideia dos sistemas sociais que permitem a reflexão sobre a intersubjetividade.

Nós nos propomos, com a pesquisa, a entender as relações entre os sujeitos, e com esse propósito, procuramos abordar a dimensão da vida quotidiana na feira do Guamá a fim de demonstrar essa pragmática comunicativa: a disposição dos produtos e a presença de estruturas estéticas, ou melhor, de formas de gosto, disposições de sentir em comum, presentes na feira. Compreendemos que essas formas sociais (Schutz, 2012) constituem estruturas comunicacionais, intersubjetividades, que agenciam a vida social.

Dentro desta expectativa, Maffesoli (1990) aborda a própria experiência primeira que estrutura a expressividade dos sujeitos ali presentes, percebendo a própria experiência estética dentro do fato existencial da feira. No concerne aos estilos e formas, segundo Nunes (1989), estes expressam valores, tais como religiosos, éticos na localidade, os quais são essenciais como em outras sociedades.

A metodologia de pesquisa utilizada para a construção do trabalho é a perspectiva

etnográfica, a partir de visitas feitas durante sete meses. Também na localidade foi utilizado questionário para melhor obtenção de informação sobre os sujeitos que frequentam o espaço. Tendo como base teórica autores que colaboram para a reflexão e envolvimento com o processo da pragmática comunicativa, estética a prática social.

A dimensão estética da feira do Guamá se estrutura na própria expressividade dos sujeitos do local, a qual é ressaltada nas interações presentes e também na dimensão dos produtos. Percebendo-se a própria arte do mundo da vida, da existência primeira, observada na feira no processo de construção das práticas sociais desenvolvidas na interação cultural humana Amazônica existente. O presente estudo se situa como reflexão introdutória para outras investigações e colabora para outra perspectiva de imersão simbólica de pesquisa.

A arte na feira

É importante constatar que a apresentação dos produtos ofertados na feira possui relação com a publicidade e a prática social estabelecida no lugar.

O trabalho que o publicitário tem de dramatizar o valor de seu produto não é diferente do trabalho que uma sociedade tem de embeber suas situações sociais com cerimoniais e com sinais rituais facilitando a orientação dos participantes uns com os outros. Ambos devem usar os limitados recursos “visuais” disponíveis nas situações sociais para contar uma história; ambos devem transformar acontecimentos de outra forma opacos em uma forma facilmente legível (Goffman, *apud* Becker, 1999: 110).

Dentro desta ideia, é importante notar a manifestação da maneira das disposições das coisas, a cultura material presente, que compõe a feira do Guamá: “pode-se mesmo dizer que uma sociedade não existe senão enquanto se manifesta exteriormente. É somente assim que ela toma forma” (Maffesoli, 1998: 123). Podemos perceber a seguir como se desenvolve a manifestação na feira.



Figura 1. Venda de frutas. 2015. Belém – PA. Foto: Pesquisa de campo.

A cultura material seria, no nosso entendimento, aquilo que propicia a expressividade da forma social ou da socialidade. Apesar do aspecto econômico presente na feira, observamos que a vivência, a experiência de mundo, seu um “universo simbólico”, que “É preciso compreender como sendo a soma de interações que constituem, essencialmente, a vida social” (Maffesoli, 1998:123), engendrando interações frequentes e contínuas que geram uma determinada forma de estar junto, caracteriza certo conhecimento, certa forma social, uma percepção de mundo, portanto, processo comunicativo vivente na prática espacial da feira.

O sistema de conhecimento então adquirido- incoerente, inconsistente e apenas parcialmente claro- assume para os membros do grupo de aparência de suficientes coerências, clareza e consistência, conferindo a todos uma possibilidade razoável de compreender e de ser compreendido (Schutz, 2012: 93).

Dessa forma, a disposição dos produtos no local possibilita certa maneira de interação. Aspectos da cultura como adornamentos, enfeites, adereços, cheiros, cores, higiene, produtos intactos, a disposição dos produtos, assim como a sintonia da comunicação dos feirantes, são de grande relevância para que a interação seja efetiva. A partir dessa expectativa, a disposição dos objetos presentes na feira passa tanto pela construção de sentido quanto pela venda propriamente dita, mas que não se limita a ela: “O conhecimento vinculado a um padrão cultural carrega em si mesmo sua evidência – ou melhor, é tido como certo” (Schutz, 2012: 93), colaborando para que a maneira

dos produtos existentes possibilite o desenvolvimento de sua expressividade no cotidiano da feira.

A partir dessas observações, notamos que os setores possuem um corredor com os produtos pendurados ou em cima de suporte de ferro à frente da barraca. O setor de frutas que fica em conjunto com os setores de legumes e de verduras possuem produtos diversos, como abacate, mamão, cupuaçu, bacuri. O de legumes e verduras é vendido entre vários itens, cheiro-verde, cebola, batata, alho. Entre os setores de frutas, legumes e verduras, encontra-se o da carne, com venda de peças variadas. A comunicação no setor de carne não é tão intensa como no setor do peixe, por exemplo, no entanto, é onde fica mais evidente a infraestrutura de suportes frigoríficos, como a possibilidade de uso do cartão de crédito de forma mais expressiva entre os feirantes. Ao final da venda, todo tipo de osso é jogado na parte de fora, em um tonel de plástico, espaço mais próximo e adequado para a retirada dos restos.

No espaço voltado para os legumes e verduras, assim como para a carne, é verificada a aparência de certa racionalidade, de certa normatividade na disposição dos produtos, essa presença diz respeito às “Regras que se afirmam como meios conscientes; todas objetivam o cosmo cultural pela combinação entre racionalidade formal e racionalidade instrumental. A normativa e o caráter mundano da vida, com as exigências da cotidianidade” (Nobre, 2005: 35-36) e que se evidenciam através da cultura material presente na feira e da interação entre esses elementos que lá estão.



Figura 2 – A racionalização da feira e a venda. 2015. Belém – PA. Foto: Pesquisa de campo.

A partir desse entendimento, é possível pensar a feira na evocação de certa organização racional, em que a economia sofre influência de aspectos das práticas de interações deste espaço.

Essas relações ocorrem nos momentos das trocas, sobretudo das trocas simbólicas privilegiadas pelo *estar-junto* - do riso, da fala, das posturas corporais, das expressões, dentre outras tantas possíveis a ser abordadas - e, acredito, mais intensas do que as relações econômicas estabelecidas determinam, num a priori, no local (Castro, 2013: 34-35).

É importante observar que no início do corredor da carne, com entrada pela Avenida Barão de Igarapé-Miry, existe um altar com uma santa. Neste altar, encontra-se um suporte para colocar velas e flores, esse pequeno espaço, voltado à religiosidade, é permeado por uma estética do sentir de caráter religioso e, ao mesmo tempo, banal. Percebemos, talvez, uma alusão àquilo que Maffesoli costuma se referir como uma “ambição dessa nova arte de viver [como] [...] um tipo de contemplação daquilo que é, uma estetização da existência” (Maffesoli, 1998: 171). Esse pequeno aparato promove uma produção de sentido que se expressa como algo “natural” daquele lugar, daquela feira do Guamá.

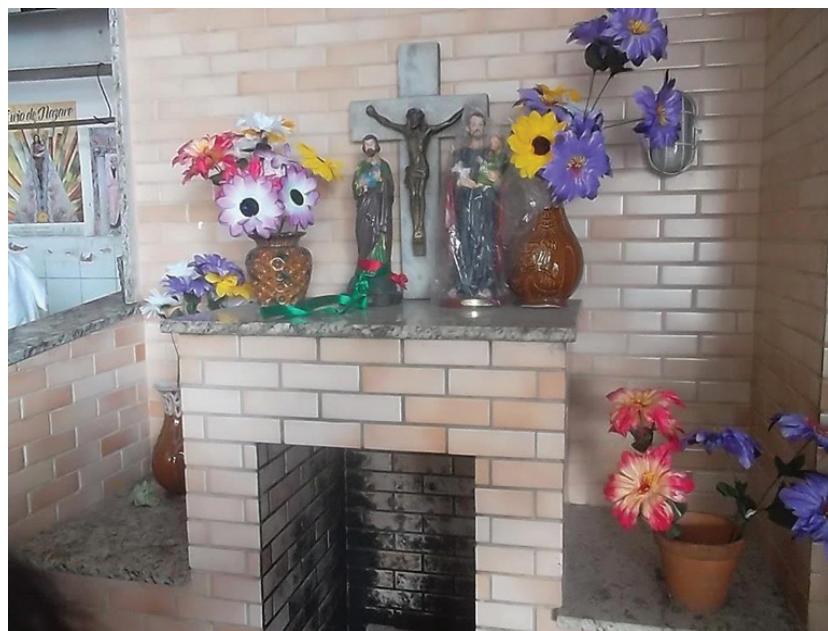


Fig 3 - A estilos e formas do altar de oração. 2015. Belém - PA. Foto: Pesquisa de campo.

Pela coloração negra, observada nos suportes onde são colocadas as velas, pudemos notar que o pequeno promontório é bastante utilizado. As pessoas chegam, colocam seus lumes ficam por um tempo, talvez em oração, e partem para suas atividades costumeiras⁴.

Uns entram na feira, outras apenas transitam naquele momento. A expressividade do local é bem peculiar, com resquícios de atividades de crenças. Assim, podemos intuir que ali está presente – apesar de não estar diretamente vinculado à função de compra e venda, ou de troca –, a religiosidade na feira, enquanto experiência cotidiana e banal, assimilada de maneira natural, contra o racional normativo localizado ao lado do setor de carne.

Exprime, na longa duração, aquilo que de diversas maneiras se pode chamar de espontaneidade vital, o vitalismo ou “elã vital” (Bergson). Coisas das quais é de bom tom desconfiar, mas cuja fecundidade própria não se pode, todavia, negar. É essa sabedoria popular que está na base da resistência frente a todos os poderes, mas igualmente ela estrutura o essencial dos fenômenos e das situações que constituem a existência de cada um e da sociedade como um todo (Maffesoli, 1998: 173).

Essa sabedoria popular, da qual fala Maffesoli, pode ser percebida no acondicionamento dos produtos, nas embalagens, na maneira de embalar, na rodada do saco para fechá-lo com um nó, nos envoltórios das folhagens para entregá-las ao freguês, no manuseio dos instrumentos como balança, cutelo, facão e outros, ou seja, na presença dos elementos que compõe a cultura material da feira Castro (2013). Como exemplo, podemos nos referir ao tratamento dado ao caranguejo na hora da venda, na forma como o feirante o coloca dentro de um tanque, como o acondiciona, deixando-o vivo até o momento da venda, na forma como pega, por trás, assim evitando ser atingido pelas suas grandes unhas; o cuidado que ele deve ter para que o caranguejo não perca as patas e não morra antes de ser vendido.

Depois de vendidos, o feirante coloca os caranguejos enfileirados amarrados com uma corda de plástico, e ainda é perceptível observar todo o movimento do animal, ainda levado vivo pelo freguês comprador. Importante notar que a forma como o caranguejo é condicionado, armazenado ali, tem toda uma estratégia e que é passada de geração em geração e que a sabedoria colocada em prática acaba por ser algo natural, por ser praticada quotidianamente por aqueles que detêm a prática, o manuseio cultural da coisa. Então, é notado o próprio desenvolvimento do algo banal, dentro da cotidianidade, percebendo desta forma que as pessoas que passam por ali a cada dia

4 Pudemos observar, de maneira mais expressiva, talvez porque se localize próximo dos açougueiros, que muitos deles vão e fazem preces para ter melhor venda.

não percebem toda esta expressividade que existe na venda do animal, a qual é a própria arte da vida daqueles feirantes.

Un art qui va s'observer dans le dépassement du fonctionnalisme architectural ou dans celui de l'objet usuel. Un cadre de vie à la reclame du design ménager, tout entend, devenir oeuvre de création, tout peut se comprendre comme l'expression d'une expérience esthétique première. Dès lors, l'arte ne saurait être réduit à la seule production artistique, j'entends celle des artistes, mais devient un fait existentiel⁵ (Maffesoli, 1990: 12)

Desta maneira, podemos perceber na comunicação entre os sujeitos e a disposição dos produtos a cultura material ali existente. Na área do pescado, por exemplo, os produtos ficam na parte da frente, no suporte de azulejo ou pendurados em ferros em forma de S. Em alguns momentos, o peixeiro joga água em cima do peixe para que o mesmo tenha aparência de ser fresco, neste momento, na disposição do produto, é perceptível a expressividade de um fator existencial, a vida, o frescor, o viço.

Na venda de farinha e de outros produtos como linguiça, charque, conservas, feijão, arroz, os produtos são dispostos em fileiras, em sacos plásticos, em cima de balcões ou em sacas abertas, a exemplo da farinha, feijão e arroz. A linguiça, assim como produtos similares, é, muitas vezes, disposta em S ou colocada em cima de algum suporte como balcão ou bancada, enrolada em si, formando uma espécie de pequeno tonel.

As barracas possuem o cheiro específico dos produtos que comercializam, portanto, assim que adentramos nos respectivos setores, percebemos imediatamente a mudança de odor. Alguns aromas são mais fortes que outros, como o do peixe, o do charque, da carne. Juntamente com o odor, é interessante perceber as diferentes cores do local, o que contribui para o agenciamento de um estar-junto, fruto de: "Um ambiente que proporciona possibilidades mútuas de monitoramento, (um ambiente) em que o indivíduo se encontra acessível aos sentidos nus de todos os presentes e estes estão lhe estão acessíveis de forma semelhante" (Goffman, 1998: 13-14).

Todos os aspectos descritos fazem com que a feira tenha uma carga representativa revela toda uma expectativa comunicativa e funciona como motor para as práticas ali existentes, desenvolvendo dinâmicas essenciais para a cultura a arte da vida, da sociedade amazônica.

Mantém íntimas conexões com processos históricos e possui a sua própria história, dirigida que é por tendências que nascem que ,

5 A arte que vai se observar na superação do funcionalismo arquitetural ou daquele objeto usuel. Um tipo de vida a um anúncio doméstico, tudo pretende se tornar obra de criação, tudo pode se compreender como a expressão de uma experiência estética primeira. Portanto, a arte não poderia ser reduzida somente à produção artística, eu digo aquelas de artista, mas se torna um fato existencial. Tradução, autor artigo.

desenvolve-se e morrem, e às quais correspondem estilos e formas definidos. Foco de convergência de valores religiosos, éticos, sociais e políticos, a Arte vincula-se a religião, à moral e à sociedade como um todo (Nunes, 1989: 15)

A relação entre os sujeitos no espaço da feira propõe novas compreensões, interações. Neste sentido, é o limiar que promove novos aspectos para a estruturação da venda. É no processo interativo, na sua dinâmica, que encontramos os elementos que contribuem para processos de aproximações, de incremento de trocas que constrói processos de estruturações na vida social e a expressividade estética.

Discussão

A relação existente entre pessoas na feira evidencia processo de construção de expressividade e colabora para os estilos e formas que caracterizam a própria prática social. Percebe-se o mundo da existência da arte, a condição dos sentimentos dos sujeitos observados na localidade. A essência do trabalho é desenvolvida fora da própria produção artística, aquela produzida por um artista, mas desenvolve-se na própria existência do ser em seu tempo.

A cultura, assim como o aspecto social e comunicacional intersubjetivo, colabora para a construção de reflexão da dimensão estética da feira do Guamá. Elabora outros horizontes que possibilitam perceber detalhes da expressão dos sujeitos, os sentidos e sentimentos expressivos na feira. A própria essência do ser amazônico, promovido por uma complexidade que desencadeia outras perspectivas de pensamento.

A racionalização ali vigente não influencia de forma determinante a vida daquelas pessoas que ali vendem os seus produtos. Trocas simbólicas, assim como expressões estão presentes, neste local. Variados tipos de convivência se situam para novas relações entre os sujeitos, estruturada a expressividade primeira, vigente no mundo existencial.

Importante perceber que a arte é o fator da própria construção dos sentidos e sentimentos que permeia o mundo da vida, a própria construção de certa expectativa real e imaginária, presente em relações entre sujeitos. Estrutura-se por meio da cultura, sociedade e pela comunicação no sentido de relação com o outro, no processo intersubjetivo, próprio do movimento da vida em que se evidencia.

Referências

- BECKER, Howard. *As políticas da apresentação: Goffman e as instituições totais*. Grenoble, 1999.
- BOURRIAU, Nicolas. *Estética Relacional*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2009.
- CASTRO, Marina R.N. de. *A arte na sua cotidianidade: Uma percepção de arte na feira do Guamá*. Dissertação de Mestrado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Artes da UFPA, Julho, 2013.
- CERTAU, M. de. *A Invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- GOFFMAN, Erving. *A situação negligenciada*. In Ribeiro e Garcez. Porto Alegre: Ager, 1998.
- GOFFMAN, Erving. *Interactive ritual: Essays on face behaviour*. Londor: Alen Lane, 1971.
- MAFFESOLI, Michel. *Elogio da Razão Sensível*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- . *Au Creaux des apparences*. Paris: PLON, 1990.
- NOBRE, Renarde Freire. *Weber e o Racionalismo Ocidental*. In: CARVALHO, Alonso Bezerra; BRANDÃO, Carlos da Fonseca (Org.). *Introdução à Sociologia da Cultura: Max Weber e Nobert Elias*. São Paulo: Ed. Avercamp, 2005.
- NUNES, Benedito. *Introdução à filosofia da arte*. São Paulo. Ed. Buruti, 1989
- SCHUTZ, Alfred. *Sobre a fenomenologia e relações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2012.
- SMITH, Greg. *Erving Goffman*. Londres/Nova York, Routledge, 2006.
- SIMMEL, George. *O problema da sociologia*. São Paulo: Ed. Ática, 1983.
- LEVI-STRAUSS, Claude. *Introdução a obra de Marcel Mauss e o ensaio sobre dádiva*. *Revista de sociologia e política*. São Paulo. v.14, p.173 2003.

Fábio Fonseca de Castro é Doutor em sociologia. Professor do curso de Comunicação, Programa de pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA), da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Fábio Rodrigo de Moraes Xavier é Pesquisador do Curso de Comunicação, da Universidade Federal do Pará (UFPA) e participante do grupo de pesquisa Fenomenologia da Cultura e da Comunicação (PPGCOM).

Marina Ramos Neves de Castro é Doutoranda em Antropologia no Programa de Pós-Graduação em Antropologia, da Universidade Federal do Pará (UFPA).