



Mercado Bolonha: Patrimônio Arquitetônico e locus de práticas culturais comerciais em Belém do Pará.

Luiz Henrique Rabelo da Silva



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO

Luiz Henrique Rabelo da Silva

Mercado Bolonha: Patrimônio Arquitetônico e *locus* de práticas
culturais comerciais em Belém do Pará

Belém
2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO

Luiz Henrique Rabelo da Silva

Mercado Bolonha: Patrimônio Arquitetônico e *locus* de práticas
culturais comerciais em Belém do Pará

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo. Área de concentração: Análise e Concepção do Espaço Construído na Amazônia; linha de pesquisa: Arquitetura, desenho da cidade e desempenho ambiental.

Orientador (a): Prof^a. Dr^a. Cybelle Salvador Miranda

Belém
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

H518m Henrique Rabelo da Silva, Luiz
Mercado Bolonha: Patrimônio Arquitetônico e locus de práticas culturais comerciais em Belém do Pará / Luiz Henrique Rabelo da Silva. — 2018
119 f. : il. color

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo (PPGAU), Instituto de Tecnologia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.
Orientação: Profa. Dra. Cybelle Salvador Miranda

1. mercados, etnografia, consumo cultural, patrimônio cultural, Ver-o-Peso, Belém-PA. I. Salvador Miranda, Cybelle , *orient.* II. Título

CDD 721.04471

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO

Luiz Henrique Rabelo da Silva

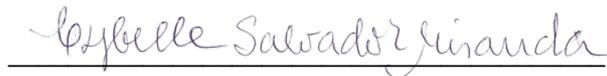
Mercado Bolonha: Patrimônio Arquitetônico e *locus* de práticas
culturais comerciais em Belém do Pará

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo. Área de concentração: Análise e Concepção do Espaço Construído na Amazônia; linha de pesquisa: Arquitetura, desenho da cidade e desempenho ambiental.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Cybelle Salvador Miranda

Data: 28/03/2018

Banca Examinadora:



Presidente: Cybelle Salvador Miranda
Doutora em Antropologia/UFGA
Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo - UFGA



Examinador Interno: Celma Chaves Pont Vidal
Doutora em Teoria e História da Arquitetura/ UPC
Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo – UFGA



Examinador Externo: Luiz de Jesus Dias da Silva
Doutor em Sociologia /PPGCS/UFGA
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo - UFGA

Belém
2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço à professora Cybelle Salvador Miranda, por me aceitar como orientando e guiar meus passos ao longo deste percurso, sempre com generosidade, disposição, paciência ao esclarecimento das minhas questões acadêmicas e até mesmo pessoais. Agradeço também ao acolhimento no Laboratório de Memória e Patrimônio Cultural da UFPA (LAMEMO), juntamente com o professor Ronaldo Marques de Carvalho, por sempre contribuir com ideias e nos contagiar com a sua alegria de viver.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela bolsa concedida para realização de meus estudos.

Ao IPHAN-PA, seus técnicos e seus bibliotecários.

A todos que dão vida ao Mercado de Carne Francisco Bolonha, sem os quais esta pesquisa não seria possível.

Aos meus preciosos pais, Maria José e Carlos Sérgio, aos irmãos, Sérgio e Deyvison, às irmãs Aline Cambraia, Thaianne Lage, Pamela Guimarães e aos meus sobrinhos, Davi e Maria Eduarda. Às minhas queridas primas, primos, tios e tias.

Aos meus companheiros: Antonella Baronatti, Raul Lima, Cezar Rabelo, Yuri Rebello, Fernando Câmara e Renata Durans, por terem uma contribuição direta nesta pesquisa.

Às Marcelinas, por sua amizade, reuniões e comilanças.

Ao apoio técnico e dedicação de Fernanda Costa. Às minhas queridas amigas do laboratório, Ana Laura Melo, Larissa Leal, Lívia Gaby, Vithória Silva, Wagner Ferreira e Zâmara Lima, por fazerem parte do meu cotidiano.

Aos amigos do LAHCA-UFPA, Bernadeth Beltrão, George Lima e Rodrigo Lima.

Aos professores e colegas do PPGAU-UFPA, em especial ao professor Juliano Ximenes, à professora Renata Godoy do PPGA-UFPA, ao Professor Jesus Dias e à professora Celma Point Vidal, pelas acertadas colocações apontadas nas bancas.

A todos os que compõem o universo da Universidade Federal do Pará, por me apresentarem à uma preciosa realidade e ampliarem a minha visão de mundo.

LISTA DE QUADROS

- Figura 1** - Mapa do Bairro da Campina: 13 - Conjunto Arquitetônico e Paisagístico do Ver-o-Peso: 13.1 - Mercado de Peixe; 13.2 - Solar da Beira; 13.3 – Mercado de Carne. Fonte: IPHAN: Mapa de delimitação da área de entorno de bens tombados pelo IPHAN, março de 2002. 14
- Figura 2** – Registro da movimentada madrugada da Pedra do Peixe, no Ver-o-Peso. Fonte: Luiz Rabelo, 2017. 20
- Figura 3** – Registro do Mercado de Santa Caterina antes dos anos 2000. Fonte: <https://www.verema.com/> 24
- Figura 4** - Mercado de Santa Caterina após a intervenção. Fonte: <http://meet.barcelona.cat> 27
- Figura 5** - Fachada do Mercado da Ribeira, em Lisboa. Foto: Cybelle Miranda, 2015. 29
- Figura 6** - Tomada interna do Mercado da Ribeira, após a intervenção. Foto: Cybelle Miranda, 2015. 30
- Figura 7** - Fachada do Mercado de San Miguel, Madrid. Fonte: <http://www.mercadodesanmiguel.es/prensa/> 31
- Figura 8** - Mercado municipal com apenas pavimento térreo. Fonte: Álbum de Belém do Pará – 15 de novembro de 1902, p.109. 33
- Figura 9** - Tomada da fachada do mercado, composta por dois pavimentos. Autor: Luiz Rabelo, 2017. 35
- Figura 10** – Tomada Interna do Mercado de Carne, destaque para os ornamentados pavilhões metálicos. Autor: Luiz Rabelo, 2017. 36
- Figura 11** - Registro da escadaria que compunha a antiga caixa d'água, destaque para o desenho dos painéis com motivos do *Art nouveau*. Autor: Luiz Rabelo, 2017. 37
- Figura 12** - Planta do Ver-o-Peso com setorização da feira. 39
- Figura 13** – Linha cronológica das intervenções realizadas no Complexo do Ver-o-Peso. Autor: MORAES, 2017 (adaptada pelo autor) 40
- Figura 14** - Casario situado na Avenida Boulevard Castilhos França, nas adjacências do Empreendimento Estação das Docas. Autor: Luiz Rabelo, 2017. 42
- Figura 15** - Destaque para os gradis instalados no mercado, removidos durante a mais recente intervenção. Fonte: Arquivo do IPHAN, 1999. 45
- Figura 16** - Registro dos frigoríficos suspensos, instalados na intervenção de 2007. Autor: Luiz Rabelo, 2016. 46
- Figura 17** - Planta do Pavimento Térreo – Setorização dos Pavilhões. 48
- Figura 18** - Registro do Mercado durante a apresentação do grupo musical de Carimbó. Autor: Luiz Rabelo, 2016. 56

Figura 19 - Registro da atração principal da noite: Lucas Estrela. Foto: Luiz Rabelo, 2017.	61
Figura 20 - Registro do empreendimento Quitanda Bolonha durante o Festival Sonido. Foto: Luiz Rabelo, 2017.	62
Figura 21 - Tomada da fachada da Casa Chama. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	67
Figura 22 - Registro interno do empreendimento Café Bolonha. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	69
Figura 23 - Tomada da fachada do café Bolonha. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	69
Figura 24 - Equipamentos frigoríficos de alguns boxes destinados ao armazenamento de utensílios. Autor: Fernanda Costa Oliveira, 2017.	72
Figura 25 – Gráfico referente a faixa etária dos frequentadores do Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	77
Figura 26 – Gráfico referente a escolaridade dos usuários do Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	78
Figura 27 - Gráfico referente ao consumo no Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	78
Figura 28 - Gráfico exibindo os motivos pela preferência ao Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	79
Figura 29 - Gráfico referente ao tempo de frequência do Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	79
Figura 30 – Gráfico referente as mudanças após a intervenção no Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	80
Figura 31 – Gráfico referente as sugestões de melhorias no Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.	80
Figura 32 – Exemplo do esquema elaborado a partir das metáforas identificadas no discurso do permissionário Felipe Chama. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	84
Figura 33 - Resultado percentual referente aos temas mencionados nos discursos dos usuários. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	85
Figura 34 - Registro fotográfico dos boxes vazios. Autor: Luiz Rabelo, 2017.	95
Figura 35 - Registro da berlinda de Nossa Senhora de Nazaré, padroeira de Belém. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	96
Figura 36 - Tomada do Caboclo Pena-verde, entidade pertencente a Umbanda. Autor: Luiz Rabelo, 2017.	97
Figura 37 - Maquete eletrônica da proposta apresentada pelo escritório de arquitetura DPJ. Fonte: http://portal.iphan.gov.br/	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Mapa com os temas e interpretações captadas nos discursos dos atores consultados. Autor: Luiz Rabelo, 2018.	90
Quadro 2 - Lista de bens beneficiados pelo programa Monumenta. Fonte: CGU, 2015.	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Mapa referente a soma da quantidade de palavras encontradas nas narrativas dos atores, conforme os temas elencados. Autor: Luiz Rabelo, 2018. 85

Tabela 2 - Mapa Mensal de Volume de produtos ofertados no Mercado Francisco Bolonha, tabela elaborada a partir de documentos cedidos pelo administrador Luís Rios. Autor: Luiz Rabelo, 2018. 94

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise do discurso
FUMBEL	Fundação Cultural do Município de Belém
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MCFB	Mercado de Carne Francisco Bolonha
PMB	Prefeitura Municipal de Belém
SECON	Secretaria Municipal de Economia
SEURB	Secretaria Municipal de Urbanismo
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

RESUMO

Funcionando como um importante pólo aglutinador social para a cidade de Belém, no complexo do Ver-o-Peso, o Mercado de Carne Francisco Bolonha (1860) sintetiza tais dinâmicas vivenciadas pelos mercados cobertos e hoje se revela como um lugar que transcende o puro intercâmbio de mercadorias. Prevalecendo a retórica de adaptar-se à modernidade, após passar por uma intervenção, sendo reinaugurado em 2011, embora continue a abrigar a venda de carne como atividade principal, houve um processo de esvaziamento dos boxes de carne, sendo incorporados outros segmentos como venda de refeições populares e lanches mais sofisticados. Adotando a etnografia como método de compreensão, o mercado foi analisado a partir da lógica interna de seus usuários, o que permitiu concluir que nele se mesclam práticas culturais tradicionais e contemporâneas, em que a persistência da venda da carne fresca garante a identidade do local, que sobrevive no meio termo entre o local e o global. Constatou-se, portanto, que em Belém, sob o risco de tornarem-se insustentáveis e deletérias ao patrimônio cultural local, as ações de salvaguarda do Centro Histórico devem alcançar uma compreensão da dinâmica real dos seus atores sociais.

Palavras-chaves: Mercados, etnografia, consumo cultural, patrimônio cultural, Ver-o-Peso, Belém-PA.

ABSTRACT

Running as an important social agglutinator for the city of Belém, in Ver-o-Peso complex, Francisco Bolonha Meat Market (1860) synthesizes the same dynamic experiences of covered markets and today it is revealed as a place that transcends pure exchange of goods. Prevailing the rhetorical adapt to modernity, after undergoing an intervention and reopened in 2011, meat market continues to be its main activity, nevertheless there was a process of emptying meat sellers' boxes, incorporating other segments such as popular meals and more sophisticated snacks. Adopting ethnography as a method of understanding, the market was analyzed from its users' internal logic, which allowed to conclude that traditional and contemporary cultural practices are mixed within, and the meat market persistence guarantees the place identity, surviving in the middle of local and global. It was found, therefore, that in Belém, at the risk of becoming unsustainable and deleterious to local cultural heritage, the safeguard actions of city's Historic Center should reach an understanding of the real dynamics of its social actors.

Keywords: Markets, Ethnography, cultural consumption, cultural heritage, Ver-o-Peso, Belém-PA.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 MERCADO FRANCISCO BOLONHA: UM MERCADO COBERTO SECULAR	23
1.1 MERCADOS COBERTOS: ORIGEM E CONTEMPORANEIDADE	23
1.2 A ORIGEM DO MERCADO DE CARNE	32
1.3 O MERCADO DE CARNE INSERIDO NO CONJUNTO ARQUITETÔNICO DO VER-O-PESO	38
2 NOVAS PRÁTICAS DE CONSUMO: UM OLHAR ETNOGRÁFICO	52
2.1 A EXPERIÊNCIA NO CAMPO	52
2.2 O EMPREENDIMENTO QUITANDA BOLONHA	55
2.3 O FESTIVAL SONIDO	59
2.4 AS VOZES DO MERCADO AS VOZES DO MERCADO	63
2.5 ANÁLISE DO DISCURSO	81
2.6 ARQUIVO MNEMÔNICO	83
3 PERSPECTIVAS PARA UM MERCADO SECULAR	91
3.1 PANORAMA GERAL	91
3.3. O PATRIMÔNIO HISTÓRICO NA ERA DA INDÚSTRIA CULTURAL	101
3.4 O VALOR ECONÔMICO E VALOR CULTURAL	103
3.5 PERSPECTIVAS À LUZ LOCAL	106
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
REFERÊNCIAS	115

INTRODUÇÃO

“Os mercados de alimentos, como nova forma de arquitetura e de urbanismo, se implantaram na Europa urbana no início do século XIX e se generalizaram no continente com a difusão dos mercados de ferro e vidro durante a segunda metade do século. Chegaram a converter-se em uma das mais claras manifestações do orgulho municipal, da inovação arquitetônica, da renovação urbana e das novas formas comerciais da cidade capitalista”
(GUARDIA, 2010, p.11, tradução nossa)¹.

Bem como em cidades europeias, no Brasil, os mercados simbolizam histórias vivas e seguem sendo importantes aglutinadores sociais e dinamizadores vitais, além de cumprir a função de comércio, para que foram desenhados. Hoje, neles repercute a ideia comum de uma necessária transformação na qual prevalece a retórica de adaptar-se à modernidade.

Seguramente se pode relacionar essas atuações com o desenvolvimento de uma esfera do consumo que vai se enchendo de lazer e de experiências. Essa tendência pode ser marcada, dentro do complexo Ver-o-Peso quando, em meados de 2015, um novo empreendimento gourmet se instalou no Mercado de Carne Francisco Bolonha e passou a oferecer uma prática de consumo diferenciada dos demais boxes, atraindo novos usuários de classes mais abastadas e dando vez a uma nova dinâmica neste espaço.

O complexo do Ver-o-Peso (Figura 1) é um espaço que se apresenta “cotidianamente como um lugar de expressiva atividade de trabalho, mas que também é um espaço no qual são desenvolvidas relações mais complexas” (RODRIGUES; NASCIMENTO, 2014, p.34). Além do mais, neste complexo paisagístico e arquitetônico, também se reproduz o recém renovado interesse pelas áreas centrais da cidade e, acompanhado de sua crescente destinação ao turismo, junto com novos modelos.

¹Los mercados de alimentación como nueva forma de arquitectura y de urbanismo se implantaron en la Europa urbana al comenzar el XIX y se generalizaron en el continente con la difusión de los mercados de hierro y vidrio durante la segunda mitad del siglo. Llegaron a convertirse en una de las más claras manifestaciones del orgullo municipal, de la innovación arquitectónica, de la renovación urbana y de las nuevas formas comerciales de la ciudad capitalista.

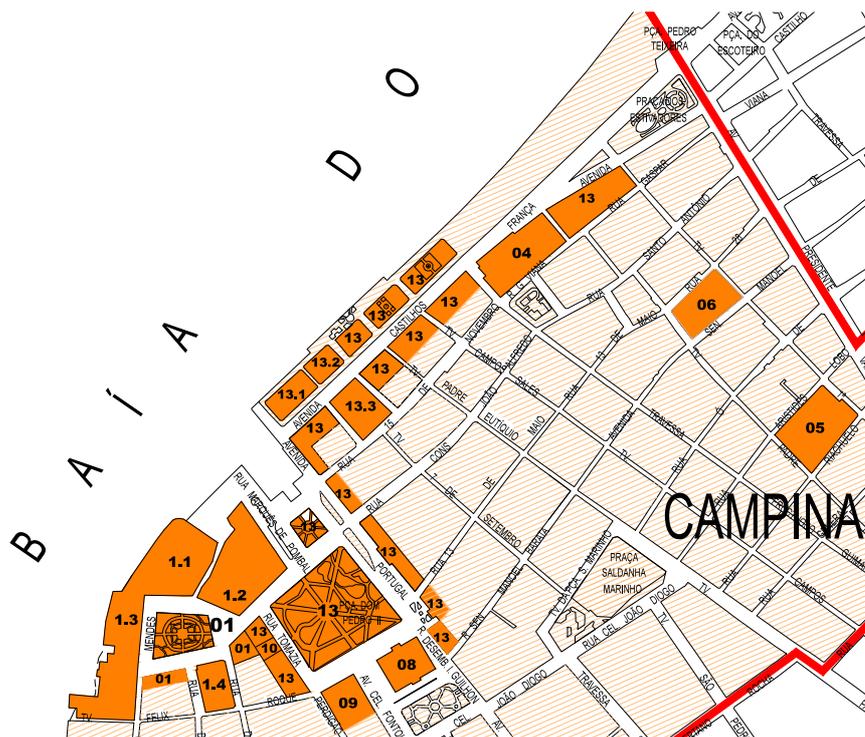


Figura 1 - Mapa do Bairro da Campina: 13 - Conjunto Arquitetônico e Paisagístico do Ver-o-Peso: 13.1 - Mercado de Peixe; 13.2 - Solar da Beira; 13.3 – Mercado de Carne. Fonte: IPHAN: Mapa de delimitação da área de entorno de bens tombados pelo IPHAN, março de 2002.

O interesse pela área se deu a partir do plano de estratégias elaborado pelo Governo do Estado do Pará, do qual o Mercado Municipal, também conhecido como o Mercado de Carne, fez parte. Seguindo esta lógica, o Mercado, após passar por uma reabilitação física, iniciada no ano de 2007 e concluída no ano de 2011, vem passando por transformações face a alguns valores.

Embora a intervenção tivesse como pressuposto a revalorização das potencialidades sociais, econômicas e funcionais e, sobretudo, a manutenção do uso tradicional do Mercado Francisco Bolonha, contribuiu para o esvaziamento de parte dos boxes de carne existentes no local.

Diante desta constatação, é preciso refletir sobre o papel dos Mercados nos conjuntos históricos das cidades. Maria Veloso (2006) aborda o risco de o patrimônio cultural ser transformado em uma mercadoria como outra qualquer, ou, simplesmente, em puro fetiche, quando, com suas complexas redes de práticas e significados, se transforma em mero produto, ou objeto “coisificado”, ou fetichizado. Torna-se, portanto, imprescindível categorizar o valor do mercado como espaço social, de convivência e de intercâmbio local, pois se trata de um

valor intrínseco que transcende o puro intercâmbio comercial e que pode erradicar uma cultura.

O patrimônio deixa de ser apenas o passado, “já que sua finalidade consiste em certificar a identidade e em afirmar valores, além da celebração de sentimentos, se necessário, contra a verdade histórica” (POULOT, 2009, p.12). Se as complexas redes de práticas construídas ao longo de muitas décadas forem menosprezadas, a nova imagem do Mercado de Carne pode representar uma ameaça ao forte legado de identidade, memória e história da cidade.

Para compreender o objeto de estudo escolhido, a pesquisa foi orientada a partir da seguinte pergunta: as ações implantadas no Mercado Municipal Francisco Bolonha confrontam ou contribuem para a manutenção do seu uso tradicional? O Mercado como bem patrimonial da cidade de Belém, está inscrito no presente processo em que valores culturais e econômicos entram em conflito na dinâmica destes espaços.

Como colocado por Ulpiano Meneses (1999), muitas vezes o valor econômico (valorização) se sobressai ao valor cultural (valoração), e se utiliza de objetos/monumentos culturais como instrumentos de ganhos rentáveis a partir da indústria cultural. Algumas variáveis são consideradas para o conhecimento e o entendimento dessas dimensões; para isso, deve-se aprofundar sobre as causas e os atores que, em diferentes momentos, determinam os modelos de produção e uso de determinado espaço urbano no qual o monumento se encontra submerso.

Sob a ótica de preservar a sua relevância social e dar aporte à compreensão dos significados incutidos no Mercado Bolonha, foram seguidos os indícios das alterações e dos impactos da mais recente intervenção executada neste bem, assim como nas práticas cotidianas de seus usuários permanentes. Contudo, buscou-se identificar os valores culturais e econômicos atribuídos ao local, lidos no contexto patrimonial contemporâneo. Entre os objetivos específicos, também buscou-se entender como o mercado está inserido na lógica do complexo paisagístico Ver-o-Peso e adjacências.

Na etapa 1 da pesquisa, o método adotado foi de base qualitativa, composto pela pesquisa bibliográfica e documental no acervo da biblioteca do IPHAN e da FUMBEL, contando com o auxílio de documentos institucionais, notícias na imprensa e entrevistas, buscou-se discutir os sentidos da restauração, face ao valor social do monumento sobre a temática, com posterior entrevistas com gestores. Além de identificar as políticas e premissas adotadas pelos órgãos responsáveis pela intervenção no Mercado, este tópico teve como objetivo formular o 'estado da Arte' das pesquisas sobre o Mercado, tendo como fonte principal a dissertação de Francianny Moraes (2017), a qual aborda o mercado Bolonha como equipamento de modernização urbana. A partir de então, se pode obter informações mais precisas a respeito da sua inauguração, bem como das intervenções realizadas no Ver-o-Peso.

Tendo em vista que esta pesquisa trata de uma problemática no âmbito social, optou-se pelo estudo de caso etnográfico, de análise qualitativa. Colquhoun (2004) já dizia que uma situação similar era pertinente ao "funcionalismo" na antropologia, onde o registro dos comportamentos empiricamente observáveis foi considerado como o único meio de se chegar a declarações verdadeiras sobre determinada sociedade. Portanto, várias incursões etnográficas foram iniciadas, dando início a etapa 2 deste trabalho.

Foi utilizado como referências principais do emprego da Etnografia na análise da Arquitetura e do Patrimônio, a Tese de Miranda (2006) e a dissertação de Tutyia (2013), as quais, em seus estudos de caso apresentam como principais vantagens a compreensão de uma determinada unidade, visando a dinâmica de um todo orgânico:

Um dos meios para se conseguir adentrar nas teias de relações simbólicas inerentes ao espaço habitado é através da etnografia, considerando a arquitetura como artefato a qual a mesma é fruto do constructo humano que une saberes imateriais e materiais, elaborado dentro de um recorte histórico e que sofre influência do contexto no qual foi produzido, podendo sofrer alterações ao longo do tempo assim como a resignificação. Desta forma a arquitetura além de ser um artefato, é um artefato não completo tanto em sua materialidade quanto no seu caráter simbólico, cabendo então ao

flâneur captar a relação sujeito-objeto que emerge no campo (TUTYIA, 2013, p.31).

Na escrita experimental, podemos citar como expoente o antropólogo Clifford Geertz (1926-2006), responsável pela criação da Antropologia Interpretativa, o teórico procura as possibilidades de interpretação nos relatos etnográficos, mas estas interpretações não podem se distanciar daquilo que acontece de fato; dessa forma, o campo da antropologia interpretativa requer rigor conceitual.

Para entender uma cultura, Geertz defende a necessidade de compreender a ação humana dentre várias outras e caracterizá-la, através do que chama de “descrição densa”, na qual é possível observar o caráter simbólico de seu comportamento. Segundo Clifford Geertz (1978), os textos antropológicos são interpretações de qualidade discutível, uma vez que apenas um “nativo” pode interpretar sua cultura. Antropologia é, portanto, ficção, algo construído, modelado. Não falsa, mas não-factual ou apenas experimentos de pensamentos.

Além do mais, Geertz acredita que o conceito de cultura é essencialmente semiótico, e se apoia na ideia defendida por Max Weber de que o homem está preso a uma teia de significados (cultura) tecida por ele próprio e, por isso, requer uma postura interpretativa de análise e não em busca de leis (GEERTZ, 1978). Explorando o conceito de “descrição densa”, o filósofo aborda o exemplo do ato de piscar, para ele, o etnólogo deve saber distinguir entre uma ‘piscadela’ fruto de um tique nervoso de um ato voluntário. No estudo, o discurso humano se expande, de forma a estabelecer um diálogo com os “nativos”, mas sem se tornar um deles.

Dessa forma, para Geertz (1978) a cultura deve ser analisada como um texto, a ser lido por sob os ombros de quem escreve (o nativo); é pública, porque seu sentido também o é. Quando o discurso social é anotado pelo etnógrafo, o acontecimento passa a se tornar um relato que pode ser consultado novamente, e o significado do que foi dito é fixado pela escrita; mas essa interpretação é discutível, pois apenas um nativo – o autor do “texto” - pode fazê-la.

A descrição densa apresenta uma característica interpretativa, pois interpreta o fluxo do discurso social e procura armazenar o que foi dito em um

discurso de forma a preservá-lo e torná-lo alvo de possíveis pesquisas futuras. Embora a tradição antropológica esteja centrada no estudo de culturas exteriores à do pesquisador, não há impedimentos para que este possa aprofundar a experiência etnográfica dentro de seu próprio contexto.

Em arquitetura, os bens culturais e a paisagem, bem como os usuários que se apropriam desses elementos, oferecem um vasto material de estudo. A antropologia urbana trata de atender a essa necessidade, sob o ângulo de conhecer a cidade e descrevê-la como cenário onde interações sociais e trajetórias de grupos se delineiam pela tradição cultural. Essa apropriação do espaço deve, contudo, situar o próprio ser em relação ao ser do Outro (ROCHA; ECKERT, 2001).

Neste trabalho, a preocupação com a pesquisa antropológica parte de um paradigma social ao interpretar a vida cotidiana no contexto urbano onde o Mercado de Carne está inserido. Essa etnografia explora os espaços urbanos por meio de caminhadas ao estilo do Flâneur, personagem proposto por Charles Baudelaire, que se desloca sem um destino final. A técnica visa proporcionar ao pesquisador a oportunidade de desenvolver as observações etnográficas.

Para Rocha e Eckert (2001), através da Etnografia de rua é possível desenvolver essa observação do local e a descrição dos cenários e personagens, de situações cotidianas e imprevistas. Por meio desse contato com os indivíduos, a diversidade de eventos provoca a interação e reações no etnógrafo, que depende da reciprocidade do nativo para construir a pesquisa empírica.

A etnografia, segundo Peirano (2014), é a ideia mãe da antropologia, não havendo, portanto, antropologia sem pesquisa empírica. Para a autora, a empiria – eventos, acontecimentos, palavras, textos, cheiros, sabores, tudo que nos afeta os sentidos –, é o material que analisamos, não sendo considerados apenas dados coletados, mas questionamentos, isto é, a fonte de renovação.

Para tanto, recursos visuais e audiovisuais, como fotos, vídeos e entrevistas também atuam como importantes ferramentas para auxiliar no registro de fragmentos de interação. Porém, é advertido que o uso desses recursos

também requer conhecimento e cautela prévios quanto a questões éticas, principalmente no que diz respeito à autorização por parte dos nativos (ROCHA E ECKERT, 2001).

Conclui-se, portanto, que análise qualitativa foi a mais apropriada para esse estudo de natureza social e por meio da prática etnográfica pretendeu-se identificar os principais usuários dos bens patrimoniais, bem como fornecer aporte à compreensão dos significados incutidos na paisagem, seguindo os indícios das alterações e dos impactos das principais intervenções na área de estudo.

Após o conhecimento das metodologias utilizadas e as variáveis disponíveis, a etapa 3 concluiu a discussão indicando subsídios para garantir as práticas sociais do Mercado; o diálogo foi realizado entre os documentos, os dados produzidos pelas visitas a campo e entrevistas com comerciantes, usuários e gestores, sendo sintetizados pela análise do discurso.

A AD procura compreender as formas textuais de representação do político, dessa forma, inaugura também, uma nova percepção do político. O modo de romper com a forma como as ciências usam seus instrumentos de análise está na concepção discursiva de linguagem que não a coloca como instrumentos de informações definidas independentemente da linguagem. Na AD a noção de ideologia, de história e de sujeito é outra, pois se trata de uma ideia formada sobre a relação sintomática entre o sujeito da linguagem e o sujeito da ideologia. A Análise do Discurso, nesta pesquisa, serviu como um método de compreensão dos objetos de linguagem dos atores entrevistados.

A EVOLUÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

A princípio, a pesquisa se tratava de um recorte cronológico das intervenções do IPHAN no centro histórico de Belém. Durante a disciplina Pesquisa Científica em Arquitetura e Urbanismo, o objetivo geral e recorte físico da pesquisa inicial foram reexaminados, as professoras examinadoras questionaram sobre o que havia me lavado a escolher aquele tema. A pergunta me fez repensar sobre experiências pessoais passadas, me fazendo recordar do

tempo em que estagiei no IPHAN, quando fiscalizei a obra de restauração do Mercado de Peixe, no Ver-o-Peso. Durante este período, pude notar os transtornos que a obra trouxe aos trabalhadores locais, e embora estivesse limitado em fazer registros fotográficos técnicos, pude perceber a dificuldade por parte do instituto em dialogar com os permissionários do mercado.

Estando no segundo período do ano 2016, um novo contato com a área portuária aconteceu, quando recebi o convite para participar do Projeto de Pesquisa 'Pedra do Peixe no Ver-o-Peso: Etnografia em um lugar simbólico no Centro Histórico da cidade de Belém do Pará²'. Durante o projeto, numa madrugada, junto ao professor Jesus da Silva e a colega Suelen Vieira, realizei uma incursão no Ver-o-Peso (Figura 2), o que suscitou em mim, o interesse pelas enraizadas dinâmicas existentes ali.



Figura 2 – Registro da movimentada madrugada da Pedra do Peixe, no Ver-o-Peso. Fonte: Luiz Rabelo, 2017.

² A pesquisa é coordenada pelo professor Luiz de Jesus Dias da Silva e com suporte logístico acadêmico do LAMEMO/FAU/ITEC/UFPA, se justifica à investigação de uma demanda de necessidades urbanas sobre o Ver-o-Peso; busca possibilitar um maior entendimento quanto ao alcance territorial da Pedra do Peixe do Ver-o-Peso sobre a cidade de Belém, para que se ressalte as variáveis passíveis de serem potencializadas se positivas e/ou retificadas, com o fito de garantir a salvaguarda do complexo paisagístico do Mercado e feira, bem como sua repercussão nas dinâmicas do Centro Histórico de Belém.

No mesmo período, cursei a disciplina 'Patrimônio e Turismo', a qual exigia um artigo conclusivo. A partir de seminários e debates em sala, me propus a abordar a dinâmica do turismo no Ver-o-Peso e perceber como ela se manifestava naquele contexto. Mais uma vez, retomei a memórias passadas e lembrei que, em meados de novembro do ano de 2015, fui convidado por amigos a conhecer a Quitanda Bolonha, um boteco que havia sido instalado dentro do mercado de Carne Francisco Bolonha. Ao chegar, me surpreendi não apenas com requinte das opções do cardápio, mas também com o valor dos pratos.

Ao percorrer alguns mercados em cidades europeias, como o de Bolonha e o de Florença, identifiquei neles uma dinâmica na qual se mantinha o uso tradicional, o de vendas de produtos, mas dava vez a refinados serviços de alimentação, visivelmente, consumidos por um diferente público. A disciplina provocou reflexões acerca de processos de transformação do patrimônio cultural, e diante do fenômeno *Gourmet*, optei por abordar a situação do Mercado Bolonha no artigo.

A partir de sucessivos encontros de orientações com a professora Cybelle Miranda, considerando os temas estudados, foi estabelecido o objetivo que se pretende alcançar: entender como o mercado Bolonha está inserido na lógica atual do complexo paisagístico Ver-o-Peso. Para isso, foi necessário a construção do referencial teórico e do memorial de qualificação. Logo, foi definido como um dos objetivos específicos a análise do diagnóstico físico e não-físico pré-intervenção e quais as perspectivas e se nas diretrizes da intervenção era prevista a modernização do mercado.

Distribuída em quatro capítulos, a pesquisa, inicialmente buscou dados históricos e morfológicos, destacando o mercado como parte integrante do Complexo do Ver-o-Peso e a dinâmica dos anos 2000 no contexto da estação das docas. Nele, fez-se um apanhado desde o surgimento do mercado coberto até a construção do primeiro Mercado Público de Belém, pontuando, desde a primeira até a última intervenção física concluída no ano de 2011.

Já o capítulo dois se dedica às análises e apreensões realizadas a partir de dados das visitas de campo (método etnográfico), as entrevistas (análise do

discurso e arquivo mnemônico) e documentos consultados, construindo uma discussão sobre a atual dinâmica que se repercute nos pavilhões do Mercado, a qual é constituída pela relação entre os espaços do mercado com seus usuários, seus materiais e formas. Nele também serão evidenciados os novos segmentos transfigurados nos novos olhares e tipos de consumos contemporâneos direcionados ao Mercado Bolonha.

O terceiro capítulo aprofunda a dialética dos valores atribuídos aos bens patrimoniais, estabelecendo uma discussão sobre como o patrimônio é explorado e quais os valores que tendem a se sobressair diante da dinâmica atual de consumo. O capítulo traz à tona as perspectivas a luz do global e do local: tendências globais na era da indústria cultural; tendências que afetam e se reproduzem em zonas históricas das cidades. O último capítulo expõe as considerações finais do pesquisador, dando ênfase as diretrizes, que concebidas a partir das suas apreensões, poderão contribuir como norteadores básicos para futuras políticas implantadas no Mercado Bolonha.

1. MERCADO FRANCISCO BOLONHA: UM MERCADO COBERTO SECULAR

1.1. MERCADOS COBERTOS: ORIGEM E CONTEMPORANEIDADE

Desde os primórdios, mercado público foi uma forma de centralizar o comércio num determinado lugar, e assim facilitar o controle sobre as trocas de mercadorias que ali se efetuavam, como também sobre as fontes abastecedoras de produtos. Por conta de diversos problemas de abastecimento, no mundo, foram construídos uma série de mercados públicos cobertos para atender a população urbana de forma mais racionalizada, como resposta a problemas de caos e congestão dos mercados abertos que haviam crescido com o aumento populacional.

Tendo como referência a cidade de Barcelona, Pintaudi (2006) aborda o papel da constituição do mercado como elemento que figura na composição de um dinamismo social no século XIX. A transição dos mercados abertos para os mercados cobertos se deu a partir de motivações no campo político e social, que levaram a estruturação de um perfil de mercado fechado instituído pelo poder municipal. Nesse período, a cidade catalã, foi o campo vertebrador de uma nova economia política de comércio alimentício, que passou a simbolizar o compromisso municipal para com o bem-estar dos cidadãos (PINTAUDI, 2006).

Os novos mercados cobertos de Barcelona reafirmaram o compromisso com uma tradição reguladora e estabelecida de controle público do abastecimento de alimentos. A presença das questões cerimoniais em torno da construção dos mercados cobertos, como o La Boqueria e Santa Caterina (Figura 3), demonstrava a apropriação dos mercados a partir de um capital simbólico, no qual os atos solenes investidos nas cerimônias de colocação da primeira pedra se pareciam muito com as festividades religiosas que eram produzidas na região, que incluíam um cortejo que saía da Prefeitura em direção ao novo mercado (PINTAUDI, 2006).



Figura 3 – Registro do Mercado de Santa Caterina antes dos anos 2000. Fonte: <https://www.verema.com/>

Segundo Silvana Pintaudi (2006), a situação social no contexto da construção do mercado era caracterizada pelas revoltas populares violentas que aconteciam naquele momento. Após a contenção de revoltas, o mercado, induzido pelo poder das autoridades, passou a simbolizar um conjunto de vantagens oferecidas ao povo a partir da ordem e da racionalização oferecida para ele. De modo que o novo mercado facilitava um maior controle municipal sobre os vendedores e a ritualização pública do espaço se tornou um meio de integração do mercado de alimentos na cultura política liberal emergente na cidade.

O compromisso de alimentar as classes populares e garantir que os mercados funcionassem para o interesse de todos era habitual na retórica municipal, que também seguia por um viés de controle social (PINTAUDI, 2006, p.307).

A gestão municipal intencionava manter seu controle sobre os mercados para, além de gerar fundos para os cofres municipais, impedir episódios de escassez, subidas drásticas de preços e a disseminação de epidemias. Este

controle se dava a partir da fundamentação de uma estrutura regulamentadora que limitava a condição de produtos por permissionários com uma certa rigidez que reforçava a estabilidade comercial.

No texto de Pintaudi (2006) é ressaltada a questão da tradição familiar, que também era muito forte na instituição dos mercados. Famílias inteiras trabalhavam no ramo do comércio de varejo por gerações e mesmo que existisse um número determinado de permissões para cada pessoa, a associação de locais de vendas entre famílias, principalmente através do casamento, era muito comum nestes mercados. E a organização de celebrações e festividades patrocinadas pela prefeitura municipal apresentavam os mercados como instituições enraizadas na cultura política e popular do município, no qual os próprios vendedores dos mercados eram tidos como elementos icônicos da cultura popular da cidade.

As formas [...] se misturam à vida, de onde elas vêm traduzindo no espaço certos movimentos do espírito. Mas um estilo definido não é apenas um estado de vida das formas, ou ainda a vida mesma, ele é o meio formal homogêneo, coerente, no interior do qual o homem age e respira, meio que é capaz de se deslocar em bloco. [...]. Estáveis ou nômades, os meios formais engendram seus diversos tipos de estrutura social, um estilo de vida, um vocabulário, estados de consciência (FOCILLON *apud* PINTAUDI, 2006, p.85).

Durante os anos posteriores a segunda Guerra Mundial, os mercados do mundo ocidental viveram um declínio generalizado relacionado as transformações dos estilos de vida, isto é, a introdução de formas modernas de distribuição e comercialização; bem como a propagação de uma mobilidade baseada no transporte privado, o crescimento do consumo energético e o aumento da suburbanização das cidades (GUARDIA, 2015).

Entre os fatores também estava a ausência de iniciativas municipais, proporcionando, assim, mercados obsoletos e a conseqüente perda da imagem moderna com a qual, durante o século XIX, se identificavam. Conforme Guardia (2015), entre 1960 e 1980, muitos dos mercados construídos no século anterior, foram desbancados para darem espaço a novos usos.

Entretanto, na Espanha, e particularmente na cidade de Barcelona, os mercados seguiram uma trajetória atípica e um tanto divergente. Entre as crises do clima pós-guerra, não só se preservou os mercados, se não se duplicou seus números. Na cidade, havia a preexistência de uma rede consolidada e operacional dos mercados cobertos, esta oferecia um sistema completamente diferente aos das outras cidades, o que influenciou de forma decisiva no processo de formação e revisão das políticas estabelecidas desde os anos noventa (GUARDIA, 2015).

Sem dúvida, os países ocidentais empenham-se para a revalorização dos princípios que regem os mercados como instituições urbanas. Se realizado um apanhado das reabilitações dos mercados desde alguns anos até o momento, não se pode chegar a um modelo único, tampouco a uma mera reprodução dos mercados do século passado. Deste modo, as que desempenham em cada lugar são funções operativas e simbólicas traduzidas em suas multiplicidades de formatos. Em muitos dos casos, onde sobreviveram, os mercados tiveram que se adaptar, e onde foram desocupados, renasceram, mas seguiram padrões socioculturais distintos e estratégias políticas determinadas para o contexto local e contemporâneo (GUARDIA, 2015).

Manoel Guardia (2015) afirma que a reforma urbana de Barcelona visava reestruturar o sistema de mercados, com o objetivo de potencializa-los com polaridades capazes de promover uma completa reestruturação do comércio de varejo de cada bairro. Mediante a um organismo autônomo da prefeitura, se introduziram critérios e estruturas empresariais, e além da dimensão econômica, contemplavam a promoção dos mercados e o desenvolvimento de seu entorno.

Se por um lado, se acumulou uma ampla experiência na gestão e a resolução de desafios cotidianos do sistema, por outro, notou-se um salto no valor dos mercados como patrimônios ativos da cidade. Além do mais, o objetivo também era reconverter o tecido comercial do entorno, que em crise, estava ameaçado pelos novos formatos comerciais. Por esta razão, em Barcelona, as ordenações municipais foram encarregadas de proteger o comércio tradicional, enquanto se formulava uma lei que impunha restrições a instalação de supermercados e grandes centros comerciais (GUARDIA, 2015).

Guardia (2015) alerta que, embora os aspectos artísticos tenham tido um papel importante, em alguns dos casos, a força conjunta das ações foi o que deu um sentido completo a conservação não apenas do edifício, mas também do seu uso. Em consequência, a ideia de recuperação integral do mercado, implicou na modernização tanto do mercado, como da própria atividade. Conforme as renovações se atualizavam, melhorias nos equipamentos do mercado eram feitas, bem como a acessibilidade, melhorias da relação com o espaço urbano e a introdução de pavimentos subterrâneos com estacionamento e câmaras frigoríferas. A fim de assegurar a competitividade no contexto contemporâneo, foram impostos padrões de negócios que implicaram na redução do número de postos, na capacidade de capitalização do negocio e na busca de uma gestão empresarial (GUARDIA, 2015).

Uma destas intervenções se deu no Mercado de Santa Caterina (Figura 4), no ano de 2004, onde se ilustra claramente a adoção de uma estratégia para potencializar a arquitetura desse mercado como uma ferramenta retórica de qualificação urbana. Deste modo, se utilizou da própria arquitetura para expressar a forma contemporânea e espetacular (GUARDIA, 2015).



Figura 4 - Mercado de Santa Caterina após a intervenção. Fonte: <http://meet.barcelona.cat>

De acordo com Guardia (2015), tais operações incidiram frente a remodelação da imagem associada ao mercado, e progressivamente foram configurando um novo imaginário contemporâneo para os esses equipamentos. Essas intervenções representam uma nova paisagem na qual se entrelaça os elementos arquitetônicos com as instituições culturais e urbanas, na qual não se consomem os alimentos, mas sim valores e representações da contemporaneidade. Contudo, o turismo, o "City Marketing", o reconhecimento dos valores culturais e indenitários marcaram gradualmente novos padrões de atuação que definiram as políticas urbanas e também as novas definições dos mercados da cidade.

Bem como no caso específico de Barcelona, nas grandes civilizações, estas entidades formam parte do passado comum dos cidadãos e moldaram cidades não apenas no aspecto comercial e urbanístico, mas também nas relações humanas. De acordo com Guardia (2010), as metamorfoses constatadas nos mercados públicos revelam a adaptação às diferentes racionalidades da produção social do espaço urbano. Ademais, as trocas sociais encerradas no Mercado se mantiveram, permanecendo como grandes atrativos da cidade de hoje, tanto para quem a visita como para quem vive nela.

O autor também afirma que em algumas cidades onde se encontra um sistema de mercados cobertos, de alguns anos para cá, têm tentado utilizá-los como ferramentas de reequilíbrio urbano, destacando a sua transcendência urbanística e fazendo da renovação da rede existente uma polaridade fundamental do comércio. Neste contexto, podemos encontrar o Mercado da Ribeira (Figura 5), em Lisboa, Portugal, que, inaugurado no ano de 1882, tem sofrido as mais diversas alterações até os dias de hoje.



Figura 5 - Fachada do Mercado da Ribeira, em Lisboa. Foto: Cybelle Miranda, 2015.

De início, o Mercado servia às vendas de peixe, frutas e vegetais, tendo se destacado pelas suas carismáticas floristas. Já no ano de 2000, com a abertura de um outro mercado maior, com melhores infraestruturas e acessos, o Mercado da Ribeira transforma-se em Retalhista, tendo um ano depois sido transformado o primeiro piso num espaço de cultura, tradição e socialização (PINTO, 2014).

No ano de 2014, o Mercado atravessou uma nova fase, sendo reinaugurado como mercado gastronómico. O espaço foi dedicado a atividades culturais, contendo uma sala de espetáculos com capacidade para 600 pessoas. Embora o mercado tradicional tenha se mantido em funcionamento no horário habitual, o seu novo espaço gastronómico passou a contar com a representação de vários restaurantes e quiosques (Figura 6), entre os quais: peixaria, cafés; chocolataria, produtos de conservas, sorveteria, entre outros (PINTO, 2014).



Figura 6 - Tomada interna do Mercado da Ribeira, após a intervenção. Foto: Cybelle Miranda, 2015.

Conforme Marlene Pinto (2014), a premissa do projeto era de devolver aos lisboetas um espaço emblemático da cidade que estava abandonado. E primordialmente, reunir numa das alas do Mercado os melhores restaurantes e lojas da cidade. Paralelamente à venda de refeições, outros dos conceitos criados no Mercado são relacionados com cultura e lazer, materializados numa sala de espetáculos, uma galeria, uma loja e um bar.

Por certo, se essas intervenções têm melhorado a infraestrutura e a imagem de muitos mercados, muitas das vezes, isso ocorre à custa da redução generalizada de postos de venda e de uma abordagem cada vez mais tematizada de práticas. Seguramente se pode relacionar essas atuações com o desenvolvimento de uma esfera do consumo que vai se enchendo de lazer e de experiências dentro de uma sociedade hiperconsumista, na qual a alimentação forma um componente essencial, a final, a gastronomia implicitamente faz parte da experiência turística.

No caso do Mercado de San Miguel (Figura 7), em Madrid, Espanha, esta tendência aparece bem assinalada. Tendo a sua inauguração datada no ano de 1916, o edifício passou por intervenções e no ano de 1999, a fim de restaura-lo, a Comunidade de Madrid executou um projeto no qual os lucros das atividades

comerciais declinaram, se mostrando incapaz de competir com os supermercados e centros comerciais.



Figura 7 - Fachada do Mercado de San Miguel, Madrid. Fonte: <http://www.mercadodesanmiguel.es/prensa/>

Em maio de 2009 o mercado foi reinaugurado graças à intervenção da sociedade El Gastrónomo de San Miguel, hoje, proprietária da maior parte do mercado. Com o objetivo de restaurar e melhorar a atividade tradicional, foram criados espaços onde atualmente funcionam restaurantes, bares e tabernas e em que se pode notar os seus elevados preços.

O conceito adota foi, precisamente, de ser uma comunidade de empresários, sendo as alterações na funcionalidade do mercado muito repercutidas, dando luz, inclusive, à algumas controvérsias entre os estabelecimentos locais vizinhos (PINTO, 2014). Há quem diga que não é mais um mercado e sim uma área de entretenimento e se for considerado que o horário de funcionamento, de fato, não se trata mais de um mercado convencional, pois funciona desde as 10 horas da manhã até as 24 horas. De acordo com Marlene Pinto (2014), a controvérsia também se dá no enorme impacto no dia-a-dia dos

comerciantes e na decisão de manter o edifício com as mesmas funções para o qual foi criado.

Neste sentido, muitas das vezes a função dos mercados é desvirtualizada por estes espaços aceitarem produtos não frescos e processados que não se encontram nos mercados tradicionais. Em suma, estes mercados dão vez a novas dinâmicas, passando a oferecer uma prática de consumo diferenciada dos usos tradicionais, atraindo assim, novos usuários de classes mais abastadas. Nestes casos, talvez não sejam exemplos de espaços capazes de responder às necessidades exigidas atualmente e tampouco, parecem estar alicerçados aos reais valores do passado, deixando de desempenhar o importante papel económico que tiveram para as gerações ligadas a eles.

1.2.A ORIGEM DO MERCADO DE CARNE FRANCISCO BOLONHA

Em outros casos, particularmente nos países latinos, os mercados são histórias vivas e seguem sendo importantes aglutinadores sociais, além de cumprir a função de comércio de proximidade para que foram desenhados (GUARDIA, 2010). A exemplo disto, temos a construção do primeiro mercado de Belém, datado no ano de 1860, autorizado pelo conselheiro Jerônimo Francisco Coelho, ao assumir o cargo de presidente da Província do Pará. De acordo com Pont Vidal (2015), esse período foi marcado por consideráveis avanços na estrutura urbana da cidade, cujos edifícios e equipamentos se tornaram símbolos de desenvolvimento e progresso. Conforme os relatórios de Província, Gama Abreu também esteve à frente da proposta, do projeto e execução da obra do Mercado Público, sendo inaugurado em maio de 1860.

Ocupando uma quadra inteira, o Mercado Municipal detinha um conjunto arquitetônico significativo, como pode ser visto na Figura 8, era composto por alvenaria de tijolos e estilo característico do império brasileiro:

Na Rua Quinze de Novembro, defrontando a travessa Sete de Setembro, ha um edificio que se destaca dos demais pelo seu aspecto bizarro e especialmente por um sótão de duas cumpridas janellas, que se ergue na fachada. E o Mercado Municipal, já meio

afastado da zona que lhe é propia pelo accrescimo da cidade, o que não impede, entretanto, a affluencia de mercadores naquele centro comercial. O edificio tem uma forma de um quadrilatero, limitado pelo Boulevard da Republica, rua Quinze de Novembro e dois bêcos denominados travessas Occidental e Oriental do Mercado. Interiormente consta de quatro grandes pavilhões destinados ao talhos de carne verde. Estes pavilhões ficam dois á direito e dois á esquerda, separados ao meio por uma rua longitudinal, que partindo da porta central da fachada vae desembocar no Boulevard da Republica (ÁLBUM DE BELÉM, 1902, p.57).



Figura 8 - Mercado municipal com apenas pavimento térreo. Fonte: Álbum de Belém do Pará – 15 de novembro de 1902, p.109.

A construção do Mercado Municipal, no entanto, ainda não atendia a demanda constante de consumidores e não abrigava a dimensão do comércio ali existente pois os mercadores extrapolavam os limites físicos e espalhavam-se pelos passeios do entorno do mercado (FLEURY, FERREIRA, 2011):

A colocação de pontos de venda fora da locação do Mercado demonstrou um crescimento do comércio de maneira não higiênica

no local, tendo como principais produtos comercializados ali a carne e a farinha, colocados no relatório do Presidente da Província no ano de 1871 como itens de primeira necessidade aos quais se limitavam exclusivamente a alimentação pública (FLEURY, FERREIRA, 2011, p.105).

Nesse momento, no cenário político, surgia uma maior consciência de questões de salubridade como intervenção pública, já que o assunto tomava destaque no cenário internacional por conta dos efeitos do crescimento desordenado das cidades a partir da revolução industrial.

Segundo Jorge Nassar Fleury (2011), o consumo da carne era muito importante naquele cenário, e a partir de interferências políticas pelo controle dos preços, tal consumo se tornou mais acessível pois procedia da ilha do Marajó. Além do Mercado Municipal não mais atender a demanda do comércio naquele contexto, haviam as questões higiênicas que também nortearam a decisão de intervenção do local.

No final do século XIX, quando Belém começou a experimentar a sua maior transformação urbana em consequência do ciclo da borracha, o Ver-O-Peso recebeu melhorias, com aterramento de uma faixa a margem da baía e a construção definitiva da doca. Conforme Francianny Moraes (2017), a administração do Intendente Antônio Lemos, nesse período, instituiu como prioridade uma política de embelezamento da cidade, a qual atribuía os preceitos de civilidade e modernidade a fim de controlar e estabelecer normas e hábitos para conservar a saúde coletiva e individual da população.

Como dito, proveniente da alta comercialização da borracha na região amazônica, o Intendente proporcionou implantações de reforma urbana e sanitária, transformações no espaço urbano, marcado pela ideologia higienista:

Um novo modo de vida emergia e era atribuído a seus habitantes; o reordenamento urbano da Província torna-se um projeto de poucos. A cidade necessitava de um programa delineado pela ideologia dominante da ordem e do progresso na reorganização do espaço, onde a nova ordem econômica formada por comerciantes, seringalistas, financistas e profissionais liberais direcionou a

remodelação da cidade, responsabilizando o poder público em atribuir uma tarefa árdua em embelezar a cidade criando mecanismos que interferiram na vida cotidiana das pessoas. (MORAES, 2017, p.33).

Os espaços urbanos da cidade foram marcados por intervenções como a higienização das ruas, do ar e dos estabelecimentos, como os mercados públicos, os quais constituíram lugares em potencial para retirada do acúmulo de material em decomposição, pois eram responsáveis pelas atividades de abastecimento e comercialização de alimentos, provocando a construção de novos mercados que atendessem as diretrizes higienistas (MORAES, 2017).

Deste modo, o Mercado Municipal passou por uma nova reforma, onde foi modificada parte de suas características originais, o edifício sofreu um acréscimo de mais um pavimento, sendo este executado pelo engenheiro Francisco Bolonha. No relatório de Antônio Lemos de 1905, a reforma é citada, tendo sido iniciada em 01 de agosto de 1904 e concluída em 30 de setembro de 1905, como descreve o próprio Intendente, visando melhorar o atendimento do Mercado (LIMA; SANTOS, 2015). Como visto na Figura 9, o Mercado ainda mantém as mesmas características desta intervenção:



Figura 9 - Tomada da fachada do mercado, composta por dois pavimentos. Autor: Luiz Rabelo, 2017.

Contudo, o MCFB também passou a apresentar uma tipologia classificada como mercado aberto e com um grande pátio interno, uma edificação de material misto, estrutura em alvenaria e pavilhões metálicos (Figura 10). Após a reforma, a concessão do mercado foi direcionada a Engenheiro Francisco Bolonha, pela Resolução N° 151, autorizava o engenheiro a exploração dos talhos existentes no mercado, padronizar os aparatos de venda e garantir a salubridade nos mercados e feiras. De certa forma, o contrato de concessão ofertada e assinada pelo Engenheiro Bolonha reforça a discussão dos embates políticos vigentes neste período, enfatizando os privilégios partidários presentes no cenário político de Belém.



Figura 10 – Tomada Interna do Mercado de Carne, destaque para os ornamentados pavilhões metálicos. Autor: Luiz Rabelo, 2017.

Segundo Maria de Nazaré Sarges (2002), o engenheiro Paraense Francisco Bolonha, formado pela Escola Politécnica do Rio de Janeiro, foi um dos pioneiros na implantação do novo estilo arquitetônico, abandonando o velho estilo das construções portuguesas, logo após ter retornado de uma viagem a Paris, onde tomou contato com outra cultura. Também a Bolonha se atribuiu a construção de quiosques, do Mercado de Carne e o de Peixe e da fábrica “Gelo

Cristal”. O projeto do Mercado de Carne seria de autoria do Engenheiro Domingos Acatauassú Nunes e executado por Francisco Bolonha.

O Mercado de Carne, a sucursal do Corpo de Bombeiros, projeto de Acatauassú Nunes, são casos que o ferro fica escondido, sob prédios neoclássicos. No mercado as estruturas de ferro são de Walter MacFarlane, de Glasgow e existem notícias de um “pavilhão de comodidades” da casa Doulton & Cia. Também em ferro (DERENJI, 1987, p.156).

As descrições minuciosas da época de inauguração não poupam elogios ao material empregado, o que pode ser ainda constatado apesar de algumas modificações que o mercado passou, como por exemplo, a desintegração da caixa d’água, a qual hoje é composta apenas por uma escada circular:



Figura 11 - Registro da escadaria que compunha a antiga caixa d’água, destaque para o desenho dos painéis com motivos do *Art nouveau*. Autor: Luiz Rabelo, 2017.

Segundo Fleury (2011), a inserção maciça do ferro na arquitetura de Belém, precisamente nos mercados, além de suprir a necessidade de organização de um espaço para venda e troca de alimentos, também se deu pela da relação estreita com a Grã-Bretanha que produzia e exportava arquitetura de ferro.

Embora com seus limites físicos e de tipo de abastecimento bem demarcados, o Mercado Bolonha se insere com fluidez como dinamizador de hábitos, de economia, constituindo a paisagem do Ver-o-Peso (PONT VIDAL, 2015, p.33). Dessa forma, o MCFB ainda representa um importante elemento dos processos de modernização que se verificam em diferentes momentos históricos da cidade.

1.3. O MERCADO DE CARNE INSERIDO NO CONJUNTO ARQUITETONICO DO VER-O-PESO

O Mercado Francisco Bolonha, por estar inserido no Ver-o-Peso (Figura 12), constitui um dos principais bens culturais da cidade, que em sua grande maioria, estão situados na área central (Av. Portugal a Boulevard Castilhos França) a qual é circundada por um anel viário, formado pelas avenidas Presidente Vargas, Castilhos França e Portugal, rua Fernando Guilhon, lateral oeste da Praça Saldanha Marinho e Rua Ó de Almeida.



Figura 12 - Planta do Ver-o-Peso com setorização da feira.

Fonte: Lima, 2007

De acordo com o Parecer de Análise Técnica, realizado a partir da consulta à Secretaria Municipal de Urbanismo (SEURB):

A construção da doca do Ver-O-Peso ainda no século XIX e, posteriormente, a implantação do Porto de Belém (no início deste século), envolvendo a urbanização dessa área com a introdução da Av. Castilhos França, seguida da construção do Mercado de Peixe e também da reforma do Mercado de Carne, intensificaram-se as atividades comerciais no local, ampliando-se então a feira e diversificando-se a oferta de produtos (IPHAN, 1999, p.5).

Para muitos pesquisadores, o Ver-o-Peso transcende o mero espaço de trocas de produtos e representa um importante espaço simbólico. O Relatório de Viagem escrito pela Coordenadora de Intercambio do IPHAN, Maria Virginia Guedes (2000), exalta a singularidade do lugar, tratando-o como

exemplo de paisagem que inclui um conjunto arquitetônico peculiar, que reflete uma população, cuja vida e cultura são direta e tangencialmente associadas as tradições vivas, decorrentes, desde os primórdios do surgimento desse conjunto, de uma crença e um fervor religioso que constituem, por si só, um patrimônio imaterial

excepcional da humanidade... O Conjunto Ver o Peso não é apenas um espaço físico. É também um repositório de modos de vida, testemunhos da peculiaridade cultural local, onde se preservam, de forma única e autêntica, a identidade e o conhecimento cultural da floresta tropical úmida, integrados a cidade e as edificações... (GUEDES, 2000, p.3).

Conforme pode ser visto na Figura 13, o espaço recebeu sua primeira grande reforma em 1980, com a instalação de barracas padronizadas, reforma do Solar da Beira, Praça do Pescador, e os demais setores do Complexo. No ano de 1997, aconteceu o tombamento federal do conjunto e de áreas adjacentes – Praça Pedro II e Boulevard Castilhos França - incluindo o Mercado de Peixe e o Mercado de Carne, foi registrado nos livros de tombos como patrimônio histórico.

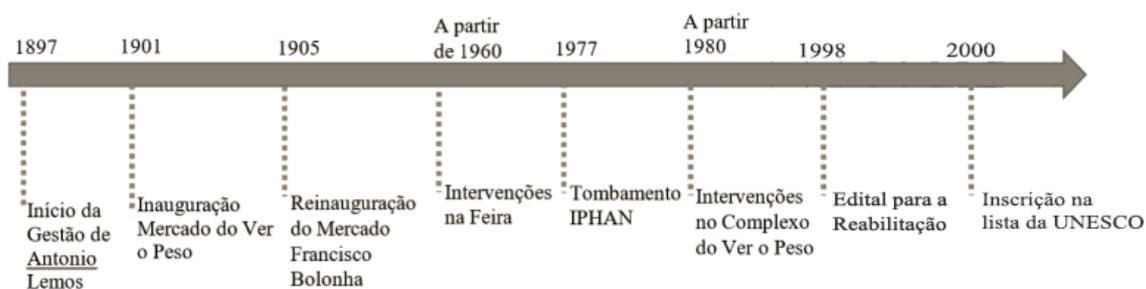


Figura 13 – Linha cronológica das intervenções realizadas no Complexo do Ver-o-Peso. Autor: MORAES, 2017 (adaptada pelo autor)

Em 1998, a prefeitura de Belém lançou um edital para a reabilitação do conjunto Ver-o-Peso, e a partir de um plano de estratégias de requalificação da área descrita, visava-se a revalorização das potencialidades sociais, econômicas e funcionais, logo, foi proposto como elementos fundamentais para as ações a serem desenvolvidas.

Dando início aos trabalhos de julgamento das propostas classificadas para a segunda etapa do concurso de seleção de propostas metodológicas e projetos para restauração dos edifícios do complexo Ver-o-Peso, incluindo a revitalização e melhorias urbanísticas das áreas contiguas.

Às 16:30 h do dia 25 de fevereiro de 1999, na Secretária Municipal de Urbanismo - SEURB, a Comissão de Julgamento integrada pelos arquitetos e Urbanistas Milton Monte (PA), José Maria Coelho Bassalo (PA), Maria Dorotea de Lima (PA), Vital Maria Tavares Pessoa de Melo (PE) e Alexander Nicolaeff (R.J), quando foram apresentados pelos representantes da Comissão Organizadora do Concurso, Luiz Fernando de Almeida Freitas e Ana Elizabeth de Almeida. Os cadernos contendo as propostas correspondentes aos três trabalhos classificados (Processo 039/99/2a.SR/IPHAN,18/05/99, IPHAN, 1999).

Segundo a arquiteta Elizabeth Vieira de Almeida³, durante a reforma, uma comissão foi criada a fim de representar cada setor do complexo, além do mais, foi assegurado um diálogo com todos os trabalhadores da feira. A proposta, considerada inclusiva, foi entregue no ano de 2002, a que conferiu as características atuais da feira do Ver-o-Peso, passando a ter seus boxes setorizados e cobertos por uma extensa cobertura em estrutura tensionada.

A partir de então, também se verificou a possibilidade de inscrição do conjunto na lista de Patrimônio Mundial da Unesco e um novo plano de estratégias foi proposto, no qual o Estado buscava criar condições para atrair empreendimentos à degradada zona portuária da cidade.

Com o passar dos anos, a cidade de Belém também foi selecionada entre as cidades com grandes conjuntos urbanos em mau estado de conservação, e outros relevantes para contemplar a diversidade histórica e regional da formação do patrimônio urbano do País. Sendo assim, algumas obras foram eleitas na cidade, visando não apenas a relevância das edificações, mas a incorporação daquelas aptas a conferir maior dinâmica de uso aos seus entornos.

De acordo com Juliano Ximenes Ponte (2007):

Em Belém, o exemplo de *waterfronts* representa a aplicação das parcerias público-privado e a requalificação das cascas históricas das antigas zonas portuárias; o “empreendimento” Estação das

³ Entrevista concedida pela Arquiteta e funcionária da Secretária de Urbanismo Ana Elizabeth Almeida a Luiz Rabelo em 15 de fevereiro de 2017.

Docas, inaugurado em 2000, subsidiado pelo Governo do Estado do Pará, é um exemplo disto. Nesse caso, a água como paisagem denota os valores do solo urbano articulados a uma dimensão da chamada economia da cultura, e a uma relação das novas atividades do terciário urbano com o aproveitamento das antigas estruturas” (PONTE, 2007, p. 51).

Almejando um retorno econômico, parte dos antigos armazéns daquela área foram requalificados e designados como “Estação das Docas”. O empreendimento também trouxe à tona novas estratégias de uso e ocupação do seu entorno, impulsionando a reabilitação de alguns casarões (Figura 14) e destinando-os a novos tipos de uso, como o cultural (Sesc Boulevard) e de serviços de alimentação (Restaurante Point do Açaí e a Cervejaria Cabôca).



Figura 14 - Casario situado na Avenida Boulevard Castilhos França, nas adjacências do Empreendimento Estação das Docas. Autor: Luiz Rabelo, 2017.

Há quem questione os impactos do empreendimento:

o quê que isso melhorou pro centro histórico? pra mim não melhorou nada. A Estação das Docas, durante muito tempo ficou ali com a prostituição do outro lado. O que, eu acho, deu um jogo maior foi o Sesc Boulevard, com aquelas casas dela que por sinal, o projeto é da Rose e da Mena... então, eu acho, assim que ele deu uma mexida

mas a Estação das Docas ficou muito tempo lá e a prostituição lá do outro lado e a desgraça do mundo lá do outro lado, entendeu? Não dizendo que a prostituição seja a desgraça do mundo, mas a prostituição de lá é muito, muito ruim, gente. (ENTREVISTA CONCEDIDA por Elizabeth Almeida a Luiz Rabelo, 2017).

De acordo com o Relatório de Avaliação da Execução de Programas de Governo nº37(CGU,2015), no Brasil, processos de crescimento urbano repercutem na degradação do patrimônio cultural, a diminuição do número de moradores, o aumento dos imóveis vazios e subutilizados, o aumento da precariedade das habitações, a concentração de atividades informais, a desvalorização imobiliária, a mudança no perfil socioeconômico dos moradores, dos usuários e das atividades locais. Em muitos dos casos, essas áreas sofrem os impactos da transferência de setores de serviços públicos e privados para outras localidades da cidade.

Nesse contexto, o governo lançou o Programa Monumenta; uma tentativa de reverter um processo que se repercute em muitos centros históricos, propondo um conceito que conjugava recuperação e preservação do patrimônio com desenvolvimento social (CGU,2015). No caso de Belém, o Mercado Francisco Bolonha foi contemplado pelo programa por apresentar uma situação de grande deterioração física, com instalações danificadas e numerosas irregularidades na sua ocupação.

Conforme Bonduki (2010):

Os vários comerciantes usavam o espaço não só como comércio, mas também para moradia, geralmente situada no segundo pavimento e/ou em estruturas acopladas que dividiam o espaço, aproveitando os altos pés-direitos. Poucos concessionários pagavam as irrisórias taxas para a prefeitura, embora a sublocação fosse comum, com uma subdivisão que alterava a estrutura original do edifício. Em alguns módulos, foram criados pontos para a prática de prostituição, utilizando-se o local como “motel”. Como um espaço vivo, o mercado foi incorporando práticas e necessidades populares que precisavam se alojar em algum lugar e, na falta de um processo

claro e transparente de gestão, encontraram no mercado público um espaço livre de controle para se estabelecer e se manifestar.

Bonduki (2010) ainda diz que o espaço do mercado, antes da intervenção, caracterizava-se por usos específicos bastante diferenciados, os seus pavilhões de ferro continuavam predominantemente ocupados pelo comércio da carne, embora nos últimos quinze anos essa atividade viesse decaindo, em razão das más condições de higiene, da falta de balcões frigoríficos e da fama de roubo no peso da carne. Em compensação, nas galerias internas, crescia o serviço de fornecimento de refeições e de bares populares. Já a parte externa, que se abre diretamente para as quatro ruas do entorno, era ocupada por comerciantes de artigos de consumo popular, como panelas, produtos de construção civil e ervas.

1.4. A LONGA INTERVENÇÃO

Em maio de 1988 o Mercado de Carne sofreu um incêndio. O fogo começou numa das lojas – ou compartimentos externos – localizada na Rua Oriental do Mercado. Quando os bombeiros conseguiram conter o incêndio, três lojas já haviam sido destruídas: a Casa Boa Esperança, a Casa Lima e Varejão Oriental. O prejuízo para os lojistas foi grande, mas não houve comprometimento da estrutura no local do incêndio. Os trabalhos de recuperação foram feitos pelos próprios lojistas. Não foram encontradas nos jornais da época notícias sobre a causa deste incêndio, mas acredita-se que tenha sido por complicações na rede elétrica de uma das lojas. Em julho de 1988 o mercado sofreu novo incêndio, poucos meses depois da ocorrência do primeiro. Este novo incêndio atingiu quatro lojas externas do mercado. (...) as causas do incêndio não constam das notícias posteriores, mas chegou-se a acreditar que o incêndio tenha sido criminoso. Novamente, a recuperação ficou por conta dos proprietários das lojas atingidas. (VEIGA, 2007, p.74).

Como visto, a história do mercado também é marcada por sinistros que exigiram alguns reparos e intervenções, empreendidas inclusive pelos próprios trabalhadores, e até mesmo por iniciativa da própria administração, como no caso da retirada da caixa d'água. No decorrer dos anos, as modificações e intervenções ocorridas no Mercado de Carne alteraram algumas de suas características arquitetônicas, sobretudo no que diz respeito à disposição de ambientes e revestimentos (VEIGA, 2007).

Embora estivesse dentro do plano de estratégias de requalificação lançado no final da década de 90 do século XX, foi apenas no ano de 2007 que o edifício

recebeu, de fato, uma intervenção supostamente adequada. De acordo com a matéria escrita por Adriano Magalhães (2011), o Mercado Francisco Bolonha foi reformado por intermédio da Prefeitura em parceria com o Programa Monumenta e do Ministério da Cultura.

Dados apontam que o valor da obra foi superior a cinco milhões de reais. A intervenção incluiu a retirada de todos os acréscimos implantados em desacordo com as características originais do edifício, além da restauração de pisos, paredes, cobertura, fachadas e galpões metálicos e a substituição de instalações elétricas, sanitárias e de incêndio (BONDUKI, 2010).

De acordo com um dos permissionários, a reforma trouxe grandes melhorias para o mercado, pois os boxes foram adaptados, assim como a higiene do local, que antes era afetada pela presença cotidiana de roedores. Com a vedação dos ralos de escoamento, o problema foi solucionado.

O projeto também considerou um problema que, embora estivesse aparentemente resolvido, a solução interferia diretamente na leitura estética do edifício. Antes da intervenção de 2007, devido as constantes invasões de pássaros, gradis metálicos (Figura 15) foram instalados nos vãos do pátio do Mercado.

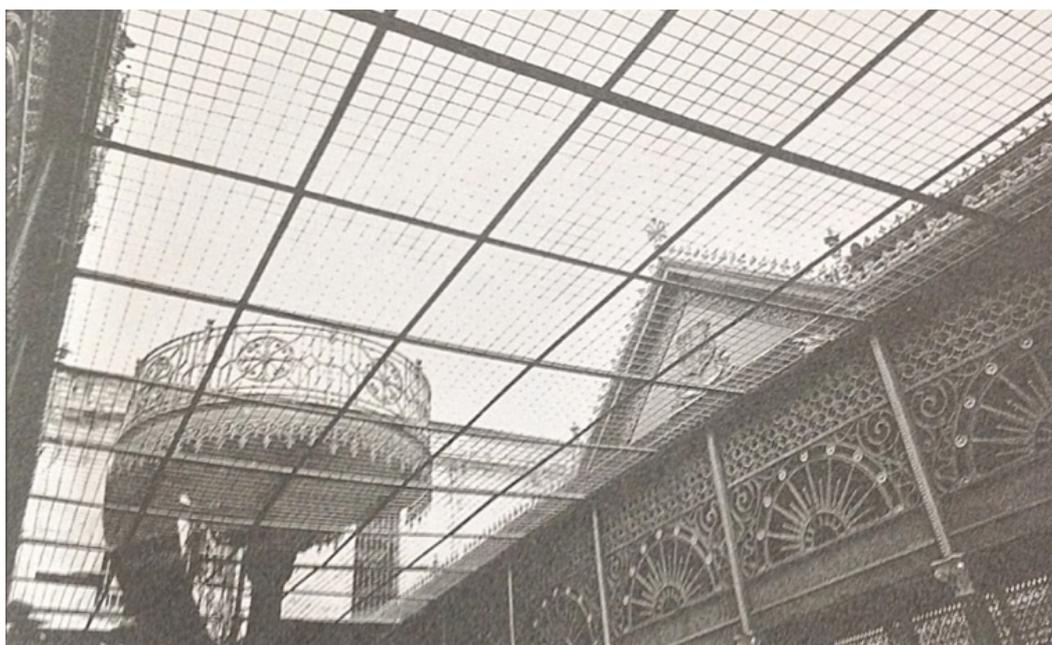


Figura 15 - Destaque para os gradis instalados no mercado, removidos durante a mais recente intervenção. Fonte: Arquivo do IPHAN, 1999.

No entanto, na nova proposta, os projetistas optaram pela remoção dos gradis e a instalação de frigoríficos suspensos (Figura 16), os quais pareceram ter bastante êxito, visto que os animais eram atraídos pelos restos de alimentos.



Figura 16 - Registro dos frigoríficos suspensos, instalados na intervenção de 2007. Autor: Luiz Rabelo, 2016.

Como dito, a intervenção tinha como pressuposto a revalorização das potencialidades sociais, econômicas e funcionais; bem como a manutenção do uso tradicional do Mercado Francisco Bolonha, com proposta de horário para funcionamento, observando-se a peculiaridade do abastecimento dos diversos setores e os hábitos da população local.

Representante da comissão organizadora do concurso de seleção de propostas para restauração dos edifícios do complexo do "Ver-o-Peso", a arquiteta e funcionária da SEURB, Ana Elizabeth de Almeida, durante a execução do projeto do Mercado de Carne assumiu a função de especialista em restauro.

Em entrevista, ela disse que o projeto se adaptava conforme as necessidades dos usuários⁴.

Segundo a funcionária pública, a participação da população foi muito intensa, tanto que um protótipo para as barracas teria sido feito e os permissionários teriam sido convidados a avaliá-los. Quando questionada sobre os boxes de carne, Elizabeth afirmou que ele teria sido mais elaborado “por conta da legislação, por parte da higiene sanitária e que a grande exigência deles era ter um frigorífero. No projeto botamos dois em cada esquina do Mercado”.

Além do mais, a arquiteta ressaltou:

Nós tivemos um diálogo muito forte e direto com todos. Quando a gente começou, nos perguntamos o que fazer lá em cima e aí vieram as ‘ideias fantásticas’: ‘faz um restaurante chique’, e daí começam a ideias. Só que os usuários permanentes, os permissionários, disseram ‘não, nós temos uma ideia’. Por exemplo, o Sr. que tem o café Bolonha lá pela 15 disse ‘eu faço um restaurante aqui em cima’, mas era depósito de todos eles. Tem a Sra. que vende santo na oriental do mercado, ela disse ‘olha, eu tenho na minha casa um lugar que eu dou aula de artesanato, eu posso, no meu espaço de cima, dar aula de artesanato’. Ai o Felipe disse ‘eu posso colocar uma loja do Chama aqui’. E cada um tinha uma ideia do que podia aproveitar. Só tinha um que disse ‘não, eu quero que continue o depósito lá’. Mas os outros conseguiram convencer, a maioria ia acabar fazendo pressão. Então tinha todo um uso lá pra cima(...) (ENTREVISTA CONCEDIDA por Elizabeth Almeida á Luiz Rabelo, 2017).

Elizabeth também afirmou que, no início da obra, nenhum permissionário teria ficado sem trabalhar e que o projeto teria sido feito por partes. Porém, é importante considerar que o início da intervenção se deu ainda no período de mandato do Prefeito Edmilson Rodrigues, e concluída na gestão de Duciomar Costa, o que possivelmente acarretou alguns conflitos durante a execução.

⁴ Entrevista concedida pela Arquiteta e funcionária da Secretária de Urbanismo Ana Elizabeth Almeida a Luiz Rabelo em 15 de fevereiro de 2017.

No ano de 2010, o documento INRC Ver-o-Peso⁵, redigido pelo IPHAN, relata que durante a obra, parte dos locatários foram alojados nas ruas laterais; outros ocuparam um prédio (do grupo Y. Yamada) na Boulevard Castilhos França; outros, ficaram sem exercer suas atividades, recebendo, por isso, um auxílio da prefeitura de Belém.

Como previsto no projeto de reabilitação, hoje, no pavimento térreo do mercado, encontram-se lojas com acessos independentes às ruas que o circundam, e quatro acessos principais dispostos pelas fachadas. Nos pavilhões internos, em ferro fundido, estão dispostos os boxes individuais distribuídos em setores como o da venda de carnes, refeições e artesanatos; em torno de um pavilhão central menor, onde se encontra a administração do Mercado, e de uma escada helicoidal de acesso ao mirante (Figura 17).



Figura 17 - Planta do Pavimento Térreo – Setorização dos Pavilhões.

⁵O Inventário Nacional de Referências Culturais – INRC – é uma metodologia de pesquisa desenvolvida pelo Iphan que tem como objetivo produzir conhecimento sobre os domínios da vida social aos quais são atribuídos sentidos e valores e que, portanto, constituem marcos e referências de identidade para determinado grupo social. Contempla, além das categorias estabelecidas no Registro, edificações associadas a certos usos, a significações históricas e a imagens urbanas, independentemente de sua qualidade arquitetônica ou artística.

Fonte: Planta esquemática fornecida pela administração local do Mercado de Carne. Autor desconhecido.

Quando entrevistado por mim, durante a visita de campo, o permissionário Nelson⁶ afirmou que na última reforma do mercado, realizada por “Dudu⁷”, os feirantes tiveram que trabalhar em outros lugares. Contou que, durante a reforma, assim como os azulejos de dentro da sua própria loja, o piso original dos corredores também havia desaparecido. Quando questionado, se antes da reforma eles teriam sido consultados por algum órgão público, o locatário negou e se demonstrou insatisfeito por terem deslocado o seu ponto de venda para outro local do mercado. Além do mais, ele também afirmou que, após a reforma, o movimento no mercado havia piorado.

“Seu Geraldo”⁸, um dos funcionários administrativos do mercado, relatou que, após a reforma, grande parte dos boxes de carne teriam sido destinados a venda de refeições, o que hoje garante o grande fluxo de clientes do mercado. Ele também alega que a reforma trouxe melhorias físicas, mas o problema agora estaria na situação dos permissionários dos boxes de carne, que estão acumulando dívidas por diversos motivos. Quanto à composição dos comércios instalados no interior do Mercado, comenta:

Não, anterior à reforma do mercado é só o de vinil. A reforma do mercado começou antes de 2008, 2005 por aí assim, aí foi até 2011 que entregaram o mercado reformado. Aí 2011 pra cá é que tá dessa maneira. (...) Era carne, agora os “coisa” de restaurante eram diferente... O que acontece? Depois da reforma que ficou os restaurantes pra lá. Antes da reforma tinha restaurante aqui pra frente, era do lado de fora... Tá vendo essas coluna aqui? Tinha um que era aqui na frente e tinha um lá dentro. Aquele lá era lá dentro e tinha outro aqui na frente (ENTREVISTA CONCEDIDA por Seu Geraldo a Fernanda Oliveira, 2017).

Conforme a matéria do Jornal O Liberal, publicada no dia 7 de julho de 2012, após ser revitalizado, o mercado deixou de atrair consumidores e por conta

⁶ Nelson, permissionário do mercado desde 2010, ocupa um dos boxes de artesanato.

⁷ Apelido pelo qual é conhecido Duciomar Costa, prefeito da cidade no período de 2005 a 2011.

⁸ Chefe administrativo do Mercado há quase 15 anos.

do fraco movimento e das dívidas acumuladas, os trabalhadores locais estariam passando por dificuldades financeiras. Desde a inauguração da obra, em dezembro de 2011, cerca de 200 dos 300 trabalhadores abandonaram a profissão.

Já tivemos casos de atravessadores de carne, os 'machantes', levarem os equipamentos dos açougueiros como parte do pagamento. Há dívidas aqui que passam dos R\$ 15 mil. Com o movimento abaixo do esperado. Nem podemos colocar uma televisão ou um aparelho de som para passar o tempo e chamar os clientes. Poderíamos fazer uma programação, colocando uma banda para tocar. A PMB⁹ não divulgou esse espaço e muitos ainda pensam que o mercado não está funcionando ainda. Começamos com 300 trabalhadores e agora temos pouco mais de 100. Eu tenho outro emprego e cubro algumas despesas do meu restaurante. Mas há quem viva disso aqui e não tenha mais como se sustentar, comentou Nazareno. (O Liberal, 7 jul. 2012)

De fato, um processo de esvaziamento parece estar repercutindo no interior do Mercado. O funcionário destinado a atividades administrativas do MCFB, Geraldo, lamenta quando afirma que a venda de carne vem decaindo no decorrer do ano. De acordo com a sua tabela de controle, o número de pedidos aos fornecedores está cada vez mais reduzido, havendo um grave declínio na quantidade de carne que entra no mercado.

A matéria ainda revela que o diretor da Associação dos Feirantes do Ver-o-Peso, Nazareno Cardoso, reconheceu a beleza e conforto do mercado. Porém, o novo espaço viria acompanhado de gastos que teriam aumentado muito mais rápido do que as vendas. Parte das dificuldades ele apontou como culpa da PMB que não fez um espaço completo, com exaustores, pias, filtros de ar e alguns equipamentos específicos para açougueiros que haviam sido prometidos. Portanto, para cobrir essas falhas, os trabalhadores teriam sido obrigados a fazer um empréstimo de R\$ 5 mil, pago em 60 meses ao Banco do Brasil. Com os custos

⁹ Prefeitura Municipal de Belém.

de material, mercadorias, ajudantes e energia elétrica, determinadas contas acabaram acumulando.

Felipe Chama, o proprietário da Loja Chama, localizada na esquina do MCFB, relata que, apesar do tempo de execução da última obra ter sido longo, os seus resultados não pareceram ter sido tão satisfatórios. E por conta disso, manter o serviço de venda de carne será uma atividade difícil

(...) porque tem uma concorrência muito grande já, só aqui na rua têm três açougues já. Com qualidades higiênicas muito melhores, com um preço mais competitivo, com oferta melhor. Mas aí o quê que tu poderia fazer? Entendeu, primeiro um entendimento... não sei se eles concordam, teria que ouvi-los primeiro, tem quatro setores aí no mercado né, praticamente tem talho aqui, aqui né... um desses só seria para carne e os outros três começava a fazer uma mudança de segmento, artesanato... (ENTREVISTA CONCEDIDA por Felipe Chama á Luiz Rabelo, 2017).

Já a própria arquiteta responsável pela obra, Ana Elizabeth Almeida, diz que a reforma não teria sido concluída. Ambos alegaram que alguns equipamentos prometidos não foram entregues aos açougueiros, comprometendo então, o fluxo de suas vendas. Deste modo, além da concorrência, a longa intervenção também teria contribuído para o processo de esvaziamento dos boxes.

2 NOVAS PRÁTICAS DE CONSUMO: UM OLHAR ETNOGRÁFICO

2.1 A EXPERIÊNCIA NO CAMPO

Ter uma ótica similar à de um frequentador regular do MCFB é difícil, no entanto, não impede de se acercar da realidade vivida por ele. Através da experiência de campo, pude identificar alguns dos usuários e quais as suas óticas sobre o mercado. A princípio, por já prever uma possível rejeição por parte deles, a tarefa parecia difícil, tinha consciência da distância entre a realidade dos trabalhadores com a minha.

Decidi, então, me deslocar ao Mercado com uma caneta, um bloco de papel e uma prancheta. Estas eram as ferramentas perfeitas para reproduzir em traços os seus adornados elementos *art nouveau*. Presumi que todos facilmente me identificariam como um estudante e bem como nos desenhos a mão livre, sinuosas foram as curvas que percorri até ter o primeiro contato com um açougueiro. Estes, considerados como figuras chaves para a pesquisa, pareciam sempre ocupados e tinham semblantes pesados em seus rostos.

A início, optei por me acercar de outros trabalhadores, e diante daquela realidade, me senti privilegiado por ser um estudante da Universidade Federal do Pará, pois cada vez que me identificava como tal, muitos se envaideciam quando tinham filhos ou netos universitários, atribuindo a conquista aos seus respectivos trabalhos. Alguns eram habituados a receberem pesquisadores e talvez, por darem tal prestígio a ocupação, não identifiquei muitas reações repugnantes à minha presença no campo, até mesmo em uma situação delicada:

Enquanto conversava com a Dona Suellem, um senhor acompanhado por uma simpática moça se dirigiu ao balcão e discretamente entregou notas de dinheiro à simpática senhora. Enquanto trocavam diálogos repletos de gracejos, puxei meu celular do bolso e embora atento à tela do aparelho, de canto de olho, pude captar seu gesto, o indagava à Dona Sullem quem eu era. A vendedora reagiu discretamente, com outro gesto, fazendo menção como se eu não representasse nenhum risco. (Diário de Campo, 04/11/2017).

Este episódio possivelmente retrata algum tipo de atividade ilícita recorrente dentro do mercado; a partir dele, pontuei o momento no qual me senti aceito no campo, sendo visto como um mero curioso inofensivo. Pude constatar, também, que além da ocorrência de atividades ilícitas, dentro do mercado, existem conflitos interpessoais e por isso optei por uma alternativa sigilosa, a de não utilizar os verdadeiros nomes de alguns atores nesta pesquisa, garantindo mais segurança a eles.

Muitas das apreensões foram possíveis graças aos diálogos livres, realizados com vinte pessoas, entre elas, permissionários internos, permissionários que ocupam os pontos externos do mercado, o administrador, um empresário, alguns trabalhadores e uma técnica participante da última intervenção. Os critérios estabelecidos para a seleção dos atores foram baseados nas suas ocupações e disponibilidade, visto que alguns têm uma jornada de trabalho frenética, o que dificultava um diálogo mais prolongado.

O cotidiano do Mercado é assinalado por um intenso movimento, e na medida em que o horário de almoço vai se aproximando, as mesas são preenchidas por clientes que chegam até mesmo a ocuparem as entradas de acesso. A dinâmica do turismo é visivelmente identificada e se dá no entorno da escadaria verde, onde visitantes descontraidamente fazem seus registros fotográficos.

A pesquisa de campo durou cerca de um ano e embora grande parte das incursões se dessem durante a manhã, no horário convencional de funcionamento do mercado (entre as oito horas da manhã até as dezesseis horas da tarde), algumas vezes me dispus a jantar no empreendimento Quitanda Bolonha, a fim de observar a dinâmica que se dava durante a noite (das dezoito até as vinte e três horas).

Entre as idas a campo, destaco a noite do Festival Sonido, um evento promovido por produtores musicais, o qual provocou em mim profundas reflexões, alheias ao ideal teórico dos primórdios da pesquisa:

Senti muito prazer em ver o meu objeto de estudo impregnado por cores e frequentado por pessoas do mesmo grupo o qual estou

inserido. Embora o mercado seja um monumento instituído como patrimônio e símbolo da história da cidade em que nasci e cresci, ainda é intrigante enxergá-lo como objeto pertencente a mim. Digo intrigante porque esse sentimento se torna ambíguo quando mentalizo o cotidiano real vivido dentro dele, o qual eu não faço parte. Através desse diário de campo também reconheci a dificuldade de enxergar o objeto de estudo como pertencente às pessoas que fazem parte de sua dinâmica cotidiana(...). Aos meus olhos, o edifício parece não estar harmonizado com seu uso atual e, diante de uma satisfação pessoal, devo reconhecer a perversa esperança que tive quando vivenciei o festival Sonido e o interpretei como um novo olhar que no futuro pode ser determinante para a dinâmica deste bem. (Diário de Campo, 22/04/2017).

A reflexão foi determinante para que o meu olhar como pesquisador fosse amadurecido e desde então, busquei assumir uma postura mais dialética frente as análises das minhas apreensões. A experiência expandiu o meu campo de visão, o que estimulou a busca por um aporte teórico mais seletivo, moldado em ideais não tão arbitrários. Afinal, já dizia Peirano (2014), que os etnógrafos são ávidos em conhecer o mundo no qual vivem, nunca se conformam com predefinições, estão sempre dispostos a se expor ao imprevisível, a questionar certezas e verdades estabelecidas e a se vulnerar por novas surpresas.

Desse episódio, fica claro que a pesquisa de campo não tem momento certo para começar e acabar, e bem como definiu Peirano (2014), esses momentos são arbitrários por definição e dependem que se abandone as grandes travessias para "ilhas isoladas e exóticas", da potencialidade de estranhamento, do insólito da experiência, da necessidade de examinar por que alguns eventos, vividos ou observados e surpreendentes. A partir de então, considere as novas práticas de consumo como processos naturais, expostos sempre a transformações, e que, reinventados, nem sempre podem significar uma ameaça a determinados bens.

Como uma ferramenta complementar para desenvolver a discussão dos resultados da pesquisa de campo, foi utilizado o Arquivo Mnemônico do Lugar. Esta técnica é baseada na apreensão da relação simbólica entre o mercado e

seus atores. Além do mais, sentiu-se a necessidade de desenvolver uma pesquisa de cunho mais abrangente e para isso, foi elaborado um questionário¹⁰, possibilitando obter um panorama sobre as falas dos atores do mercado e as opiniões de seus frequentadores (entrevistados).

2.2O EMPREENDIMENTO QUITANDA BOLONHA

A ideia do empreendimento veio à tona, quando Ney Messias Junior¹¹, ao andar pelo mercado, se surpreendeu com a quantidade de boxes vazios, suscitando então a ideia de abrir o empreendimento Quitanda Bolonha; segundo ele, “os permissionários tinham entregue seus boxes por absoluta falta de movimento de consumidores”. Ney também declarou a dificuldade que teve em conseguir se instalar no mercado:

Eu até acho graça da politização disto (insinuaram que ele estaria usando patrimônio público para ganhar dinheiro). Estou há 8 meses tentando me tornar um permissionário do mercado Bolonha. Foram 8 meses enfrentando todo tipo de burocracia até conseguir finalmente me instalar no mercado. Pediram pra mim coisas que jamais pediram pra qualquer permissionário do lugar. Os boxes estão vazios, portanto qualquer um pode dar entrada no processo na secretaria de Economia de Belém e se candidatar a se transformar em permissionário e enfrentar os desafios e riscos que estou enfrentando(...) (ENTREVISTA CONCEDIDA por Ney Messias Junior a Hiroshi Bógea, 2015).

Após enfrentar algumas dificuldades, no dia 13 de outubro de 2015, o Quitanda Bolonha “destampa suas painéis” e se instala no torso do Mercado Francisco Bolonha. Os proprietários, Ney e Almir Antônio José Dopazo, conseguem, por fim, lançar a proposta de desenvolver o que eles denominam como ‘a primeira experiência gastronômica construída por chefs de cozinha

¹⁰ Contribuição do professor Jesus da Silva e do professor Ronaldo de Carvalho durante o Workshop Método Etnográfico, realizado no dia 06 de outubro de 2017.

¹¹ Radialista, empresário, jornalista e produtor cultural.

profissionais'. Para isso, no boteco, seriam servidos os tradicionais pratos da culinária de Belém, e também uma culinária *fusion*, com pratos da alta tradicional gastronomia, mas ressignificados com insumos amazônicos. No bar, também poderia ser encontrado o chope artesanal feito em Belém. De quinta a domingo seria oferecida uma programação musical diversa (Figura 18), com a ideia de valorizar o artista da terra.



Figura 18 - Registro do Mercado durante a apresentação do grupo musical de Carimbó. Autor: Luiz Rabelo, 2016.

Durante a entrevista, ao ser questionado sobre o conceito e funcionamento do empreendimento, o proprietário Ney Messias Junior disse:

Nosso cardápio é nosso principal dialeto. Falamos através dele. Desde os nomes dos pratos, que são expressões do nosso vocabulário. Uma provocação para que turistas que lá cheguem, sejam convidados a falar a nossa língua ao pedir nossos pratos (...) O cardápio foi todo pensado pelos chefs Felipe Gemaque e Solange Saboia. Todos os insumos do cardápio são comprados no Ver-o-Peso, portanto queremos mostrar uma forma cabocla de se alimentar com receitas tradicionais e algumas releituras de receitas da

gastronomia internacional(...) (ENTREVISTA CONCEDIDA por Ney Messias Junior a Hiroshi Bógea, 2015).

Além do singular cardápio, o empreendimento também se diferenciava por ultrapassar o horário de funcionamento convencional do Mercado. Enquanto os demais permissionários encerravam o expediente por volta das dezesseis horas, o Quitanda Bolonha seguia funcionando até as vinte e três horas. A segurança também faz parte do serviço, pois a sua clientela poderia contar com a companhia de um funcionário até as extremidades externas do Mercado, onde de praxe estacionavam seus veículos particulares.

Bom, ali era coisa de mercearia, e tudo mais... aí o cara fez o pedido lá que queria colocar uma espécie de barzinho com um outro tipo de serviço, de tira gosto, um negócio legal aí. E ficou lá, eles permitiram, aí o funcionamento... tem vezes que vai até meia-noite, mas foi dada a permissão pelo secretário de economia. Agora ali dentro, temos o funcionamento de pequenos restaurantes, daquele ponto até ali naquele canto. Só restaurante pequeno (ENTREVISTA CONCEDIDA por Seu Geraldo a Fernanda Souza, 2017).

No caso do Mercado de Carne, a inserção de um novo empreendimento não tradicional e não voltado para o comércio popular desloca o pensamento para a possibilidade da instalação de novos empreendimentos que se “apropriem” do espaço e modifiquem aos poucos o perfil da dinâmica social e cultural do local que são ainda baseadas na tradição da venda de carne.

Durante a entrevista, ao ser questionado se o Quitanda poderia ser uma futura referência de ponto turístico, Ney Messias opina:

Antes de ser referência pra turismo ou coisa do tipo, a gente quer mesmo é levar a população de Belém pra dentro do Mercado Bolonha. A gente precisa se apoderar de prédios que são nossos e que não temos pertencimento sobre eles. Todas, eu digo todas, as pessoas que já foram na Quitanda Bolonha falam a mesma coisa: “eu nunca tinha entrado neste mercado” Isto é muito surreal. Em qualquer cidade do mundo, que se tenha dignidade cultural, um prédio como aquele teria outro tipo de vida, além da que já tem lá que

é muito digna” (ENTREVISTA CONCEDIDA por Ney Messias Junior a Hiroshi Bógea, 2015).

Choay (2000) alerta que, por trás de discursos ecumênicos sobre o patrimônio, a tarefa da indústria cultural consiste em explorar os monumentos por todos os meios possíveis e, a fim de multiplicar o número de visitantes, empenham-se cada vez mais, para que se sintam em casa. Porém, deve-se atentar também para *“o vasto público de indivíduos para quem a visita dos monumentos não é um fim em si mesmo, para aqueles que, individualmente, esperam do patrimônio histórico mais do que distração(...)”* (CHOAY, 2000, p.199).

A teórica também explica que o condicionamento sofrido pelo patrimônio urbano histórico, quando se tem em vista o seu consumo cultural, bem como a sua disputa pelo mercado imobiliário de prestígio, tende cada vez mais *“a excluir as populações locais ou não privilegiadas e, com elas, as suas atividades tradicionais e modestamente quotidianas”* (CHOAY, 2000, p. 196).

Em suma, o mercado apresenta indícios de transformação em sua dinâmica, que se deu, pontualmente, a partir da última intervenção. Embora previsse a revalorização das potencialidades sociais, econômicas e funcionais, bem como a manutenção do uso tradicional, após concluída, parece ter assinalado o processo de esvaziamento, no qual alguns de seus permissionários, ao que tudo indica, estariam abandonando os boxes, dando vez a novos tipos de práticas de consumos destinados ao turismo ou a um público de classe mais abastada.

Através das idas à campo, considerando como exceção a noite do Festival Sonido, notou-se um pacato fluxo de clientes no restaurante durante a parte da noite. E por conta disto, o empreendimento pareceu ter se adaptado a dinâmica real do mercado, passando a oferecer um cardápio mais modesto e acessível, composto por *“pratos executivos”*, os quais garantem um agitado movimento durante o dia.

No caso do empreendimento, a sua atual situação comprova a carência da clientela almejada, que embora percorra os pavilhões do Mercado, parece não

alcançar a expectativa desejada pelos empreendedores. A princípio, a ideia se manifestou como um segmento destinado a consumidores seletos, no entanto, passados dois anos após a sua inauguração, hoje o Quitanda Bolonha é administrado apenas por um proprietário e parece ter se rendido ao peculiar e popular caráter do Ver-o-Peso.

2.3 O FESTIVAL SONIDO

De acordo com a matéria do Jornal O Liberal, publicada no dia 7 de julho de 2012, para os açougueiros e vendedores de refeições, a Prefeitura Municipal de Belém (PMB) além de não fazer publicidade para convidar os consumidores para o mercado, teria determinadas regras restritivas da Secretaria Municipal Economia que impediam os feirantes de fazer programações específicas.

No entanto, uma grande programação vem acontecendo no interior do Mercado. O projeto musical e visual desenvolvido pela Se Rasgum Produções, teve sua primeira edição do Festival Sonido - Música Instrumental e Experimental em 2015, durante três dias. De acordo com a empresa, o evento tem como objetivo promover o encontro de diversos artistas e bandas expoentes da música instrumental, na vertente de projetos experimentais.

Saem as carnes, entra o som. Sai o comércio, entra a música. A partir de hoje à noite (26), o tradicional Mercado Francisco Bolonha, o Mercado de Carnes do Ver-o-Peso, se transforma em um laboratório de experimentações, misturas, novidades e grandes nomes da nossa música. Começa o Festival Sonido de Música Instrumental e Experimental, promovido pela Se Rasgum Produções, que nas próximas três noites – 26, 27 e 28 de junho – promete reunir o que há de interessante na cena paraense, e também abrir espaço para atrações nacionais, em shows gratuitos para quem quiser ouvir e ver – além de um jogo de luzes especial, que vão criar um ambiente instigante e propício para se curtir um som legal, vai rolar *videomapping* dentro e fora do Mercado. Ao todo serão 12 shows, 4 em cada noite, sempre a partir de 19h. Tem banda começando, estrelas da guitarrada, instrumentistas que tocam com

grandes artistas da música brasileira, parcerias, encontros... O Repórter E traz agora um guia rápido de todas as atrações do Sonido, para instigar sua curiosidade, ou aumentar sua ansiedade (<https://reportere.com/2015/06/26/sonidocomecahoje/>).

O festival promoveu gratuitamente um espetáculo de música e luzes, trazendo para a capital paraense, grandes nomes da música experimental nacional e promovendo encontros da música paraense. “Além de música, o Sonido também promoveu um show de iluminação e *videomapping* especiais que valorizam a arquitetura do mercado, sob a direção da conceituada artista visual paraense Roberta Carvalho” (<http://www.serasgum.com.br/pagina/projetos>).

Sem restrições, com patrocínio do Ministério da Cultura, Banpará e o apoio da Lei Rouanet, em 2017, o Sonido teve a sua segunda edição realizada nos dias 21 e 22 de abril. Ao todo foram apresentados doze shows, quatro em cada noite. Entre as atrações tiveram bandas iniciantes, estrelas da guitarrada, instrumentistas que tocaram com artistas da música brasileira, parcerias e encontros.

Se depender do repórter Leonardo Vinhas¹², o festival decolará rumo ao sucesso. Em seu blog, trechos resumem a sua experiência como “delirante”, o expert em música progressiva, descreve o público, enaltece artistas e aplaude o estimado festival:

O prédio é um espetáculo: mesmo que a conservação não seja das melhores, é um dos mais belos exemplos do estilo neoclássico, com quatro pavilhões metálicos que abrigam os boxes comerciais, que durante o festival vendiam de vatapá a cachorro-quente, e cerveja longneck a inacreditáveis R\$ 3. Na fachada, um videomapping concebido por Roberta Carvalho com imagens da Belém antiga, seus azulejos e outros detalhes ajudava a compor o visual único, enquanto os spots de luz em funcionamento na parte interna, que é coberta apenas parcialmente, davam um tom de delírio da selva à coisa toda,

¹² Editor, repórter, gestor de projetos e jornalista especializado em conteúdo customizado e jornalismo cultural.

mesmo quase não havendo vegetação por perto (Leonardo Vinhas, 2017).



Figura 19 - Registro da atração principal da noite: Lucas Estrela. Foto: Luiz Rabelo, 2017.

Com o slogan "Por detrás do modelo econômico do mercado de música, ainda respiram formas alternativas e experimentais de criar arte sonora", o Sonido nada mais é que um exemplo de um experimento que, embora pareça estar numa fase embrionária, apresenta indícios de um futuro bastante promissor.

Algumas das observações puderam ser feitas por mim através da ida a campo no segundo dia do Festival, e em meio as minhas percepções, pude notar a composição sociocultural dos frequentadores:

Jovens categorizadas por mim como “desconstruídas” também faziam parte do público. Este clã é formado por artistas que tentam viver de uma forma alternativa, vivem em republicas estudantis, no entanto muitos já não são estudantes e despreocupados com segmentos de gênero, homens usam saias e vestidos, criam e estilizam suas próprias roupas, as mulheres em sua grande maioria não usam sutiã e tem seus cabelos estilizados num tamanho curto. Esses artistas têm em suas produções desde mixers de músicas regionais (bregas) e eruditas, até os mais diversos tipos de arte tradicional. (Diário de Campo 22/04/17)

Durante o festival, poucos eram os restaurantes abertos; entre eles se destacava o Quitanda Bolonha, que tinha suas mesas ocupadas e cercadas por pessoas que tagarelavam entre si (Figura 20).



Figura 20 - Registro do empreendimento Quitanda Bolonha durante o Festival Sonido. Foto: Luiz Rabelo, 2017.

O seletto público atraído pelo festival não pareceu ser o mesmo que compõe o cotidiano do mercado, talvez por não oferecer um tipo de atração erudita, o espetáculo não parece ser muito atraente aos trabalhadores regulares:

Eles não proibem da gente trabalhar, nem vender cerveja. Mas a pessoas que frequentam essa festa é gente diferente, porque eles consomem droga todo mundo olhando, só gente da alta né? é música instrumental, o pessoal que trabalha aqui não gosta. (Açougueiro Will - Diário de Campo, 15 de dezembro de 2017).

Deste modo, o evento tornar-se um tanto controverso quando se sabe que os próprios permissionários dizem não ter autorização ou apoio por parte de instituições públicas para a promoção de eventos do tipo, e tampouco, incentivo para atrair uma regular clientela ao mercado.

O acontecimento do Festival Sonido representa o momento em que se instala uma nova concepção de espaço, que os separa segundo as funções a que se destina. O prazer em ver o MCFB impregnado por cores e frequentado por pessoas de determinado grupo social, parece ter caído no gosto das mais diversas instituições. Entre os patrocinadores do Sonido, encontram-se empresas privadas e, inclusive, o próprio Ministério da Cultura.

Ao que tudo indica, impor normas restritivas aos feirantes pode representar a dificuldade de enxergar o patrimônio como pertencente aos que fazem parte da dinâmica real e cotidiana deste bem. Possivelmente os valores do mercado julgados pelas instituições ainda estejam atrelados ao caráter erudito de sua pomposa arquitetura.

2.4 AS VOZES DO MERCADO

2.4.1 O comerciante do Marajó

O inusitado encontro com um habitante de Muaná e freguês assíduo há quase 10 anos de um dos restaurantes populares, me fez repensar sobre os diversos valores que podem ser impressos ao Mercado. Uma vez por mês, o rapaz vem a Belém para comprar produtos no atacado. A partir de nosso diálogo, notei que a noção de estética do rapaz é bastante diferente daquela do pesquisador:

No momento em que ele usou como parâmetro a praia do Outeiro, tal diferença se tornou nítida, como morador de Belém, sei a precariedade que aquela área representa; além do mais, acredito que a Ilha do Marajó seja tão atrativa por exibir paisagens quase virgens, tanto que suas extensas praias, desprovidas de urbanização, me fizeram retornar a um tempo jamais vivido por mim (Diário de Campo, 04/07/2017).

Dentro do mercado, eu já havia visto outras pessoas consumindo açaí da mesma maneira que a do rapaz, o que me fez identificar a possível proveniência delas. O bairro da Campina, vulgo “Comercio”, atrai pessoas de toda parte do Estado e quais seriam as apreensões dos que vivenciam a realidade da zona rural, que em sua grande parte descendem de outras etnias? O mercado Francisco

Bolonha, representaria para elas um símbolo de identidade cultural ou apenas um mero espaço de trocas de mercadorias?

2.4.2 O faxineiro Ronaldo

Funcionário do Mercado há 15 anos, interpreta a intervenção realizada pela prefeitura como positiva e se mostra sintonizado com alguns fatos que acontecem dentro do Mercado. Apesar de demonstrar conhecimento sobre os demais personagens do MCFB, o funcionário descreve uma realidade fantasiosa como se o mercado vivesse num momento de apogeu.

Segundo ele, todos os boxes estariam ocupados e muitos quilos de carne seriam vendidos diariamente. O rapaz parece buscar um consumo mais acessível quando condena o valor do Quitanda Bolonha. A partir de nossos diálogos, considerei a hipótese de que a situação de descaso do mercado pode ser atribuída a sua discreta fachada (materializada em seu discurso), que visualmente pode ser considerada ofuscada pelo monumental Mercado de Peixe.

Tudo! Tudo alimentação... Mas esse mercado aqui é sensacional, aqui a gente trabalha a gente ganha dinheiro... com o teu esforço sabe? Tem dia que a tu não ganha muito, mas tu ganha, sabe como é? Vale a pena... Cara, o Ver-o-Peso... essa é a maior feira da América Latina né?(...) Já deu muita coisa para muita gente e vai dar até a gente ir embora. Por exemplo, tenho casa, tenho tudo... eu tenho dois filhos formados, uma filha que é pedagoga e outro que passou agora em física. Sabe, cara, tudo sustentado, tudo comprado com o Ver-o-Peso(...) Faz uns 15 anos já... sempre sustentando família, comprei minha casa, nunca precisei tirar nada de ninguém... eu tenho uma aparelhagem, tenho um som grande... (Diário de Campo, 16/02/2017)

Em seu discurso, o faxineiro enaltece o Ver-o-Peso, cita a aparelhagem transfigurada na sua possível ascensão, a qual ele pôde alcançar graças ao seu ofício. O rapaz demonstrou ter uma visão ampla sobre o que é o complexo, entre os entrevistados, além de ter sido um dos poucos a demonstrar um profundo afeto pelo lugar, parece reconhecer a relevância econômica e social que ele tem para as pessoas que ali trabalham.

2.4.3 O gerente Geraldo

Atuando no Mercado há quase 15 anos, após trabalhar com Mauro Monte, o primeiro administrador geral do Ver-o-Peso, "Seu Geraldo" assumiu o cargo como gerente administrativo do MCFB. Apesar de não cumprir um horário fixo, é muito solicitado pelos trabalhadores do mercado que não hesitam em se dirigir à cabine da administração.

Seja turista ou qualquer outro tipo de visitante, o senhor parece estar sempre disponível aos que queiram escutar a história do mercado. O contato com Geraldo foi primordial para compreender um pouco da realidade do Mercado e, embora tenha um pouco de cautela ao expor suas opiniões pessoais, consegue descrever a atual situação e parece assumir o controle de muitos temas relacionados ao cotidiano do MCFB, como por exemplo, o registro semanal da quantidade de carne fornecidas¹³ aos permissionários. Entre os motivos da queda na venda de carne, o gerente ressalta as atitudes fraudulentas dos próprios açougueiros, que tentaram vender carne inapropriada para o consumo ou alteravam o sistema de pesagem da balança.

pois é, vai passando de pai pra filho e pode passar também de um permissionário antigo que pode passar para uma pessoa que trabalha há muito tempo com ele, e aí desiste em nome daquela pessoa. Pode ocorrer isso também, por exemplo, aquela senhora ali da Umbanda ela trabalhava com um senhor que casou com a irmã dela. Eles se mudaram lá pra Macapá e aí o que acontece? Ela ficou tomando de conta da loja, mas todo mês tinha que dar uma importância pra eles, como se fosse um aluguel... (Geraldo - Diário de Campo, 25/10/2017)

Ciente de como funciona o sistema de ocupação dos boxes, ele explica que a hereditariedade ou o vínculo profissional são os requerimentos principais para se tornar permissionário do mercado. À ele, também é atribuída a

¹³ No horário de 00h às 06h da manhã, sob a patrulha de um vigilante, a carne é transportada pelos chamados "machantes" até os frigoríferos do mercado.

responsabilidade de punir permissionários por suas condutas ilegais, e para isso, diz ter em seu arquivo a documentação de todos que ali trabalham.

Vai ter que passar pra outra coisa, eles podem mudar pra artesanato, pra outro negócio aqui... porque aí não vai ser possível, cada vez mais tá caindo, vai chegar certo ponto que não vai dar... esse mercado tem a energia paga pela secretaria, poucos aqui pagam energia. Já pensou, pra manter um mercado desse aqui? É uma grana aqui né... (Seu Geraldo - Diário de Campo, 25/10/2017)

Quando questionado sobre o futuro do Mercado sem os açougueiros, Geraldo acredita na mudança de segmento, pois a situação atual não se sustentará por muito tempo. Em sua fala, são materializados os boxes dos fundos, quando ele alega serem rejeitados pelos permissionários, durante a intervenção.

2.4.4 O empresário Felipe Chama

O herdeiro da Casa Chama (Figura 21) demonstra ter um bom nível de instrução, ao se posicionar contra a ideologia socialista, o empreendedor expôs o seu olhar crítico sobre o contexto do Mercado, demonstrando, também, um certo conhecimento em relação ao percurso histórico do patrimônio de Belém. As duas décadas mencionadas por ele representaram o apogeu do racionalismo modernista que por sua vez, considerava a arquitetura colonial como digna de preservação, erradicando assim alguns dos emblemáticos monumentos históricos da cidade.



Figura 211 - Tomada da fachada da Casa Chama. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

Em seu discurso, Felipe se mostra indignado com o percurso das ações que vêm sendo implantadas no complexo. Quando foi questionado sobre a intervenção no MCFB, ele respondeu:

(...) entre a vontade de fazer e a efetiva conclusão, pra mim, uns dez anos. “Ah vamo fazer”, 4, 5 anos, uma pitomba! Primeiro que ficam falando nela para projeto e união, uns 10 anos, no mínimo, para fazer a reforma ridícula dessas, ridícula! (...) Porque, não num sentido, na

qualidade do material da obra; no sentido de que é pequena demais. Uma obra de reforma de um mercado desses que não tem obra de artes assim tão difíceis ... o cara levar 10 anos para fazer uma coisa dessas? (Felipe Chama – Diário de Campo, 12/05/2017)

No entanto, o proprietário da loja se mostrou a favor do último projeto de reabilitação da feira do Ver-o-Peso, apresentado no ano passado pela prefeitura. A proposta teria sido alvo de críticas e repudiada inclusive pelo próprio Instituto de Arquitetos do Brasil. Entre as justificativas, estava a falta de harmonia com a área de entorno.

eu penso, o maior problema do comércio de Belém é encontrar uma solução pros camelôs do centro do comércio. Então, isso diminui muito, muito o comércio. A pessoa não circula direito(...) poxa, essa desorganização, essa falta de parcialidade no fluxo, essa falta de estacionamento, essa falta de conforto é muito ruim isso. Como é que shoppings atraem todo o tipo de classe? Né? É muito difícil você... o comércio nunca vai acabar, mas ele não pode ficar se degradando constantemente, isso eternamente, uma hora tem que parar com isso, tem que dar uma arrumada para que essas coisas virem opção; por exemplo, a classe A e B se fizer uma pesquisa, não vem no Ver-o-Peso mais. Um ou outro vem aqui. Quantas vezes viestes no Ver-o-Peso? (Felipe Chama – Diário de Campo, 12/05/2017)

Ao que tudo indica, o herdeiro da família Chama possui uma ótica dessincronizada com a real dinâmica do Ver-o-Peso. Apesar do seu discurso revelar ideias inclusivas, é nítido o seu interesse em atrair para o mercado o público de classe mais abastarda.

2.4.5 Luciene: a aspirante de gastronomia

Herdeira do ponto, é a atual proprietária do Café Bolonha (Figuras 22 e 23), a graduanda em Gastronomia é frequentadora do Mercado desde criança. Embora tenha classificado o ponto como de comércio popular, o seu negócio oferece refeições com um padrão diferenciado, incluindo requintados doces. Talvez, isso se dê, por desejar atingir um público mais seletivo.



Figura 22 - Registro interno do empreendimento Café Bolonha. Autor: Luiz Rabelo, 2018.



Figura 23 - Tomada da fachada do café Bolonha. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

Aquele mercado (Mercado de São Braz) não é pra isso. Pra quê que é aquele mercado? Pra uma área gastronômica entendeu? Que tu capacites as pessoas pra trabalhar direitinho ali pra chamar um público bom! Porr ali seria fantástico ter vários barzinhos assim, pequenos! Entendeu? Vários quiosquezinhos ali dentro com um tira-gosto de pirarucu um outro com um camarão empanado não sei por onde. Tá entendendo? Aqueles chopes que a gente tem agora aquela onda de cervejas né, artesanais? Ia ser tudo de bom, boa pra estacionar ali atrás, tudo mais. (...) tem outras coisas, "não agora tem uma área gastronômica ali no mercado de São Brás que é tudo de bom" chama carimbó, chamava o próprio brega né? Essas coisas que a gente escuta, típica nossa, regional... infelizmente, assim, a gente sonha, mas ninguém realiza... (Luciene – Diário de Campo, 12/05/2017)*

Em seu discurso, além de revelar a sua insatisfação com as soluções impostas pela prefeitura durante a última intervenção, a jovem também expõe as suas tendenciosas ideias para o destino dos mercados; o apelo gastronômico parece sempre se sobressair frente às memórias, mencionadas por ela mesma.

2.4.6 Os açougueiros

Protagonistas do Mercado, os comerciantes de carne¹⁴, ao serem entrevistados compartilharam quase sempre da mesma opinião. Exercendo a atividade há quase 30 anos, um deles justifica a queda na venda da carne por conta da abertura de boutiques e de supermercados. Reconhecendo a comodidade que esses estabelecimentos oferecem ao freguês, eles dizem que nos dias de hoje, já não é mais necessário se deslocar até os mercados para comprar determinados tipos de produtos alimentícios como a carne:

Então nesse tempo não é como hoje. Eu mesmo, que vendo carne aqui, as vezes até deixo de levar daqui pra comprar perto de casa no açougue. Levo menos peso ainda, não é verdade? Picadinho,

¹⁴ Noel e Gato atuam no mercado como açougueiros há quase 30 anos.

quando sai daqui eu vou comprar lá perto de casa, tem um açougue lá, eu vou comprar lá. (Açougueiro Rato - Diário de Campo, 13/10/2017).

De acordo com o açougueiro Will¹⁵, o declínio da carne se deu a partir do ano de 2007 que também teria sido impulsionada pela falta de equipamentos mais modernos:

Fazem cinco anos que a gente começou a usar serra, quer dizer que o progresso anda e se você não procura andar, você fica pra trás, né? Porque a tecnologia tá andando demais (Açougueiro Will - Diário de Campo, 13/10/2017).

Para o açougueiro Eder¹⁶, não aceitar pagamento via cartão também é um fator nocivo às vendas no MCFB, no entanto, ele justifica essa falta de opção pelo fato de os fornecedores da carne só aceitarem pagamento em espécie. Talvez, falte aos açougueiros um pouco de ânimo para empreender em novas tecnologias.

Outro açougueiro também apontou a prolongada reforma (com duração de cinco anos) como um fator crucial para que a freguesia se afastasse. Segundo ele, as portas do mercado só teriam sido abertas, de fato, passados dois anos após a reinauguração. Hoje, a grande maioria dos fregueses são os que trabalham dentro do mercado.

Quando questionados sobre a dinâmica da venda, pude notar que o lucro é priorizado diante de importantes aspectos como os de higiene. Eles alegam que é mais vantajoso expor seus produtos a céu aberto, sobre a pedra, pois o produto, se colocado dentro dos frigoríferos, não seria realçado ou visto pela clientela. Embora tenham noção de que a estrutura metálica dos boxes seja parte integrante de um bem tombado, para eles, a solução do frigorífico suspenso (Figura 24), instalado durante a reforma, teria sido “mal pensada”. O fato é que, a falta de higiene soma como um desvantajoso ponto no combate com a concorrência.

¹⁵ Açougueiro Will, 68 anos.

¹⁶ Açougueiro Eder, trabalha há 35 anos no Mercado, herdou o ponto do seu tio.



Figura 24 - Equipamentos frigoríficos de alguns boxes destinados ao armazenamento de utensílios. Autor: Fernanda Costa Oliveira, 2017.

No Ver-o-Peso, outro local onde se pode comprar carne é a Feira-do-açaí, segundo os vendedores de carne, ali é onde se compra carne "clandestina", sendo vendida sob péssimas condições de higiene, julgados por eles como muito piores que as do mercado municipal.

Hoje, os açougueiros têm como porta-voz o Gigante, um antigo açougueiro o qual representa a categoria dos permissionários, no mercado, ele assumiu a responsabilidade perante os frigoríferos, abandonando o seu antigo boxe de carne. Entre os entrevistados, todos compartilham da mesma perspectiva, a de abandonar seus boxes caso surja um emprego mais interessante. Para eles, o serviço de venda de carne não se sustentará, pois além de muitos estarem abandonando seus boxes, diante da caótica situação econômica que o país enfrenta, o mercado parece ter um destino comprometido por conta das despesas dadas aos cofres públicos.

2.4.7 A arquiteta Elizabeth Almeida

A técnica responsável pela intervenção se mostrou preocupada em manter a dinâmica social do Ver-o-Peso. Por ter participado da intervenção, diz ter um conhecimento profundo da realidade vivida pelos trabalhadores do complexo. Aversa à mudança de segmentos ou usos, para a técnica, o mercado representa a identidade da cidade e deve ter o seu uso tradicional mantido. Em seu discurso, ela expôs exemplos de projetos de cunho social elaborados para o centro histórico, porém não executados:

Nós fizemos um mapeamento dos prédios, se você notar, têm muitos edifícios abandonados lá; nós começamos com aquele da praça da Bandeira, e depois fizemos um na frente do... da biblioteca pública... nós também transformamos ele em habitação e a nossa ideia era fazer pros funcionários públicos. Porque tem muita gente que trabalha ali e isso é um dos problemas de transito, é muita gente, é muitos órgãos da prefeitura são dali e a gente fez uma pesquisa pra ver se os funcionários topariam morar lá e todos os órgãos, o pessoal topava morar lá, aí nós viemos fazer com esse foco, pro funcionário. Porque a gente achava que era menos fluxo de carro, menos fluxo de ter... aí ficava ais fácil. Porque tinha que ser com uma renda menor, porque não tem garagem né, não podia ser com uma renda muito elevada. Por exemplo, os funcionários municipais que são todos ferrados na vida... aí dava ali... (ENTREVISTA CONCEDIDA por Elizabeth Almeida a Luiz Rabelo, 2017).

No caso do mercado, Elizabeth considera as premissas iniciais adotadas na intervenção como ideais, no entanto, com a mudança de gestores, o projeto idealizado teria sido desvirtuado e, por isso, a sua conclusão interferida. Segundo ela, algumas intervenções realizadas sem a autorização administrativa também foram identificadas e remodeladas:

Tu conheces o Fernando Gigante? Tem a liderança no meio dos açougueiros. Felipe Chama, da Casa Chama, cujo a família morou no mercado teve um incêndio. Tiveram dois incêndios, outro que o Círio foi desviado. Eles fizeram uma estrutura de concreto a qual até chamamos atenção deles, mas no final ficou todo mundo amigo.

(ENTREVISTA CONCEDIDA por Elizabeth Almeida a Luiz Rabelo, 2017).

A arquiteta também relata que a participação da população foi muito forte, tanto que o projeto foi sendo adaptado conforme as necessidades dos trabalhadores. Atendendo os critérios de higiene, o protótipo dos boxes de carne teria sido apresentado e avaliado pelos próprios permissionários. Além do mais, a grande exigência dos açougueiros também teria sido atendida, quando dois frigoríferos foram instalados em cada canto do mercado. Com o intuito de combater a taxa de violência da zona, o projeto também previa novas regras como a proibição de venda de bebidas alcoólicas, que segundo Elizabeth, provocava constantes conflitos fadados até mesmo a óbitos.

2.4.8 Ney Messias

Em seu discurso, o jornalista e empresário demonstra um certo desconhecimento dos fatos recorrentes no interior do Mercado. Embora tenha se tornado permissionário e seja ciente da falta de movimento, Ney parece desconhecer as verdadeiras causas do abandono dos boxes e até mesmo os requisitos para a transmissão dos mesmos:

Pediram pra mim coisas que jamais pediram pra qualquer permissionário do lugar. Os boxes estão vazios, portanto qualquer um pode dar entrada no processo na secretaria de Economia de Belém e se candidatar a se transformar em permissionário e enfrentar os desafios e riscos que estou enfrentando (ENTREVISTA CONCEDIDA por Ney Messias Junior a Hiroshi Bógea, 2015).

Caso contrário, o jornalista entenderia o processo burocrático requerido a ele, visto que não possui nenhum requisito como a vinculo hereditário ou empregatício com algum permissionário do mercado. Além do mais, lhe falta mais informações a respeito da história do mercado, pois o mercado não possui mais de três séculos como dito por ele em entrevista.

Em qualquer cidade do mundo, que se tenha dignidade cultural, um prédio como aquele teria outro tipo de vida, além da que já tem lá que

é muito digna (ENTREVISTA CONCEDIDA por Ney Messias Junior a Hiroshi Bógea, 2015).

Talvez, o formato do seu empreendimento consiga dar luz a uma nova perspectiva ou “tipo de vida” para o mercado, porém, parece estar distante de garantir a estimada dignidade cultural. O tipo de vida idealizado e prescrito por Ney Messias parece ser dúbio, se o mesmo reconhece que já existe uma vida digna no mercado.

2.4.9 Suellem

Frequentadora do Mercado desde os 15 anos de idade, hoje com 58 anos, a senhora vende artesanatos e artigos religiosos em um dos mais espaçosos boxes. Afirma que embora não tenha perdido tanto a sua clientela, o movimento era melhor antes da última reforma. Para a senhora, a carne que vende ali é de qualidade superior as dos demais estabelecimentos e se diz apreciadora da estética do mercado, demonstrando, também, conhecer um pouco sobre a história do MCFB.

Ele é o melhor que tem, a minha avó trabalhou com quem fez esse Mercado, o Francisco Bolonha, ela tinha 13 anos, trabalhou com ele e com a mulher dele, naquele palacete Bolonha, era dele, ai eu fico puta porque esse pessoal que vem falar pros turismo cada merda que da vontade de voar encima. Disque dizendo que o Bolonha ficava ali encima para verificar os navios dele, tudo mentira. Aqui era uma caixa da agua. Que aqui encima, o pessoal morava ai encima, todo mundo. Ele não morava, mas realmente ele tinha barco, tinha tudo, ele que trouxe esses ferros. A vovó era que contava tudo, ela morreu com 99 anos... (Suellem – Diário de Campo, 04/11/2017)

Além de aparentar ter um enorme apreço em trabalhar no Mercado, facilmente enaltece os pontos positivos do mesmo. Um deles é materializado nos banheiros, os quais considera os melhores de todo o complexo Ver-o-Peso. Em sua narrativa, a senhora relembra a visita feita pelo Príncipe do Japão ao Mercado, quando teve os seus aseios reformados exclusivamente para o evento. Se

mostra satisfeita com a incumbência do atual prefeito, cujo lhe enaltece por ter instalado os mais diversos serviços no pavimento superior do Mercado:

esse mercado, até que esse prefeito deu uma alavancada aqui. Porque ninguém sabia mais que ele. O que, ele botou um posto de saúde, coisa que não tinha, a pessoa levava um golpe e não tinha, só eu que cuidava de todo mundo, tem a sesma aí em cima, tem a pastoral da AIDS, tem a Fumbel, tem a guarda municipal, tem a Secon. Quer dizer, as pessoas vêm aqui e sabem, eu pedi pra ele, ele deu uma alavancada boa nesse mercado, porque os outros mano, não tavam nem ai (Suellem – Diário de Campo, 04/11/2017).

2.4.10 O tecelão

Exercendo seu ofício há 39 anos, o senhor atuava nas ruas do Ver-o-Peso até ser recrutado para dentro do Mercado. A princípio confessou que a ideia de sair das ruas lhe pareceu ser uma boa ideia, mas após ocupar um dos boxes orientais do M.P, a freguesia reduziu drasticamente.

Além de ser contra normas impostas pelos órgãos gerenciadores, o permissionário confessa ser inadimplente, devendo alguns meses de taxa condominial (setenta reais mensais). Segundo o tecelão, o movimento no mercado teria sido reduzido devido a proibição da venda de bebidas alcoólicas. Hoje, o único local onde se pode comprar esse tipo de bebida é no Quitanda Bolonha.

2.4.11 Questionário aos frequentadores

Sentiu-se a necessidade de desenvolver uma pesquisa de cunho mais abrangente e para isso, foi elaborado um questionário¹⁷ possibilitando obter um panorama sobre as falas dos atores do mercado e as opiniões de seus frequentadores (entrevistados).

¹⁷ Contribuição do professor Luiz de Jesus da Silva e do professor Ronaldo de Carvalho durante o Workshop Método Etnográfico, realizado no dia 06 de outubro de 2017.

A partir desta ferramenta, constatou-se que o mercado atrai moradores dos mais diversos bairros da cidade como o do Marco, Jurunas, Benguí, Campina, Aurá, Cidade Velha, Cremação, Reduto, Terra Firme, Matinha, Águas Lindas, Val-de-Cães, havendo também os que se deslocam de outros municípios e ilhas, como Ananindeua, Barcarena e Ilha das Onças (arquipélago do município de Belém).

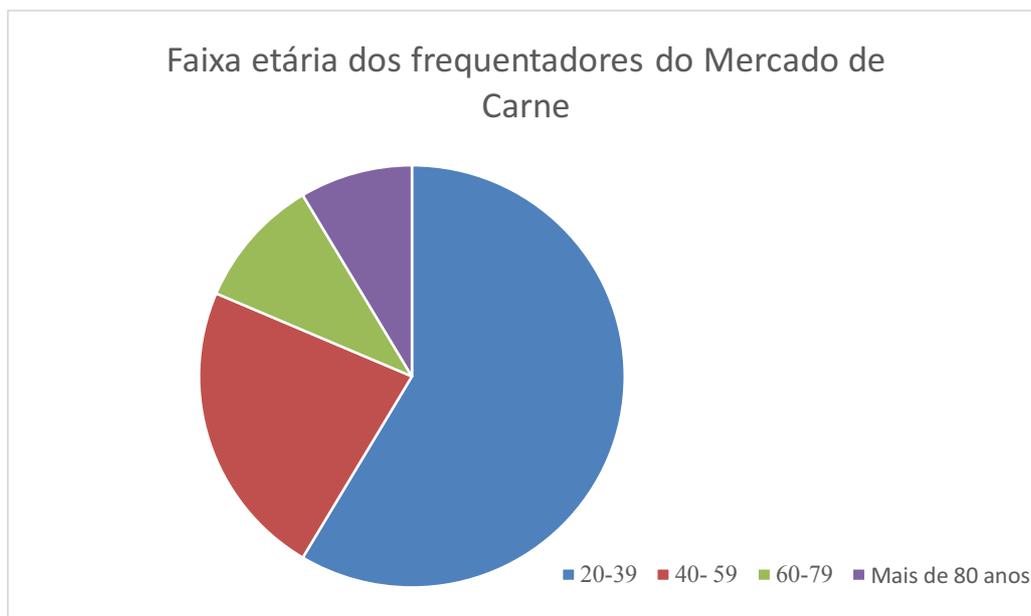


Figura 25 – Gráfico referente a faixa etária dos frequentadores do Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

O questionário foi aplicado a 20 pessoas. A faixa etária predominante dos entrevistados é de 20 a 39 anos.

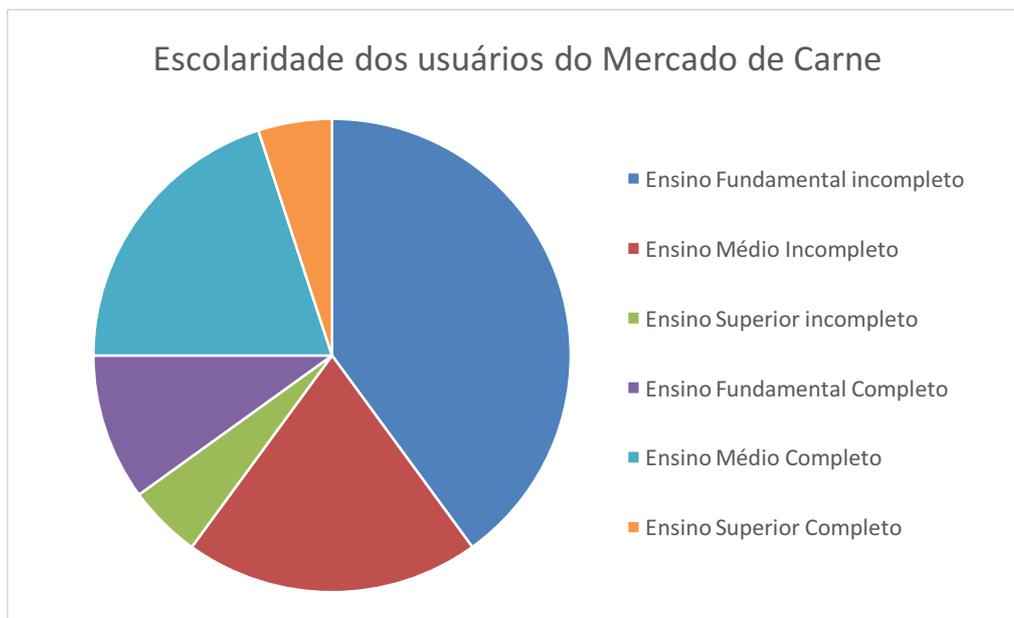


Figura 26 – Gráfico referente a escolaridade dos usuários do Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.

O nível de escolaridade dos entrevistados foi predominantemente baixo (ensino fundamental incompleto).

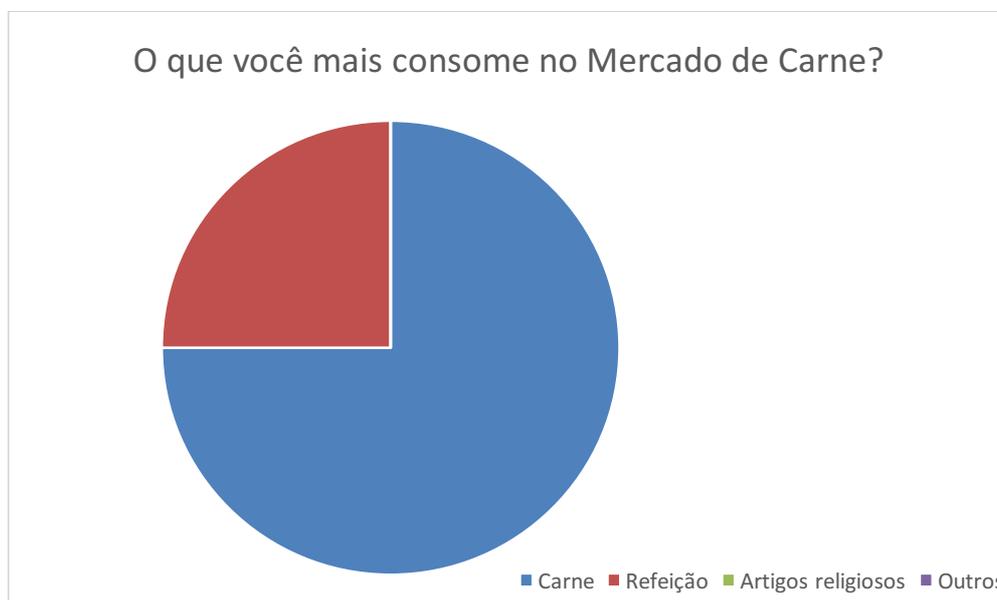


Figura 27 - Gráfico referente ao consumo no Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.

A precisão do resultado pode ser limitada por não ter envolvido usuários que se encontravam em outras partes do edifício, limitado apenas aos que

transitavam pelo corredor de acesso principal do mercado. Como pode ser visto, grande parte consome carne, havendo também os que consomem refeição.

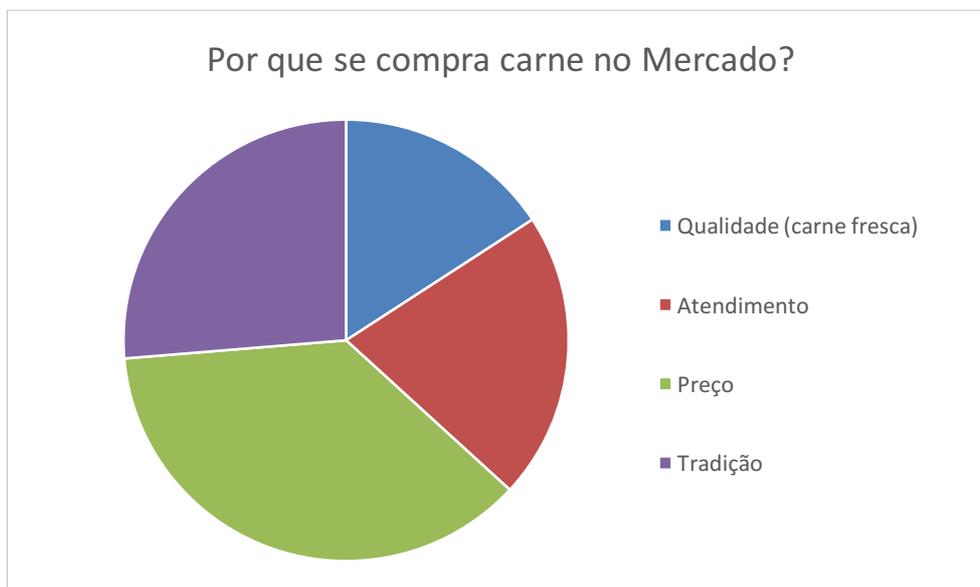


Figura 28 - Gráfico exibindo os motivos pela preferência ao Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.

Embora sejam muitos os motivos pelos quais a queda na compra de carne continue crescendo, fatores como a qualidade da carne, o atendimento, o preço e a tradição são os que mantêm uma clientela fiel aos boxes centrais.

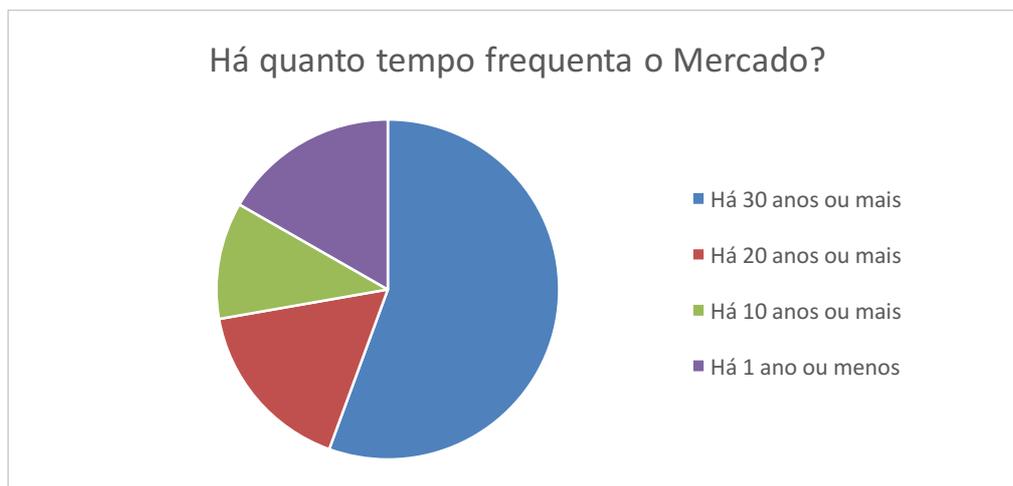


Figura 29 - Gráfico referente ao tempo de frequência do Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.

Dos poucos que frequentam o mercado há um ano ou menos, todos são consumidores de refeições, o restante, que frequenta há mais tempo, seguem consumindo carne. Esses, além de representarem a maior parte dos

entrevistados, frequentam o mercado desde criança, quando eram levados por parentes.

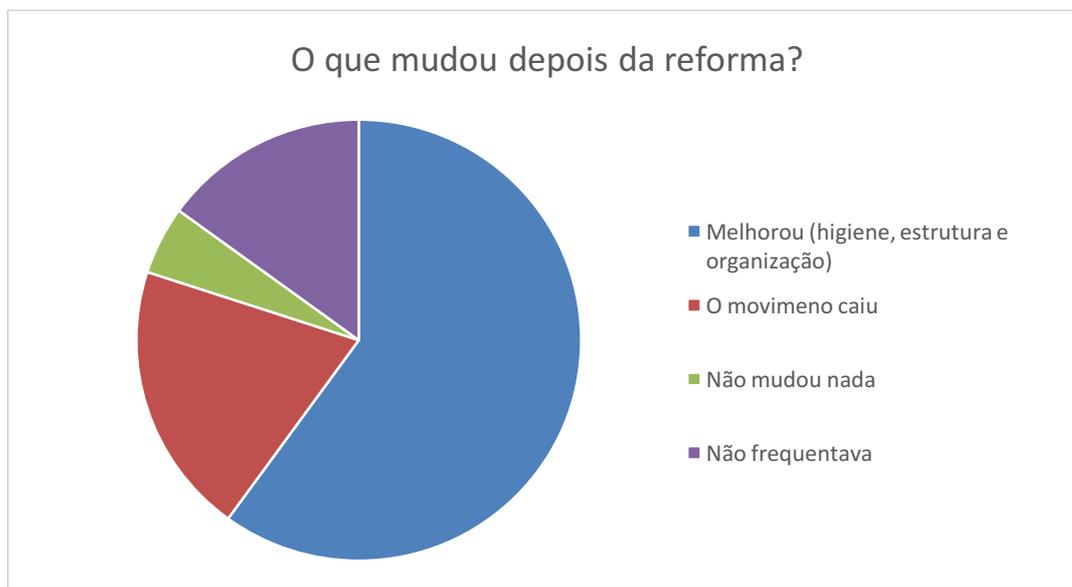


Figura 30 – Gráfico referente as mudanças após a intervenção no Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.

Mesmo sendo espontâneas, as repostas dos fregueses coincidiram com as falas dos açougueiros e parte dos trabalhadores do mercado. Embora muitos reconhecem uma melhoria (pós-intervenção) em aspectos como a higiene e organização do mercado, confirmam a queda no movimento interno.

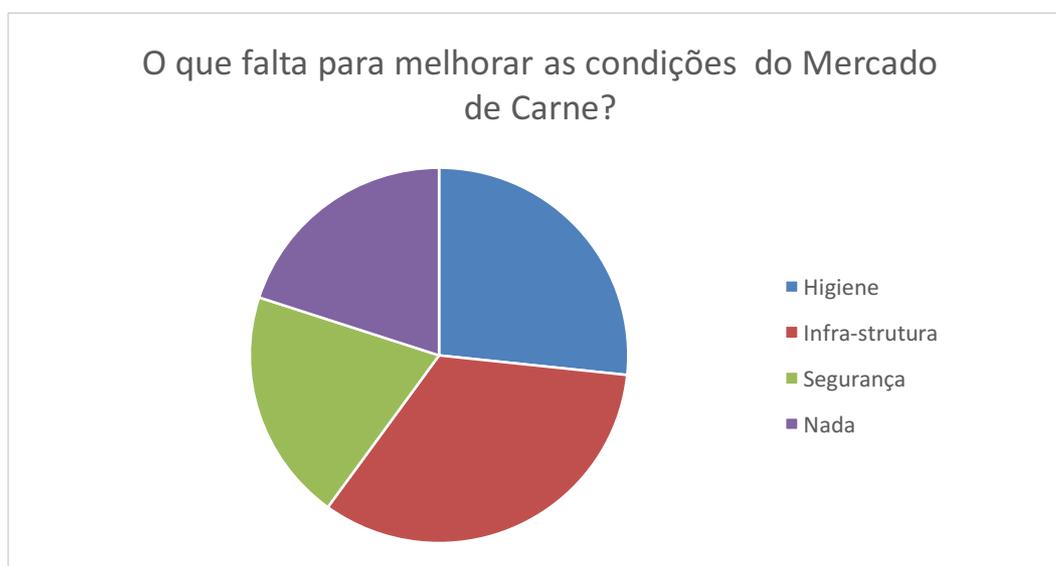


Figura 31 – Gráfico referente as sugestões de melhorias no Mercado de Carne. Autor: Luiz Rabelo,2018.

Notou-se que as pessoas com nível de escolaridade mais alta são as que prezam por um mercado mais limpo. Entre os entrevistados, houve quem deixou de consumir carne devido à falta de higiene, no entanto, grande parte citou a pintura (afetada pela umidade) do edifício como uma condição primordial para a melhoria do espaço.

2.5 ANÁLISE DO DISCURSO

A análise do discurso visa construir um método de compreensão dos objetos de linguagem. Ela procura compreender as formas textuais de representação do político, dessa forma, inaugura também, uma nova percepção do político. Neste quadro teórico, a linguagem representa a materialidade específica do discurso, sendo este definido como materialidade específica da ideologia.

Esse é um instrumento que, ao ser usado, transforma tanto o ponto de partida (os conceitos pressupostos teóricos) quanto o de chegada (as consequências analíticas). Não é um instrumento neutro (...) (ORLANDI, 1990, p.29).

Se for considerado o tema da América Latina, na produção de conhecimento sobre a mesma, pode ser adquirida uma forma crítica, de modo a não ser uma mera reprodução do olhar estrangeiro, isto é, a não reproduzir apenas os modelos e teorias dos paradigmas já definidos fora do país.

Eni Orlandi (1990) relata sobre a exclusão que nós, latinos, há séculos somos submetidos, que nos deram como herança o paternalismo e o exotismo, como seres culturais que apresentamos particularidades atraentes ou muitas das vezes marcadas pela barbárie.

Procuramos deslocar isso propondo uma desconstrução, através do método da AD, considerando os documentos não como documentos, mas como discurso (ORLANDI, 1990. p.34).

A autora menciona como exemplo os relatos dos missionários europeus, que são tomados como artefatos integrantes dos seus objetivos científicos em sua tradição, mas que para nós, são uma forma de nos passar a limpo em uma história

contada por europeus para europeus. Para ele, nós, brasileiros, fomos criados pelo fato de fazer falarem os outros. A questão da história é ligada à da linguagem, à do sujeito e à da ciência.

Há um espaço de diferença. O português se fala do lugar próprio; o brasileiro é deslocamento de falas. Nesse deslocamento – e são vários os modos de apreendê-lo, de explicá-lo e de interpretá-lo – joga fortemente o fato de que a fala de nossas origens é a fala do conhecimento: é o discurso que dá conta, que classifica (taxonomia) e explica (etnologia) do Novo Mundo (ORLANDI, 1990, p.35).

Orlandi (1990) também ressalta que os discursos dos missionários, de ordem religiosa, deslizam politicamente do religioso para o etnológico e, ao se deslocarem, produzem resíduo, no qual “é o que dá os efeitos de sentido desse jogo de discursos: silenciam aspectos cruciais da nossa história” (ORLANDI, 1990, p.35). Portanto, se insistimos no sentido particular do que é a história para o analista de discurso, observa-se que ela está ligada a práticas e não ao tempo em si. Ela se organiza tendo como parâmetro as relações de poder e de sentidos, e não a cronologia.

A relação com a história é dupla: o discurso é histórico porque se produz em condições determinadas e projeta-se no ‘futuro’, mas também é histórico porque cria tradição, passado, e influencia novos acontecimentos. Atua sobre a linguagem e opera no plano da ideologia, que não é assim mera percepção do mundo ou representação do real (ORLANDI, 1990, p.35).

A Análise do Discurso se desenvolve de forma peculiar na América Latina: ao mesmo tempo em que produz uma certa forma de conhecimento, nos obriga a uma tomada de posição frente à história das ciências. A autora diz que tudo o que é produzido como conhecimento pelo intelectual, é submetido a tensões que nascem de embates entre as relações de força que presidem um imaginário social.

Para Pêcheux (1997), as ciências sociais se desenvolveram a partir da prática política, que de modo dominante teve como objetivo transformar as relações sociais, sendo o instrumento da prática política, o discurso, isto é, transformar as relações sociais reformulando a demanda social.

Entretanto, Sérgio Souza (2014) afirma que, ao propor uma metodologia de análise não se pretende cair na ilusão da completude, pois não se diz tudo na língua e há sempre espaço do não-dito, das brechas e das fissuras inerentes à sua estrutura. Portanto, ela deve ser considerada apenas como uma proposta metodológica, recortada em determinado momento, sob certas circunstâncias histórico-sociais e por um determinado sujeito do discurso.

2.6 ARQUIVO MNEMÔNICO

Dando aporte a Análise do Discurso, a ferramenta se dedica, inicialmente, a coletar narrações sobre determinados pontos em suspensão do lugar. Como pode ser visto na pesquisa de Cristiane Rose Duarte (2010), ao declarar que os "espaços" se transformam em "lugares" quando permitem que a pessoa desenvolva afetividade em relação a esse local, sendo isso possível por meio da experiência do espaço:

Não existe, contudo, um momento exato em que o espaço "se torna" Lugar. Existe, sim, um processo contínuo, ininterrupto, no qual o ambiente é modificado, recebe afetos, toma novas significações, modifica o indivíduo que o usa e retorna a ser alterado em seus valores e significados a cada momento.(...) quando nos referimos ao espaço construído, não estaremos nos referindo somente a obras de exceção produzidas por escritórios profissionais, mas falando também dos lugares cunhados no dia-a-dia pelas pessoas que os usam. Assim como Rossi (1995, 23-25), consideramos a arquitetura como qualquer atividade humana que transforma o ambiente físico de forma intencional dentro de um esquema diretor de organização, possuindo significado e comunicação explícita. A arquitetura é, assim, uma realidade viva, perceptível e dinâmica. Nesse sentido, um edifício é arquitetura, assim como uma cidade é arquitetura, assim como um jardim, ou qualquer espaço culturalmente modificado (DUARTE, 2010, p.1).

Deste modo, a autora utiliza esta técnica no estudo de caso do bairro carioca Mata Machado, nos mostrando que os ambientes construídos se constituem em uma forma de comunicação entre gerações para a transmissão de práticas e lógicas culturais. Para Duarte (2010), a arquitetura é produzida não apenas como construção identitária, mas, também, em um processo dinâmico, no

qual os indivíduos se utilizam dela para reconstruir suas próprias lógicas e reinterpretar os fatos do mundo.

No caso desta pesquisa, o arquivo mnemônico consistiu no ato de narrar, no qual o Mercado de Carne, como "lugar", foi reinterpretado com seus significados. Todas as narrativas coletadas nesse exercício foram encerradas dentro de um mesmo quadro e, em seguida, foram identificadas as metáforas que dele emergem.

Seguindo os passos de Duarte (2010), à cada metáfora foi atribuída uma cor e as narrativas foram se transformando em gráficos coloridos, que foram, eventualmente, comparados em termos de frequência de aparecimento das metáforas, de repetição do tema ou de ressignificação do lugar. Como pode ser visto na figura a seguir, durante o processo foram estabelecidas quatro categorias como: intervenção, afeto/memória, futuro e consumo:

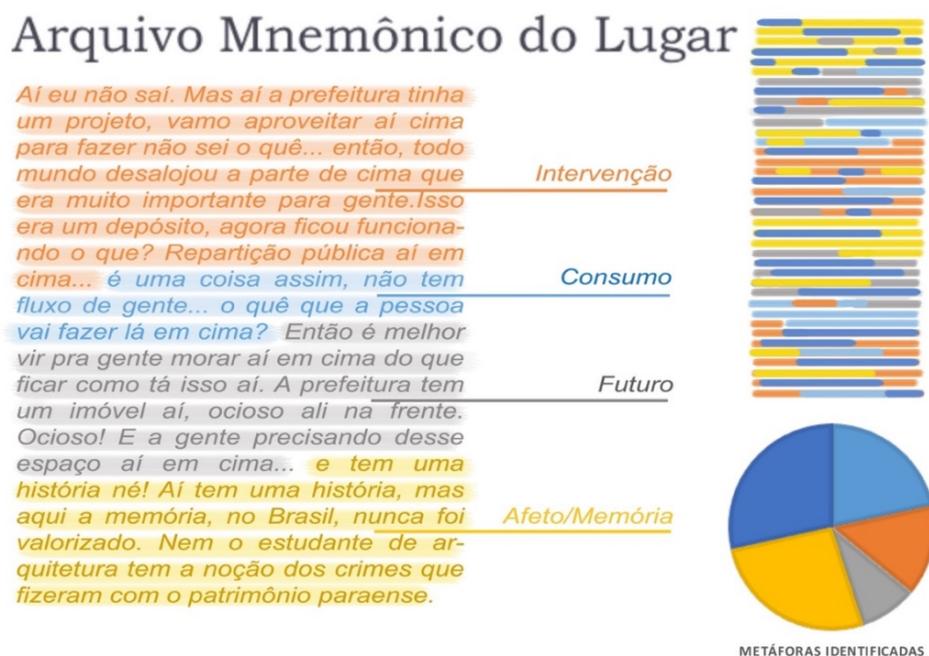


Figura 32 – Exemplo do esquema elaborado a partir das metáforas identificadas no discurso do permissionário Felipe Chama. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

METÁFORAS IDENTIFICADAS						
Atores	Consumo	Intervenção	Futuro	Afeto/Memória	Outros	Total
Faxineiro	302	6	37	321	228	894
Geraldo	320	555	37	118	646	1676
Suellem	249	88	0	409	302	1048
Artista	7	0	21	125	87	240
Felipe Chama	121	217	37	1045	670	2090
Luciene	189	203	473	347	368	1580
Tecelão	310	67	13	76	361	827
Elizabeth Almeida	143	183	80	49	151	606
Ney Messias	302	0	37	321	151	811
Açougueiros	427	257	257	103	162	1206
Total	2370	1576	992	2914	3126	

Tabela 1 – Mapa referente a soma da quantidade de palavras encontradas nas narrativas dos atores, conforme os temas elencados. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

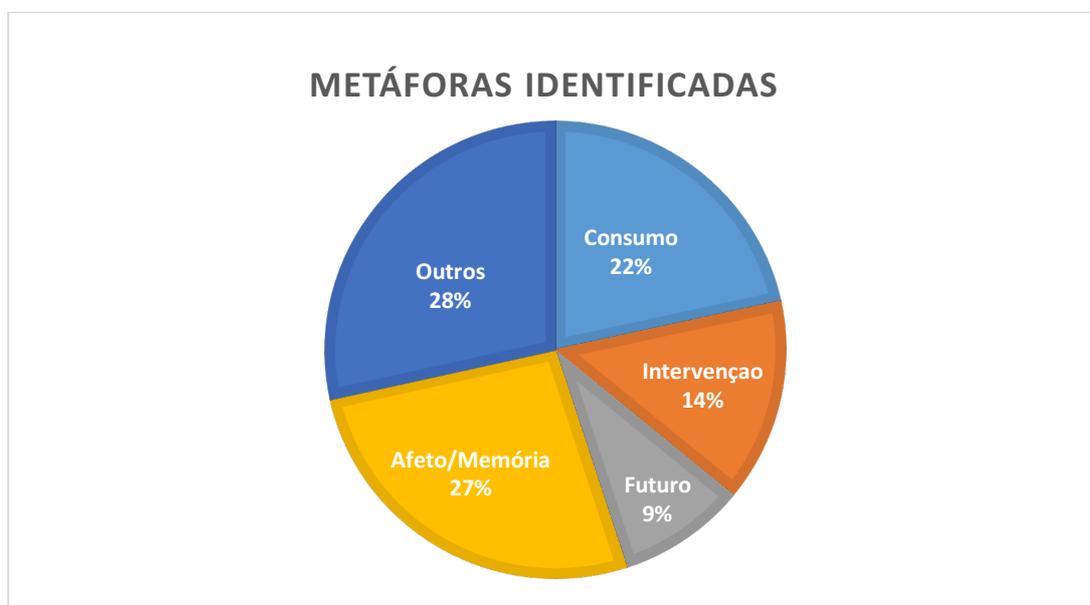


Figura 33 - Resultado percentual referente aos temas mencionados nos discursos dos usuários. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

No universo do MCFB, os seguintes termos foram frequentemente encontrados nos discursos dos atores considerados chaves para a pesquisa: bar, cerveja, restaurante, gastronomia, refeição, açougue, carne, artesanato, prefeitura, turismo/turista, shopping, Ver-o-Peso, burocracia. No quadro a seguir, foram selecionadas as palavras consideradas relevantes e assim relacionadas com os temas captados; a partir dele, os temas foram reinterpretados de acordo com as perspectivas dos atores consultados.

ATORES	HISTÓRIA/MEMÓRIA	INTERVENÇÃO	CARNE	FUTURO			ADMINISTRAÇÃO
				Turismo	Artesanato	Restaurante	
COMERCIANTE DO MARAJÓ	-	-	-	-	-	Local onde se alimenta durante a sua ida a zona comercial da cidade (Campina).	-
FAXINEIRO RONALDO		Acontecimento positivo.	Gera grande movimento no mercado.	O mercado vem sendo alvo de atrações nacionais.	-	Enxerga como o motivo de o mercado se manter aberto até mais tarde.	Burocrática.
ADM. GERALDO	Se mostra inteirado e disponível ao falar sobre a história do Mercado.	Apesar de reconhecer as falhas, considera a intervenção como positiva.	É fiscal do serviço de venda de carne, alega que não se sustentará por muito tempo.	Recebe turistas, possui um folder informativo.	Alternativa para os açougueiros do Mercado.	Serviço que atualmente emprega grande parte dos funcionários, e, portanto, poderá ser uma alternativa para o futuro.	Representa a SECON, como uma unidade reguladora.
SUELLEM	Relata histórias e acontecimentos vividos por seus ascendentes.	Acontecimento positivo, no entanto, com algumas falhas.	A carne fornecida pelo mercado é dotada de alta qualidade.	-	Utiliza como ferramenta rentável.	Onde os trabalhadores do mercado se alimentam.	Se mostra satisfeita com o Chefe administrativo.

ARTISTA	Relata histórias e acontecimentos vividos por seus ascendentes.	Insuficiente	Critica os açougueiros do mercado por não atualizarem os seus negócios com os padrões exigidos pela atualidade	-	-	-	Incompetente
FELIPE CHAMA	Relata histórias e acontecimentos vividos por seus ascendentes.	Demorada e insuficiente	Atividade difícil de ser mantida por competir com outros açougues vizinhos, de qualidade higiênica superior, com um preço mais competitivo, e com oferta melhor	Uma solução positiva e lucrativa.	Alternativa ideal para os açougueiros do Mercado.	Considera o Restaurante de Luciene como bom.	Incompetente
LUCIENE	Relata histórias e acontecimentos vividos por seus ascendentes.	Insuficiente	Um segmento que vem sendo afetado devido ao baixo fluxo de clientes no mercado e pela concorrência.	Uma ferramenta positiva e lucrativa.	Alternativa ideal para os açougueiros do Mercado.	Um segmento agradável ao turista e que pode explorar a culinária regional em lugares	Burocrática

						emblemáticos da cidade.	
O TECELÃO	-	-	Um tipo de segmento que antes garantia o movimento dentro do Mercado.	Atualmente não gera economia dentro do Mercado.	Uma ferramenta rentável.	-	Considera injusto o valor cobrado pelo aluguel dos boxes.
ELIZABETH ALMEIDA		Dotada de premissas ideais, teria sido desvirtuada e incompleta.	Um tipo de segmento que antes contribuía para conflitos e mortes no Ver-o-Peso.			Se sofisticado, representa um serviço efêmero que destoa do Mercado.	Atuou no órgão que lhe permitiu e aprender sobre o Ver-o-Peso.
NEY MESSIAS	-	-	-	O turista é um dos principais alvos tidos pelo empreendedor.	-	A sua meta é oferecer comidas tradicionais e algumas releituras de receitas da gastronomia internacional	Burocrática

Quadro 1 – Mapa com os temas e interpretações captadas nos discursos dos atores consultados. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

De acordo com Duarte (2010), a memória urbana participa da reconfiguração do lugar urbano, pois permite a coleta de narrativas que compõe e recompõe a cidade. Dado que essa metodologia privilegia as narrativas dos usuários que produzem o espaço do MCFB, os atores junto com seus discursos foram elencados, possibilitando uma compreensão dos significados portados por eles, e principalmente, das suas visões de mundo.

3 PERSPECTIVAS PARA UM MERCADO SECULAR

3.1 PANORAMA GERAL

3.1.1 Os atores

Entre os trabalhadores do Mercado, poucos são os que demonstram afeto e satisfação em trabalhar no Ver-o-Peso ou têm uma visão muito ampla do que ele representa. Entretanto, a relevância social do complexo pode ser identificada em seus discursos quando estes reconhecem que suas ascensões puderam ser alcançadas graças a seus ofícios.

Embora a decadência seja facilmente perceptível, há quem diga que todos os boxes continuam ocupados e toneladas de carne seriam diariamente vendidas. Talvez, por não trabalharem diretamente com a venda de carne, alguns desses funcionários descrevem uma realidade fantasiosa como se o mercado ainda estivesse no seu período áureo.

Porém, diferente dos açougueiros, por terem seus empreendimentos situados nos pontos voltados para as vias externas, a atividade de alguns lojistas (como Felipe Chama e Luciene) não pareceu ter sido tão comprometida depois da reforma. Isso se dá pelo fato de estarem expostos a um constante fluxo de clientes/pedestres e por isso, seus anseios quase sempre são diferentes aos dos demais permissionários.

Detentores de um nível mais alto de instrução, a estes, novos olhares parecem ser convenientes desde que atraiam um certo perfil de clientes. Um perfil estimado, porém, que ainda não pôde ser alcançado. Ao que tudo indica, estes permissionários possuem uma ótica dessincronizada com a dinâmica real do Ver-o-Peso.

Apesar de seus discursos conterem ideias inclusivas, é nítido o interesse em atrair para o mercado o público de classe mais abastarda. Em suas falas se notam tendenciosas ideias para o destino dos mercados, nas quais o apelo turístico parece sempre se sobressair frente a um discurso repleto de memórias. No mercado, os ofícios, muita das vezes, dão vazão a tradição, são passados

de geração a geração e surgem embrenhados na história/memória dos mais diversos tipos de trabalhadores.

3.1.2 A intervenção

Fruto de descontinuidades administrativas, a intervenção se deu durante a transição do mandato do prefeito Edmilson Rodrigues ao prefeito Duciomar Costa, na qual diferentes ideologias partidárias e interesses administrativos entraram em choque.

Hoje, para os trabalhadores locais, a intervenção quase sempre é usada como parâmetro para estabelecer o passado e o presente. A grande maioria aponta algumas soluções impostas pela prefeitura durante a obra, como desastrosas. Há relatos de que alguns permissionários, durante a reforma, optaram por empreender em negócios paralelos à atividade que exerciam dentro do MCFB, abandonando assim os seus boxes em busca de algo rentável.

De acordo com a vendedora Marcia, permissionária de uma das lojas mais antigas, situada nas esquinas do mercado, a reforma teria sido feita de modo arbitrário, a qual, diante de muitas dificuldades financeiras, lhe fizeram passar cinco anos pagando aluguel. Embora a intervenção tenha causado grandes prejuízos, ela garante que o declínio da carne foi causado pelos próprios açougueiros que, após muitas tentativas de sabotar a pesagem da carne, a fraude acabou caindo na "boca" das pessoas.

Assim como os serviços realizados durante a obra, a qualidade dos materiais de construção instalados se tornou questionável. Ao longo dos diálogos com os atores, constatou-se que tanto os que ocupam os boxes internos, quanto os que ocupam os pontos externos, quase unanimemente, disparam críticas sobre o estado em que o mercado se encontra. Entre os relatos atuais, a insatisfação estaria na precária situação da iluminação, nos telhados repletos de goteiras e nos banheiros obstruídos. Muitos atribuem a caótica infraestrutura do mercado à baixa qualidade dos materiais, pois consideram a reinauguração (no ano de 2011) ainda recente, embora já tenha se passado seis anos.

Atualmente, alguns dos permissionários se mostram satisfeitos com a gestão do atual prefeito Zenaldo Coutinho, o qual é enaltecido por ter instalado no pavimento superior do Mercado, os mais diversos tipos de assistência destinadas à comunidade do Ver-o-Peso.

Como resultado das ações de controle concluídas pela Controladoria-Geral da União (CGU,2015, p.21), verificou-se na amostra dos patrimônios beneficiados pelo Monumenta, que o Mercado Francisco Bolonha estaria entre os projetos avaliados que não se encontravam plenamente preservados, pois apresentavam sinais de deterioração ou de ausência de manutenção:

UF	Município	Projeto (Investimento)
MG	Ouro Preto	Capela de Nossa Senhora das Dores
PA	Belém	Mercado de Carne Francisco Bolonha
PE	Olinda	Largo do Varadouro
	Recife	Avenida Cais de Alfândega
		Igreja Madre de Deus
RS	Pelotas	Casa nº 6
		Praça Coronel Pedro Osório e Entorno
		Casa nº 02
SC	São Francisco do Sul	Museu do Mar

Quadro 2 – Lista de bens beneficiados pelo Programa Monumenta. Fonte: CGU, 2015.

Neste aspecto, se evidencia que, passado alguns anos após a conclusão de sua intervenção, o Mercado Francisco Bolonha ainda enfrenta dificuldades de obtenção de recursos específicos para sua preservação, conservação e de adequação a novos usos ou a retomada dos usos tradicionais.

3.1.3 O abandono dos boxes

A situação se deu a partir da instalação de novos modelos de estabelecimentos, como butiques de carne e supermercados, que se multiplicaram pelos bairros. Nas redondezas do mercado, por exemplo, podem ser encontrados dois açougues. No entanto, são muitos os motivos que levam os açougueiros a deixarem o seu tradicional ofício. O fluxo de pessoas e

compradores reduziu substancialmente, caindo de 60 para 12 açougueiros, gerando crise na renda dos que se valiam daqueles serviços e desemprego. A tabela a seguir demonstra queda no volume de carne vendida no Mercado, que, de janeiro de 2018 em relação a janeiro de 2017, apresenta declínio de 13 por cento.

2017 (Janeiro)				
Data	Carne Bovina (kg)	Carne Suína (kg)	Vísceras	Total
03/01 – 07/01	4.568	08	43	4.619
09/01 – 16/01	6.506	286	44	6.836
17/01 – 22/01	6.560	299	37	6.896
24/01 – 31/01	7.351	252	04	7.607
				25.958 kg
2018 (Janeiro)				
Data	Carne Bovina (kg)	Carne Suína (kg)	Vísceras	Total
03/01 – 07/01	4.114	153	30	4.297
09/01 – 14/01	5.294	77	54	5.425
16/01 – 21/01	5.881	256	26	6.163
24/01 – 31/01	6.392	276	61	6.729
				22.614 kg

Tabela 2 - Mapa Mensal de Volume de produtos ofertados no Mercado Francisco Bolonha, tabela elaborada a partir de documentos cedidos pelo administrador Luís Rios. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

Muitos atribuem a queda no movimento à prolongada intervenção, considerando-a como um fator crucial para que a freguesia se afastasse, visto que os portões do mercado se mantiveram fechados por cinco anos. Além do mais, durante a obra muitos dos açougueiros optaram por empreender em negócios paralelos à atividade que exerciam dentro do MCFB e, após a inauguração, houveram os que não retomaram suas atividades e os que

tentaram, porém não conseguiram sustenta-las devido ao baixo fluxo de fregueses.

Também, existem relatos dos que não trabalham diretamente com a venda de carne. Segundo um dos permissionários, a queda no movimento também pode ser atribuída a proibição da venda de bebidas alcoólicas, pois muitos eram atraídos ao mercado por conta dos bares.

Após as idas a campo, identifiquei que para os vendedores de carne o lucro parece estar a frente dos mais importantes aspectos como os de higiene. Há quem diga, também, que o afastamento da clientela é decorrente dos comportamentos fraudulentos dos próprios açougueiros que se repercutiram pela zona. Diante deste agressivo contexto, a venda de carne parece estar com seus dias contados, acarretando, assim, o processo de esvaziamento dos boxes (Figura 34).



Figura 34 - Registro fotográfico dos boxes vazios. Autor: Luiz Rabelo, 2017.

3.1.4 O sincretismo

Durante a semana em que ocorre o tradicional Círio de Nazaré (Figura 35), o Mercado ganha novas cores e a imagem de Nossa Senhora de Nazaré, a padroeira da cidade, são facilmente encontradas nos boxes de venda. No entanto, há uma que se destaca e pode ser vista de relance na entrada do Mercado. Protegida por uma berlinda regada de flores, a imagem é exposta sob a escadaria verde e é frequentemente visitada. A decoração é composta por arranjos que são elegidos pelos próprios funcionários. Sob ela, também se pode ver uma urna, a qual pessoas depositam ofertas durante o ano inteiro.



Figura 35 - Registro da berlinda de Nossa Senhora de Nazaré, padroeira de Belém. Autor: Luiz Rabelo, 2018.

Próximo ao culto católico também há um boxe que transcende um mero espaço de venda de artigos religiosos, se tornando também um local de devoção. Situado nas proximidades da entrada principal, muitos são os transeuntes que se reverenciam ao imponente totem do Caboclo Pena-verde (Figura 36), entidade pertencente a Umbanda.



Figura 36 - Tomada do Caboclo Pena-verde, entidade pertencente a Umbanda. Autor: Luiz Rabelo, 2017.

3.1.6 A segurança

Quando entrevistado, um dos atores que circulam no mercado alegou que ali dentro, meliantes se infiltravam em busca de furtar qualquer tipo de objeto. Além do mais, outras atividades marginalizadas também permanecem acontecendo; entre elas, o tráfico de drogas e a prostituição, a qual pude constatar pessoalmente durante uma ida a campo. A naturalidade com qual o episódio aconteceu me fez perceber que, ali, esse tipo de atividade ocorre cotidianamente. Por fortuna, já havia me identificado como estudante, fator que

provavelmente me manteve fora de risco ao presenciar este ato ilícito. Após o sucedido, compreendi porque alguns frequentadores apontaram a segurança como um aspecto importante para melhorar a condição do mercado.

3.1.7 A invasão oriental

Os mais novos fregueses do Mercado Bolonha são imigrantes estrangeiros, em sua grande parte, coreanos e chineses. Alguns dos açougueiros afirmam que além de comprarem uma quantidade mínima, costumam levar o corte de carne mais barato. Entre os murmúrios que circulam pelos boxes, se destaca um episódio o qual seu quando orientais portaram até o mercado restos de carne canina, o que causou grande espanto entre os açougueiros que se recusavam a atendê-los.

Em meio a debochados comentários, há quem diga que eles não pagariam seus devidos impostos para instalarem seus negócios no Brasil, e, ainda assim, conseguem expandir suas lojas, oferecendo produtos de alta tecnologia com baixa qualidade e preço acessível, desbancando o comércio local.

Mas quando não der nada, eles vão embora. Eles acabaram com um bocado de loja: natal eles acabaram, luminotec eles acabaram, negócio de bola de natal e árvore de natal acabam, aquelas lâmpadas tudo eles que vendem (Açougueiro Eder – Diário de Campo, 23/11/2017).

É perceptível o crescente número de lojas atacadistas de origem oriental, estas vêm se instalando no entorno do Mercado. A invasão se manifesta como um fenômeno global que se repercute em centros comerciais de grandes cidades e, a nível de esfera local, parece ter alcançado parte do centro histórico de Belém, trazendo consigo sutis embates culturais.

3.2 O MERCADO BOLONHA COMO PONTO DE RESISTÊNCIA

Para Gustavo Lins Ribeiro (2009), o desenvolvimento da globalização está intimamente relacionado ao aumento da complexidade dos fluxos de pessoas, bens, capital e informação. Para ele, o discurso sobre a diversidade é um universo de disputas, no qual diferentes tipos de "diversidade" estão situados em dois grandes campos definidos pela presença preeminente de interesses políticos ou gerenciais. A partir de então, Gustavo acredita que a diversidade pode tornar-se uma grande prioridade para formuladores de políticas públicas, interessados na resolução de conflitos ou em iniciativas de desenvolvimento.

O conceito de diversidade adotado pelo autor é compreendido como um abandono das clássicas noções de universalidade, enxergando na diversidade o princípio central da criatividade. A diversidade deve ser "a incansável prática do cosmopolitismo crítico e dialógico, antes de ser uma impressão de uma sociedade futura e ideal, projetada de um único ponto de vista (aquele do abstrato universal) que nos reconduzirá (outra vez!) ao paradigma grego e a legados europeus" (MIGNOLO, 2000 *apud* LINS RIBEIRO, 2009, p.5).

No caso do Mercado Bolonha, o formato do projeto de sua última intervenção pode ser interpretado como uma tendência da universalidade clássica, já reproduzida em algumas cidades europeias. A intervenção pode representar um tipo de eurocentrismo da modernidade, no qual protótipos de estratégias implantadas em países europeus são escolhidos como iniciativas de desenvolvimento.

Embora estratégias como essas sejam frequentemente replicadas em países colonizados, como o Brasil, Lins Ribeiro (2009) argumenta que em um mundo repleto de diversidade, universalismos tradicionais não são discursos incontroversos. A sua crítica dirige-se especialmente às formulações ocidentais e eurocêntricas que, dadas as suas posições supremas, têm sufocado outras perspectivas. Em outras palavras, o autor afirma que a centralidade da Europa no sistema mundial possibilitou a universalização de seus modelos.

Adotando o ponto de vista histórico e sociológico, o autor destaca que o monopólio do que é universal é um meio de (re)produção de elites globais. Estas elites são descritas, por ele, como se vivessem em uma bolha sociocultural de crenças e práticas, caracterizada por uma enorme exposição à compressão do tempo-espaço e aos homogeneizados espaços fragmentados globais, uma fé cega na inevitabilidade da globalização e no mercado, uma avaliação positiva de seu próprio trabalho (nunca visto como destrutivo das culturas locais), e pela noção de que "eles todos estão respondendo de diversas maneiras a necessidades universais, enraizadas na concepção do indivíduo como um ator social que é racional, competitivo e consumista" (LINS RIBEIRO, 2009, p.6).

No início do século XX, a dinâmica comercial reinante se dava de outra forma, o comércio era pensado para frequentadores que moravam próximo, ou vendedores que habitavam na porção superior de seus estabelecimentos. Hoje, no Brasil, é marcante o processo como shoppings centers e supermercados se expandem como espaços comerciais condensados, onde prevalecem relações de troca impessoais. Neste contexto, embora tenha sido alvo de constantes transformações, o MCFB ainda oferece a dinâmica dos comércios tradicionais, ao qual o acesso era a pé e a principal prática se dava por meio da venda da carne fresca.

É interessante como dentro do Mercado, se percebe de maneira clara as tradicionais práticas do mercantil, em que o próprio proprietário vende o seu produto diretamente ao cliente, propondo a ele uma experiência diferenciada e estimada, inclusive, pela clientela (mencionada nas respostas ao questionário). No *locus* de estudo, se percebe as práticas comerciais de maneira tradicional, indicando a relação sem assimetrias entre vendedor e consumidor, e, portanto, desprendidos das regras ditadas pelo mercado global, na contramão das necessidades universais.

Para Lins Ribeiro (2009), a globalização também tem produzido contradições entre segmentos Estados-nação, nas quais regularmente, os agentes locais não conseguem fazer com que suas concepções universais sejam ouvidas, muito menos impostas, a menos que se articulem com poderosas

redes globais, como o turismo, interferindo, assim, nas dinâmicas locais. Embora os órgãos públicos locais tenham formulado políticas articuladas às concepções globalizadas, neste sentido, o Mercado Municipal pode ser visto como um ponto de resistência, onde é estabelecida a convivência entre os modos de consumo contemporâneos e o tradicional.

3.3.O PATRIMÔNIO HISTÓRICO NA ERA DA INDÚSTRIA CULTURAL

Françoise Choay (2000) afirma que a noção de monumento e cidade histórica, patrimônio arquitetônico e urbano, demonstram a relação que as sociedades ocidentais assumiram sobre temporalidade e identidade. Segundo a autora, a consagração institucional do monumento histórico, no século XIX, a partir da historiografia e da consciência historial das modificações nas técnicas e aspectos construtivos que se desenvolveram a partir da revolução industrial; o monumento adquiriu uma intensidade em sua presença concreta ao mesmo tempo em que foi instalado em um passado histórico irrevogável. A autora faz referência a Riegl, segundo o qual afirma que os edifícios da era pré-industrial passaram a desempenhar um papel de objeto de um culto, onde a ligação deste objeto com a indústria cultural se desenvolveu e intensificou com passar do tempo.

Essa nova visão de patrimônio histórico não abordou somente as construções de um passado medieval ou anterior a revolução industrial, mas também absorveu as construções edificadas após esse processo, constituindo, também, a conservação de um passado recente. Neste capítulo a autora demonstra o papel da França nesse processo de reconhecimento e valorização do patrimônio histórico. Onde essa visão e o destaque que o patrimônio histórico tomou a partir da França, se dissipou pelas sociedades ocidentais configurando a conjuntura do turismo cultural, e hoje dá forma a um tipo de indústria que movimenta um público e caracteriza uma escala mundial.

Segundo Choay (2000), a partir disso, o monumento e o patrimônio histórico adquirem dupla função: a de propiciar saber e prazer de maneira, em geral, acessível; e a de ser produto cultural, pronto para ser consumido, pois

adquire um valor financeiro. A partir disso, a chamada “engenharia cultural” envolve agentes responsáveis pela exploração destas condições para estimular cada vez mais a obtenção de lucro por meio do turismo cultural. A autora ressalta que o termo “valorização” torna-se ambíguo, já que denomina vários aspectos que partem do valor estético e histórico do monumento até o valor econômico que este desperta. Ela afirma que os fundamentos de toda valorização partem da conservação e da restauração e que a partir disso, desenvolveram-se princípios, regras e preceitos que teoricamente passariam a intervir na conservação de edificações do passado. Porém, muitas vezes, interesses políticos, econômicos, turísticos se sobressaem; onde sítios e construções do passado foram destruídos para se destacar, no lugar, outros tipos mais recentes de construção. Ainda, a inserção de elementos inexistentes na arquitetura original de um determinado monumento, ou mesmo a subtração de elementos, configuram ações para aderir novas aparências e atender a estes interesses.

O fato é que os monumentos históricos foram induzidos a assumir um papel de objeto cultural, que associado a produção de imagens, cenas e efeitos, passaram a interagir com o público de maneira mais intensa, onde a modernização objetiva regenerar as linhas do passado associando-as ao presente. No entanto, segundo Choay, essa relação de modernidade junto ao patrimônio histórico muitas vezes demonstra alguns exemplos negativos que modificam de maneira relevante a arquitetura do passado.

Muitas das modificações e adaptações realizadas em monumentos históricos provêm das novas funções a eles atribuídas. A autora demonstra as dificuldades de se destinar usos para edifícios antigos, de modo que as condições de restauração muitas vezes se mostram onerosas e as atividades contemporâneas implicam em descaracterização radical dos interiores dos edifícios, restando, muitas vezes, apenas as fachadas.

De modo geral, a autora afirma que a valorização do patrimônio histórico representa um empreendimento considerável, onde em muitos países constitui uma renda substancial que provém do turismo cultural. Monumentos, cidades e conjuntos arquitetônicos configuram patrimônio histórico, onde “criou-se um

mercado internacional de centros e bairros antigos” (CHOAY, 2000, p. 226). Uma das consequências da colocação do patrimônio como objeto de consumo cultural é a tendência a exclusão da população local e suas atividades tradicionais. Essa realidade demonstra as semelhanças cada vez mais evidentes de cidades e pontos turísticos que passaram a incorporar uma espécie de perfil em comum voltado para a estimulação do turismo.

Como um dos efeitos perversos da industrialização do patrimônio, a autora ressalta que o grande público interessado nos valores da história e da arte demonstra uma certa frustração quando o que se é exposto, sobre detalhes e referências destes valores, são colocados de maneira superficial. Onde o público em geral absorve a ideia proposta pelos “engenheiros culturais” e não especialistas, de uma semântica fácil e mais simples.

Por conclusão a autora afirma que mesmo com tantos aspectos relevantes sobre a conservação do patrimônio histórico, suas motivações e empenhos, não se pode interpretar o fervor com o qual o culto patrimonial é celebrado e se difunde no mundo inteiro. Portanto, o interesse ao conhecimento do passado mostra-se de maneira forte e direciona, mesmo que em medidas diferentes, o culto ao patrimônio por parte do público. A conservação do patrimônio, mesmo estando os interesses econômicos por trás de seu valor histórico, aproxima o presente ao passado concreto e a partir disso, edifica a identidade, a cultura e o passado histórico de um determinado lugar.

3.4 O VALOR ECONÔMICO E VALOR CULTURAL

Ulpiano Meneses (1999) busca identificar parâmetros de conceituação da ideia de valor a partir do momento que expressa a capacidade de um bem material ou não material em responder a uma necessidade humana. Estas necessidades podem ser “puramente” biológicas, colocadas em um sentido mais estrito, ou psicológicas e sociais, que envolvem um conjunto maior de significações; “mas que de forma geral, compõem o domínio de construção do

valor cultural e ocorre por meio da mediação preponderante dos sentidos e também dos significados” (MENESES, 1999, p.32).

A questão das necessidades para o ser humano é exemplificada pelo autor a partir de sua dimensão de alimento, que não se restringe a necessidades nutricionais de sua subsistência, mas refere-se também a relações sociais. Onde o “alimentar-se é também produzir e fazer circular sentidos e relacionar-se com os seus semelhantes” (MENESES, 1999, p.32). Pois o homem busca não só satisfazer suas necessidades nutricionais, mas também demonstrar, a partir do aspecto econômico e de consumo, seu poder aquisitivo de bens na busca da expressão de sentidos e significações.

Essa expressão do consumo, colocada no âmbito do valor cultural, tem sido objeto de estudo no entendimento destas relações sociais, demonstrando que os aspectos econômicos estão diretamente relacionados a alguns fenômenos culturais. E a indústria cultural demonstra isto. O autor cita Huet (1976) que afirma que ela (indústria cultural) tem uma vinculação com o mercado associada a comunicação de massas, e por isso, a estimulação do consumo de objetos culturais a partir dos monumentos tem se transformado, ao longo do tempo, em um empreendimento rentável na dimensão do turismo cultural; ocorrendo também com museus, paisagens, manchas e núcleos urbanos colocados no papel de atrativos turísticos e produtos culturais.

O autor descreve a importância da colocação da dimensão cultural no desenvolvimento da dinâmica da vida urbana em todas as esferas sociais. A partir do momento em que se coloca a dimensão econômica no âmbito cultural, aparentemente dele se extrai o valor cultural em si para agregar ao processo as instâncias do valor econômico. E o inverso, como colocado, mais raramente ocorre; muitas vezes a perspectiva econômica passa a nortear o desenvolvimento de políticas para habitação, saúde, transporte, entre outros, em detrimento de uma qualidade de vida a que as considerações de aspectos e valores culturais poderiam proporcionar.

Por outro lado, na dinâmica social, há dimensões que se relacionam ou se sobressaem a outras. Estas dimensões colocadas nos campos políticos,

culturais, econômicos muitas vezes não coincidem com a dimensão moral que é moldada às visões de cada cultura e de cada realidade, norteando preceitos que envolvem as relações sociais e se diferenciam de lugar para lugar ou de realidade para realidade. Onde o valor cultural é visto, muitas vezes, como algo legitimado, legitimador e respeitável, mas que quando confrontado com valores morais não intrínsecos da realidade cultural a que foi extraído, é suscetível a críticas e questionamentos a partir do momento que subverte a um direito humano, como exemplo colocado no texto, a execução da mulher na sociedade do Oriente Médio por crimes em nome da honra. No entanto, o valor cultural inserido no planejamento da vida social seria essencial para promover qualidade de vida e de relações sociais por meio de políticas públicas.

Ainda seguindo a linha de raciocínio destas dimensões, o valor econômico muitas vezes se sobressai ao valor cultural, e isto evidencia-se na visão que o patrimônio cultural tomou a partir da indústria cultural. Meneses esclarece que a partir do valor cultural algumas variantes devem ser consideradas, como o valor cognitivo que dentro da âmbito do patrimônio cultural exerce seu domínio e refere-se a parte do conhecimento do objeto a partir dele mesmo em seu processo de produção, suas condições técnicas e representações, diretamente ligado ao valor estilístico que ele demonstra; os valores formais: que se referem à função estética de propriedades que potencializam a percepção sensorial a partir da construção de um universo de sentidos; os valores afetivos: que referem-se às relações subjetivas dos indivíduos com o espaço a que está inserido ou mesmo a objetos; e os valores pragmáticos que referem-se aos usos percebidos como qualidade e este tipo de valor é o que menos se institui no âmbito do valor cultural, pois o dinamismo das relações de consumo se apresenta de forma mutável e constante para seguir o fluxo da sociedade que exige que cada vez mais as coisas corram de forma acelerada, o que induz a uma contemplação descomprometida e um conhecimento redutor. Como novamente pode-se voltar a Françoise Choay, que levanta a questão dos “engenheiros culturais” que determinam o modo de se contextualizar e apresentar o monumento cultural, onde seu público absorve suas propostas de semântica fácil e mais simples, e muitas vezes de forma mais superficial.

A relação entre mercado e cultura é colocada pelo autor como um dos parâmetros esclarecedores das dimensões de valor cultural e valor econômico. O mercado institui a relação de um campo econômico que tende a homogeneização da distribuição de objetos de consumo para que o espaço dominante da cultura seja o do lazer, enquanto que a cultura induz a diferenciação, a crítica e ao conflito, que permite o reconhecimento de instancias, tempos, lugares e realidades passadas que compõem a trajetória da sociedade até aqui. Então, muitas vezes valor o econômico se sobressai ao valor cultural e se utiliza de objetos/monumentos culturais como instrumentos de ganhos rentáveis a partir da indústria cultural. E como colocado pelo autor, algumas variáveis são consideradas para o conhecimento e o entendimento essas dimensões.

3.5 PERSPECTIVAS À LUZ LOCAL

Na cidade de Belém, o Ver-o-Peso, área onde o Mercado de Carne encontra-se imerso, representa um importante pólo comercial que tem se mostrado como um lugar de forte potencial turístico. Registrado como patrimônio mundial, o exemplar é portador de uma significação natural e cultural tão excepcional que transcende fronteiras nacionais e guarda uma importância comum para gerações de hoje e futuras, de toda a humanidade.

O seu valor universal excepcional o define como universal, ou seja, "transcende o confinamento ao local (em termos espaciais e temporais) e é capaz de ser admirado por outros em uma economia simbólica global, central não apenas à acumulação de prestígio político, mas também às dinâmicas de forças economicamente importantes, como o turismo" (LINS RIBEIRO, 2009, p.7).

Neste contexto, o turismo faz parte do particularismo cosmopolita, que descrito por Lins Ribeiro (2009), é formado por discursos que tratam intrinsecamente de assuntos globais e que pretendem ser levados em consideração, se não incorporados, por outros povos. De acordo com o autor,

eles alimentam-se do cosmopolitismo enquanto uma ideologia de tolerância, compreensão, inclusão e convivência, sendo o cosmopolitismo uma noção ocidental que sintetiza a necessidade que agentes sociais têm de conceber uma entidade política e cultural maior que sua terra natal, que englobaria todos os seres humanos em escala planetária.

Impulsionada pelo forte apelo turístico, a zona portuária de Belém desde meados do ano 2000 vem sendo alvo de constantes transformações tanto em seus usos como em sua paisagem. Impactos oriundos de intervenções nesta área portuária têm se mostrado presentes em diferentes esferas; no espaço urbano, é notável a transformação que a sua paisagem vem sofrendo, alterando e denotando o novo valor do seu solo urbano. Contudo, novos segmentos de uso, também impulsionados pelo processo de especulação imobiliária, tornam aquela área vulnerável às constantes transformações sócio espaciais.

Juliano Ximenes Ponte (2007) relata que a correspondente discussão técnica e gerencial sobre a modernização portuária, inclusive no Brasil, gerou novos impactos territoriais com a desativação de antigas zonas portuárias, no início do século XX, e a reorganização gerencial advinda da legislação nacional de regulação do setor (PONTE, 2007). Para Luchiari:

As transformações sócio-espaciais foram impulsionadas pelas novas territorialidades produzidas a partir das estratégias de intervenção e produção da área portuária de Belém. Uma das expressões deste processo ocorre na refuncionalização de alguns patrimônios edificados, bem como a Estação das Docas e alguns edifícios adjacentes. A fim de tornar a cidade mais atrativa turisticamente, esta forma de intervenção urbana, definida por meio do acesso às localizações privilegiadas, mediada pelo mercado imobiliário, e reproduzida a partir de uma verticalidade que impõe a espetacularização urbana, pode ser melhor entendida quando analisamos as políticas de desenvolvimento das áreas centrais, antes abandonadas à deterioração, e hoje disputadas pelas atividades mais nobres da indústria cultural (LUCHIARI, 2005. p. 95).

A crescente dinâmica, pontualmente se deu, a partir da inauguração do empreendimento Estação das Docas, que passados quase 20 anos após sua inauguração, permanece representando um espaço singular e oferecendo os mais sofisticados cardápios, consumidos por uma reduzida e seleta clientela. Muitos dos seus aspectos evocam um contraste, que pode ser vivido e sentido a poucos metros de distância da popular feira do Ver-o-Peso.

Bem como dizia Lins Ribeiro (2009), o investimento no turismo urbano é normalmente muito complexo na medida em que envolve o desenvolvimento de infraestruturas, precauções ambientais, melhoramento de imagem e a adesão da comunidade. Neste contexto, cabe ressaltar o caso da proposta de reabilitação da Feira do Ver-o-Peso (Figura 37).



Figura 37 - Maquete eletrônica da proposta apresentada pelo escritório de arquitetura DPJ.

Fonte: <http://portal.iphan.gov.br/>

Apresentada pela prefeitura no ano de 2015, a proposta foi alvo de críticas e repudiada inclusive pelo próprio Instituto de Arquitetos do Brasil. A rejeição popular teve apoio técnico, político e acadêmico, o que induziu a realização de audiências públicas e apresentações do projeto para apreciações em consulta popular organizada pelo IPHAN em conjunto com o Ministério Público Federal. Entre as justificativas, estava a falta de harmonia com a área de entorno, englobados pela identidade cultural que é característica do complexo.

Assim como a Feira, os Mercados inseridos no complexo do Ver-o-Peso representam a identidade cultural da cidade e do Estado do Pará e sua dinâmica comercial ainda se configura por seu perfil mais tradicional. No entanto, o caso particular do Mercado de Carne aponta as constantes mudanças de gosto e tendências da sociedade, que podem ser expressas no percurso da tradicional Casa Chama:

Era, meu avô ia lá no Maranhão, comprava ouro num lugar chamado "Inglês" e vendia aqui em Belém... Aí entramos na década de 70, basicamente uma mercearia, como era... É uma distribuidora de produtos de armarinho e de alimentos. Era um grande balcão aqui, o pessoal chegava, pedia uma lata de leite Ninho, botava na mesa e enrolava num papel, passava um papel, enrolava um fio, entregava pra ela, pegava o dinheiro no caixa... Era assim! Aquele sistema da década de 60 e foi assim em 70, também até nos 2000...
(Felipe Chama – Diário de Campo, 12/05/2017)

As novas práticas inseridas no contexto dos mercados, evidenciam-se nos mercados públicos em diversas partes do mundo que ao longo do tempo foram mantidos e incorporados às novas relações de mercado e consumo advindas da modernidade, porém, em intensidades e contextos diferentes. A metamorfose dos mercados públicos é colocada como uma possibilidade que tende a se evidenciar a partir da capacidade dos mercados de dialogar com outras formas comerciais mais modernas (PINTAUDI, 2006).

Embora essas mudanças muitas das vezes sejam consideradas como algo natural e espontâneo, merecem ser investigadas. Pois, de acordo com Veloso (2006), elas podem representar uma profunda mercantilização da cultura reinante na sociedade contemporânea que é responsável por influenciar a dinâmica da produção e reprodução das manifestações que também integram o universo patrimonial.

Esse processo de metamorfose dos usos dos mercados envolve aspectos intrínsecos ao valor cultural e ao valor econômico, considerados como pontos relevantes no cenário do patrimônio histórico. Os mercados hoje instituem a relação de um campo econômico que tende a homogeneização da distribuição de objetos de consumo para que o espaço dominante da cultura seja, muitas das vezes, o do lazer, enquanto a cultura induz a diferenciação, a crítica e ao conflito

que permite o reconhecimento de instancias, tempos, lugares e realidades passadas e presentes que compõem a trajetória da sociedade até aqui (VELOSO, 2009).

De fato, os mercados públicos hoje têm a capacidade e a necessidade em dialogar com novas práticas de comércio mais contemporâneas. No entanto, a questão é: até onde esses novos empreendimentos podem interferir nas práticas e dinâmicas culturais? Em muitos dos casos, o valor econômico se sobressai ao valor cultural e se utiliza de objetos/monumentos culturais como instrumentos de ganhos rentáveis a partir da indústria cultural (turismo).

Diante das perspectivas a luz local, é válido considerar que existe uma luta para manter o monopólio sobre o que é universal, já que tal monopólio constitui-se como um dos meios fundamentais para a reprodução simbólica das elites globais. Lins Ribeiro (2009) afirma: uma vez que se define o que é universal, quanto mais um grupo ou uma pessoa enquadram-se na definição, mais globais eles se tornam.

Portanto, ampliar esta ideia de estandardização no conjunto do Ver-o-Peso, inculcada nos discursos globais, pode acarretar graves prejuízos à identidade e a memória da cidade. Há séculos, o complexo expressa o seu caráter autêntico e por isso, é tido como um lugar simbólico onde se manifesta a peculiar cultura paraense.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De fato, o Mercado Bolonha ainda é a instituição de uma forte dinâmica tradicional induzida por alguns personagens que o compõem há algum tempo, no entanto, tendo em vista o esvaziamento dos boxes de carne e a constante queda na sua venda, hoje, um dos pilares da sua vitalidade é sustentado pela comercialização de refeições.

Algumas dificuldades em os permissionários manterem-se ali podem levá-los a novas práticas de comércio, ou mesmo passarem suas licenças a outras pessoas, ou empreendimentos ligados a perfis alheios aos atuais. Ao que parece, a única diretriz que favorece a permanência dos permissionários é a forma de transmissão dos boxes, que sob normas e algumas medidas burocráticas, persiste dificultando a ocupação de terceiros.

No Brasil, é espantoso como shoppings centers e supermercados se expandem como espaços comerciais condensados, onde prevalecem relações de troca impessoais. Embora esteja enfrentando constantes transformações, o MCFB ainda oferece a dinâmica dos pequenos comércios, a qual o acesso era a pé e não havia preocupação em congelar a carne. No início do século, a dinâmica comercial reinante se dava de outra forma, o comércio era pensado para frequentadores que moravam próximo, ou vendedores que habitavam na parte de cima de seus estabelecimentos.

Hoje, sabe-se que as expressões de consumo são mutáveis e, por isso, diante do cenário atual em que o Mercado se encontra, aspirar ideais fixos em parâmetros passadistas pode representar um caminho trêmulo. A forma como ainda ocorre a relação entre a dinâmica comercial pode servir como pressuposto para os órgãos de preservação, evidenciando que não podemos nos deter apenas a discursos passadistas, como se o centro comercial tivesse que funcionar livre de ambulantes, sob o vapor das mais sofisticadas boutiques.

Antes de tudo, o Mercado de Carne representa um símbolo muito forte da arquitetura paraense, uma vez que traz consigo uma história contada por trás do ferro. Representa um contexto onde não haviam supermercados, no qual o

complexo do Ver-o-Peso era referência na comercialização de gêneros alimentícios, demarcando, assim, um marcante traço econômico e social de Belém. Respeitando o traço original, o mercado é um exemplo claro de que é possível manter as tradições nos dias de hoje, sendo um espaço ainda mais atrativo e capaz de responder às exigências dos consumidores mais exigentes.

Meneses (1999) afirma que a cidade colocada como bem cultural só tornará de fato para a prática cotidiana do espaço por seus habitantes e visitantes, sendo prioritariamente para os seus habitantes, se nela se considerar em seus projetos de valorização cultural todos os aspectos que viabilizem a relação das pessoas com o espaço, a partir dos acessos, infraestrutura, habitação, entre outros. Em que “esta valorização final tende a privilegiar os domínios do cotidiano e do trabalho, e ao invés de induzir a cidade a um processo de ‘musealização’, uma política cultural adequada deveria introduzir valores em todos os poros da vida urbana, ‘culturalizando’ a cidade” (MENESES, 1999, p.39).

A grande encruzilhada em que se encontram as cidades como Belém, com estes sistemas de mercados, é a de não cair excessivamente do lado de uma gentrificação comercial exclusiva, ou de uma turistalização a qualquer custo. Embora estes avassaladores processos se repercutam com pouca fluidez no espaço estudado, insistir exclusivamente nesta visão comercial pode ser limitador. O verdadeiro sentido do Mercado é revelado quando ele é tratado como um espaço de práticas culturais tradicionais e contemporâneas.

Tapar os olhos à realidade que se desenrola no interior do mercado pode ser devastador. Menosprezar as complexas redes de práticas construídas ao longo de muitas décadas pode representar uma grave ameaça à identidade, a memória e a história da cidade. Se tratando da relevância dos atores sociais, é fundamental integrá-los na intervenção, porque eles são parte fundamental do mercado, carregando consigo o peso das tradições que o edifício alberga, pois, um dos aspectos fundamentais da arquitetura do mercado está diretamente relacionado ao seu carácter social.

Dessa forma, reconhecer a sua alma pode ser um passo para preservar a sua forma; que embora já tutelada pelas principais instituições de salvaguarda, parece ser mal compreendida aos olhos dos que fazem parte do cotidiano real do mercado. Em vez de impor, ressignificar o sentido do termo patrimônio, dentro dos pavilhões do mercado, o desataria da ideia moderadora e restritiva a qual parece estar fortemente atrelado.

Já dizia Duarte (2010), considerar o espaço construído como artefato cultural significa dizer que ele pode ser compreendido como linguagem, como portador de significados e, principalmente, como materialização da visão de mundo dos grupos que a produzem. Ao que tudo indica, o mercado de Carne, além de cumprir a função de comércio para que foi desenhado, segue sendo parte da história viva e também um importante aglutinador social e vital da cidade.

A partir das considerações finais, foram estabelecidas algumas diretrizes:

- Identificar os novos consumidores ou público que frequenta o centro histórico possibilita uma compreensão mais precisa de sua dinâmica real e atual.
- Primar por uma política que alie a renovação com uma nova popularização. Uma política inclusiva, gerida por quem compreende de fato os valores do Mercado.
- Seria indispensável ressaltar o seu valor como espaço social, de convivência e de intercambio local, pois se trata de valores que transcendem o puro câmbio comercial e que, sobretudo, sinalizam aspectos de uma cultura.
- Repensar esse espaço de grande valor à memória e identidade da cidade é algo que precisa ser feito.
- Estimular os próprios funcionários a se reconhecerem como praticantes de uma cultura seria fundamental, pois são os que conferem vitalidade ao MCFB.
- Se torna urgente, diante da aniquiladora concorrência, oferecer aos permissionários condições necessárias para atuarem como bons

comerciantes, e sobretudo, informa-los sobre as exigências do mercado varejista e competitivo e até mesmo da indústria cultural.

- Caberia a elaboração de novos estímulos que acolhessem turistas e consumidores de produtos sofisticados ou não, mas que ainda fossem inclusivas a ponto de subsidiar a permanência dos atuais permissionários.
- Intervir para que seja possível reabilitar o espaço, dotando-o de mais-valias que possam reverter a tendência de abandono por parte dos clientes do mercado.
- Manter o caráter interclassista e variado do MCFB; o mesmo que fomenta o equilíbrio entre a tão estimada manifestação espacial, erudita e popular, a que dá um caráter único ao Ver-o-Peso.

REFERÊNCIAS

ÁLBUM DE BELÉM. Paris: F. A. Fidanza, 15 de novembro de 1902.

BONDUKI, Nabil. **Intervenções urbanas na recuperação de centros históricos**. Brasília, DF: Iphan / Programa Monumenta, 2010.

CGU - Controladoria-Geral da União. **Relatório de Avaliação da Execução de Programas de Governo nº37 Preservação do Patrimônio Histórico Urbano**. Brasília, 2015.

CHOAY, Françoise. **A Alegria do Patrimônio**. Lisboa: Edições 70, 2000.

COLQUHOUN, Alan. **Modernidade e Tradição clássica. Ensaio sobre Arquitetura**. Cosac e Naify: São Paulo, 2004.

DERENJI, Jussara. **Arquitetura Eclética no Pará no período correspondente ao ciclo econômico da borracha: 1870-1912**. In: FABRIS, Annateresa (org.). *Ecletismo na Arquitetura Brasileira*. São Paulo: Nobel: EDUSP, 1987, pp. 146-175.

DUARTE, Cristiane. **Olhares possíveis para o Pesquisador em Arquitetura**. In: *Cultura, Subjetividade e Experiência: dinâmicas contemporâneas na Arquitetura - ENANPARQ*. Rio de Janeiro, 2010

ENTREVISTA CONCEDIDA por Ney Messias Junior a Hiroshi Bogéa. Belém: 15 de outubro de 2015. Disponível em <http://www.hiroshibogea.com.br/vai-o-quitanda-bolonha-te-espera/> Acesso em 11 de dez. 2016.

FLEURY, Jorge Nassar; FERREIRA, Aline Alves. **Ver-o-peso da cidade: o mercado, a carne e a cidade do final do século XIX**. Revista Estudos Amazônicos, Belém. Vol. VI, nº 01. p. 100-116. Jun/ago 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1978.

GONÇALVES, José Reginaldo. **Os limites do patrimônio** In: LIMA FILHO, ECKERT; BELTRÃO (org.). *Antropologia e patrimônio cultural: diálogos e desafios contemporâneos*. Associação Brasileira de Antropologia; Blumenau: Nova Letra, 2007. (239-261)

GUARDIA, Manuel. **Hacer ciudad a través de los mercados**. Europa, siglos XIX y XX. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2010.

GUEDES, Maria Virginia - **Relatório de Viagem (8 e 9 de junho)** 'Verificação da possibilidade de inscrição do Conjunto Ver o Peso na Lista do Patrimônio Mundial da Unesco. Belém: IPHAN, 2000.

INRC Ver-o-Peso, **Inventário Nacional de Referências Culturais**. Belém: IPHAN, 2010.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Proposta vencedora do Concurso de seleção de propostas metodológicas e

projetos para restauração dos edifícios do complexo do "Ver-o-Peso" incluindo a revitalização e melhorias urbanísticas das áreas contíguas, (Processo 039/99/2a.SR/IPHAN,18/05/99). Belém: IPHAN, 1999.

LINS RIBEIRO, Gustavo. Diversidade Cultural enquanto Discurso Global **Avá**, Revista de Antropología, Posadas , n. 15, dic. 2009 . Disponível em http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-16942009000200001&lng=es&nrm=iso. Acesso em 09 abr. 2018.

LIMA, Maria Dorotéa de. **Ver-o-peso, patrimônio(s) e práticas sociais: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, UFPA, 2008, 172p.

LIMA, José Julio; SANTOS, Luciana G. Texeira. **Janelas para o Rio: projetos de intervenção na orla urbana de Belém do Pará**. In: VARGAS, Heliana Comin; DE CASTILHO, Ana Luisa Howard. Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados. São Paulo: Editora Manole, 2015.

LUCHIARI, M. T. D. P. **A reinvenção do patrimônio arquitetônico no consumo das cidades**. GEOUSP – Espaço e Tempo, N. 17, São Paulo, S.P, 2005.

MAIELLO, Vincenzo. El Mercado de los Mercados. **Análisis de los procesos de transformación de los mercados municipales de abastos de Madrid**, 2011.

MAGALHÃES, Adriano. **Mercado de Carne reabre as portas para Belém**. ASCOM SECOM, Prefeitura de Belém, 2011. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/app/c2ms/v/index.php?id=1&conteudo=3729> Acesso em 11 de dez. de 2016.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. **Valor cultural, valor econômico: encontros e desencontros**. In: II Seminário Internacional 'História e Energia', 2000, São Paulo. Atas do II Seminário Internacional 'História e Energia'. São Paulo: Fundação Patrimônio Histórico da Energia de São Paulo, p. 30-48, 1999.

MIRANDA, Cybelle Salvador. **Cidade Velha e Feliz Lusitânia: cenários do patrimônio cultural em Belém, 2006**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal do Pará, Belém, 2006.

MORAES, Francianny Keyla Cabral. **O mercado público como equipamento de modernização urbana: o Ver-o-Peso e o Francisco Bolonha em Belém**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), 2017. Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Pará, Belém, 2017.

ORLANDI, Eni P. **"Terra à vista." Discurso do confronto: velho e novo mundo**. São Paulo: Cortez (1990): 99-109.

PÊCHEUX, Michel, 1938-1983 **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas, SP, 1997.

PEIRANO, Mariza. **Etnografia não é método**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, v. 20, n. 42, p. 377-391, Dec. 2014. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832014000200015&lng=en&nrm=iso Acesso em: 16 Abril de 2018.

PONTE, Juliano Pamplona Ximenes. **Cidade e água: Belém do Pará e estratégias de reapropriação das margens fluviais**. Arqtextos nº 85. jun.2007. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq085.asp>. Acesso em: 08 fev. 2016.

POULOT, Dominique. **A Razão Patrimonial no Ocidente**. In: Uma história do patrimônio no Ocidente, séculos XVIII-XIX. Do monumento aos valores. São Paulo: Estação da Liberdade, 2009.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana** - (Departamento de Planejamento Universidade Estadual Paulista) - v. 3, n. 5, 2006, p. 81-100 93.

PINTO, Marlene Liliana Pereira. **O Consumidor de um “Novo Conceito” de restauração – Um estudo aplicado ao Mercado Bom Sucesso**. Dissertação (Mestrado em Gestão Comercial). Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto, 2014.

PONT VIDAL, Celma Chaves. **Os mercados públicos e a história da cidade: Belém no final do século XIX e início do século XX**. In: LEITÃO, Wilma Marques (org.). Ver-o-Peso: estudos antropológicos no Mercado de Belém, volume II, Belém, PA: Paka-Tatu, 2015.

QUITANDA BOLONHA: Disponível em: <http://www.facebook.com/quitanda.bolonha/> Acesso em: 13 dez.2016.

RODRIGUES, Carmem Izabel; NASCIMENTO, Lícia Azevedo do. **Reciprocidade entre trabalhadores do mercado do Ver-o-Peso**. In: MARTINS, Rosiane Ferreira (org.). Mercados Populares de Belém – Produção de sociabilidade e identidades em espaço urbano. Belém: NAEA, 2014.

ROCHA, Ana Luiza; ECKERT, Cornelia. **Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana**. Iluminuras – Banco de Imagens e Efeitos Visuais, PPGAS/UFRGS, 2001. nº44.

SARGES, Maria de Nazaré. **Belém Riquezas produzindo a Belle-Époque (1870-1912)**. Belém: Paka-Tatu, 2002.

SOUZA, Sérgio AF. **Análise de discurso: procedimentos metodológicos**. Manaus: Instituto Census, 2014.

Trabalhadores do Mercado de Carne acumulam dívida. O Liberal, 7 jul. 2012. Caderno Atualidades. Disponível em: <http://noticias.orm.com.br/noticia.asp?id=598840&%7Ctrabalhadores+do+merc>

ado+de+carne+acumulam+d%C3%ADvidas#.WFvjljZPO8V Acesso em: 11 de dez. de 2016.

TUTYIA, Dinah Reiko. **Rua Dr. Assis: uma incursão pela paisagem patrimonial transfigurada da cidade velha, Belém do Pará**, 2013. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Pará, Belém, 2013.

VEIGA, Débora de Fátima Lima. **Os Mercados de Belém: um Estudo sobre a Preservação da Arquitetura do Ferro**, 2007. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

VELOSO, Mariza. **O fetiche do patrimônio**. *Habitus*, Goiânia 4(1): 437-454, 2006.