

RELAÇÕES ESTABELECIDAS NOS MERCADOS DAS PULGAS: BUSCA POR INDICATIVOS DE RELAÇÕES ENTRE PESSOAS E OBJETOS

CAIO NOGUEIRA GHIRARDELLO¹; JULIANE CONCEIÇÃO PRIMON SERRES²;

¹Universidade Federal de Pelotas – nghirardello@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – julianeserres@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa *Os objetos, seus circuitos, apropriações e histórias: o Mercado das Pulgas de Pelotas*, iniciada em dezembro de 2015, vem buscando indicativos para entender as relações, além das econômicas, que são estabelecidas âmbito do evento semanal. No universo das relações de interesse desta pesquisa, estão as relações estabelecidas entre os sujeitos com suas memórias pessoais e coletivas, mediadas pelos objetos ali expostos. É notável a verbalização dos frequentadores da expressão “A vóvo tinha”. O evento pelotense, regularmente estabelecido aos sábados de clima propício não está isolado em tempo e espaço: são encontrados modelos sob a mesma denominação, assim como por *feira de antiguidades*, em diversos locais do mundo. A presente comunicação abordará a *Feria de San Pedro Telmo* em Buenos Aires, diretamente ligada ao Museo de la Ciudad como objeto dialógico.

2. METODOLOGIA

Desde agosto de 2016, os esforços da pesquisa *Os objetos, seus circuitos, apropriações e histórias: o Mercado das Pulgas de Pelotas* estão voltados para o levantamento de material empírico no decurso dos eventos por meio de observação, entrevistas realizadas com expositores e frequentadores, identificação dados qualitativos e quantitativos das características e, decorrentes destas, estruturas intrínsecas as edições do Mercado das Pulgas pelotense. Foram realizados observações e registros audiovisuais *in situ*, entrevistas pré-estruturadas com expositores e frequentadores e as respectivas transcrições, aplicação de formulário para traçar o perfil dos expositores/vendedores, levantamento e tabulação das fichas de cadastro junto a Secretaria Municipal de Cultura (SECULT), verificação das normas oficiais, assim como a verificação do controle realizado e levantamento bibliográfico fontes para embasar e estruturar os fenômenos analisados.

Diante da escassez de fontes bibliográficas que apontem caminhos próximos ao que pretendemos traçar por meio desta pesquisa, também foram feitas visitas e coleta de dados das duas referências – modelos – de feiras congêneres mais citados pelos expositores entrevistados: a *Feria de Tristan Narvaja* e a *Feria de Antigüedades da Plaza de la Constitución*, ambas em Montevideu e a *Feria de San Pedro Telmo* em Buenos Aires.

Diante da área de inserção desta pesquisa, ligada diretamente ao Museu das Coisas Banais e desenvolvida no âmbito do bacharelado em Museologia da UFPel, buscamos compreender a potencialidade da cultura material como mediadora entre sujeito participe da realidade em transcendências no tempo e espaço. Tal deslocamento, ou seja, a inserção do sujeito em uma realidade não presente, porém presentificada, mediada por referências culturais materiais e imateriais, selecionadas tendo em vista a atribuição de significados, encontra no *gesto do colecionador* – seleção, identificação do potencial comunicativo, retirada

ou registro de uma parcela ou fragmento da realidade e exposição ao olhar de outrem (POMIAN, 1984), o amparo para o desenvolvimento de discursos e narrativas que podem ser factuais ou fictícias, significativas.

Tendo como mote as coleções constituídas com visões coletivas e/ou individuais, o processo de comunicação é o principal corroborador da cadeia operatória da musealização, que discorre do emprego destes objetos-signos em um discurso, neste caso o discurso museológico – ou expositivo – definido como “o centro e a unidade de análise básica para a Museologia”, servido como instrumento para pesquisa ou identificação de problemáticas inerentes da relação entre “Homem com o seu universo patrimonial”. (BRUNO, 1997).

Como já foi observado pelo antropólogo Luiz Mott “o mercado ou a feira local (...) funciona como uma espécie de vitrine da produção do local, do artesanato, da população, da cidade, da região”. (MOTT, 2000) Em razão de uma lacuna expressa pela falta de espaços e instituições voltados para a preservação e comunicação das memórias populares locais, o Mercado das Pulgas de Pelotas, possivelmente vem abarcando esta função, por meio da presença crucial e delineadora de objetos partícipes da vida dos cidadãos. Para a estruturação do estudo, temos como uma das ferramentas norteadoras o guia para o estudo antropológico de feiras produzido pelo autor.

Por meio do levantamento de fontes de pesquisa, encontramos em algumas mídias veiculadas na cidade de Pelotas, a associação do Mercado das Pulgas como um “Museu a Céu Aberto”. Embora tal afirmativa ainda careça de uma análise aprofundada, encontramos na Folia de San Pedro Telmo montada desde 1971, aos domingos na Plaza Dorrego, indicativos para o enfrentamento para leitura dos Mercados de Pulgas ou Antiguidades por meio da perspectiva da Relação Museal configurado como “relação Homem (público/sociedade) e o Objeto (coleção/patrimônio) em um Cenário (museu/território)”. (Idem, 1997)

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No Mercado das Pulgas de Pelotas são encontrados três segmentos de objetos/mercadorias: antiguidades, artes/artesanato e vestuário/ acessório de moda. O caráter unificador destes segmentos com características próprias se observados na perspectiva da procedência é descontinuidade de produção e a baixa possibilidade de encontro dos objetos selecionados a participarem da instituição comercial no mercado formal. Nosso campo de observação está focado principalmente nos excedentes categorizados como antiguidades¹ Outros implicativos com relação a procedência legal e legitimidade dos discursos a eles atrelados no ato da negociação não serão observados por hora, contudo são indispensáveis para o entendimento da estrutura das relações investigadas.

¹ Como nos aponta (Tavares, 2010 p. 64-65), “o uso da categoria “antiguidade” aparece, tanto na prática como no discurso dos agentes, como sendo o principal critério de avaliação das mercadorias que são expostas nas barracas (...). A categoria “antiguidade” é apenas um referencial para classificar a complexidade dos objetos e conjunto de objetos que estão sendo expostos neste [tipo] de mercado. (...) O critério de avaliação dos “objetos-mercadorias” acontece de acordo com a idade dos objetos, dentre outros critérios, como por exemplo, a qualidade material e seu valor de uso e de troca, que são traduzidos pelo preço das mercadorias. (...) Os próprios especialistas raramente reconhecem ou revelam as limitações dos critérios adotados na avaliação das “antiguidades”, e gabam-se de ter um “olhar clínico”. É muito difícil acompanhá-los e entender o que dizem, e mesmo saber ao certo se falam a verdade sobre os objetos avaliados. Contudo, como os expositores são os últimos proprietários das coisas que colocam à venda, parece razoável que os clientes apostem nos seus discursos. Antiguidade é, portanto, uma dessas categorias que trazem em si uma série de conotações e contradições analíticas, tornando difícil a sua definição”.

No decorrer desta averiguação, foi possível identificar não somente no Mercado das Pulgas de Pelotas, como também nas demais feiras supracitadas, a presença exaustiva das frases “A vovó tinha”, “Tenia mi abuela”, “Tinha um igual lá em casa” e demais que remetam ao mesmo sentido. A presença desta frase que além de verbalizada como início de um discurso memorialista também dá nome a barracas nas feiras e lojas de antiquários. Para nós fica evidente que nestas expressões vinculadas naturalmente e percebidas pelos comerciantes, reside nosso objeto de observação: os objetos que escaparam de alguma forma da lógica de aquisição, consumo e descarte pelo esquecimento (sem o investimento de significado), pela verificação de um valor monetário expresso em sua materialidade (matéria prima e/ou execução técnica) ou pela guarda (com investimento de significado), podem ser colocados em analogia com o potencial comunicativo dos objetos identificados como potenciais de uma musealidade².

A Feira de San Telmo em Buenos Aires foi idealizada pelo arquiteto Jose Maria Peña, em novembro 1970, como extensão do Museo de la Ciudad de Buenos Aires, fundado em 1968 com o objetivo de “documentar, investigar e mostrar a história e os costumes da cidade através dos feitos gerados, e que geram, dia a dia os habitantes da cidade” (PEÑA, 2013), tendo como mote o planejamento tombamento da zona histórica da cidade. Segundo Peña “a feira viria a ser uma sala ao ar livre do museu, porque tudo o que se vende ali formou parte das casas de Buenos Aires” e funcionava como um ponto de encontro dos habitantes do – e no – bairro. Juntamente com o plano de tombamento, a constituição do Consejo de Planificación Urbana de Buenos Aires no ano de 1979, a constituição da Feira, é tida pelo seu idealizador como a *salvadora* do bairro, pois em seu redor, foi contemplada a notoriedade do bairro como uma zona preservação da cultura portenha e frente de oposição aos interesses do setor imobiliário. O arquiteto destaca também que o objetivo não era transformar San Telmo em uma “Zona Museu”, mas sim o local deveria seguir como um bairro, revalorizando as referencias patrimoniais, porém integrado aos feitos contemporâneos. A Plaza Dorrego foi escolhida como cenário para a feira como finalidade museológica por ser cercada de edifícios de 1860 a década de 1930 exemplificando toda a diversidade arquitetônica interessada de ser preservada (PEÑA, 1997). Hoje decadente, o comercio do bairro voltou-se a constituição de um conglomerado de antiquários

4. CONCLUSÕES

No decorrer das observações, foram constatadas visitas em grupos familiares, em grupo de amigos e solitárias. Porém, marcante é a observação que as visitas, na maioria dos casos, foi notado que o comportamento do visitante não é direcionado, como na compra de objetos de necessidade básica, como a ida ao supermercado. Os visitantes despendem de tempo para observar a feira, olhar os objetos, apontar, perguntar sobre eles e qual a sua função e quando há a possibilidade de verbalizar são carregadas de narrativas desenvolvidas a partir dos objetos em exposição.

Diante da falta de estudos voltados para esta tipologia de instituição econômica, ainda não foi possível constatar de forma consistente grupos alvo. Em

² (...)O trabalho da musealização leva à produção de uma imagem que é um substituto da realidade a partir da qual os objetos foram selecionados. Esse substituto complexo, ou modelo da realidade construído no seio do museu, constitui a musealidade, como um valor específico que emana das coisas musealizadas. (...) - Trecho extraído do verbete “Musealização” In: Conceitos-chave de Museologia, 2013 (DESVALLÉES, 2013).

um estudo dirigido para a área de marketing foi possível verificar que compradores assíduos em Mercados de Pulgas, consideram a tipologia de mercado como um lugar agradável para comprar – serviço amigável –, que oferecem uma ampla variedade de bens – pechinchas, antiguidades, produtos descontinuados – e baixos preços; enquanto que os compradores menos intensivos possuem inquietudes acerca dos produtos – baixa qualidade –, dos serviços – informalidade, sujidade, baixas garantias – e de problemas éticos – evasão de impostos, bens roubados – associado esta tipologia de Mercado. Estes resultados sugerem que os mercados das pulgas não competem diretamente com os mercados formais. (OLAVARRIETA, 2008)

Embora de forma não institucional, o olhar do visitante aos objetos, juntamente com o ato de negociação, seja de forma introspectiva, no inquirimento do expositor sobre informações relativas ao objeto comercializado, na possibilidade de manusear e poder perceber o objeto de forma multissensorial – em oposição à maioria das instituições museológicas – resulta na construção de experiências inéditas e ao mesmo passo, uma forma peculiar consolidação de memórias. Estas experiências memoriais são construídas de forma singular, a partir da comunicação entre visitante com o expositor, visitante com visitante, visitante consigo mesmo, partindo de sua bagagem de conhecimento, interesses particulares, memórias concretas, experiência de vida, de seu núcleo familiar e referências coletivas e culturais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNO. M.C.O. **“Teoria museológica: A problematização de algumas questões relevantes à formação profissional”**. IN: Cadernos de sociomuseologia nº 10. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 1997 pp. 13-21

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução: Bruno Brulon Soares, Marília Xavier Cury. ICOM: São Paulo, 2013.

MOTT, Luiz. **Feiras e Mercados: Pistas para pesquisa de campo**. In: FERRETI, SERGIO. (Org.). Reeducando o Olhar: Estudos sobre Feiras e Mercados, São Luiz: Edições Universidade Federal do Maranhão, 2000. p.13-34

OLAVARRIETA, Sergio; MANZUR, E; HIDALGO, P & FARÍAS, P. **Un análisis a los atributos relevantes de los mercados de las pulgas para los compradores: Evidencia desde América Latina**. Revista de Ciencias Sociales (Ve). XIV (Septiembre-Diciembre) 2008. [data de consulta: 8 de octubre de 2017].

PEÑA, J. M. **Museo de la Ciudad**. Buenos Aires: Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, 2003.

_____. Arquitecto **Luis María Peña: Un luchador contra el olvido**. Periodico eletrônico: En San Telmo y sus alrededores Nº 2 Junio, 1997.

POMIAN, K. **Coleção**. In: Enciclopédia Einaudi. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, v. I Memória-História, 1984. p. 51-86.

TAVARES, P. L. **Do lixo ao luxo: a valorização de objetos a partir da Feira de Antiguidades da Praça XV**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2010.