



UM PASSEIO PELO MERCADO-PRAÇA | ESPAÇO DE SOCIABILIDADES

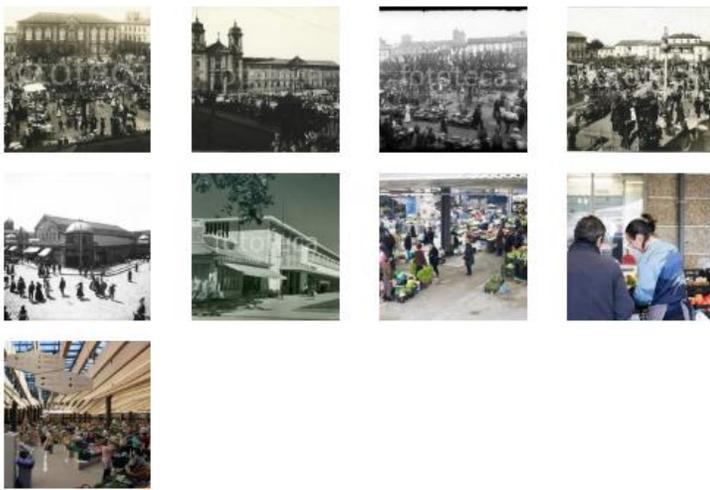
Quantos são os lugares públicos numa cidade que podemos interrogar acerca do papel desempenhado na interação e no vínculo social? Infinitos, certamente. O micro-ensaio que se desenrola a seguir propõe, num exercício reflexivo a partir de imagens recolhidas e do trabalho de campo desenvolvido ao longo dos últimos meses, pensar o Mercado Municipal de Braga – conhecido pelos locais sob a designação “Praça” – como um ponto de cruzamento, de encontros, de atualidade e de memória.

O Mercado-Praça

Afinal, o que é uma praça? E, porquê um mercado-praça?

Se formos pensar sobre as praças, observamos que estas podem ser compreendidas como espaços em que se desenrolam as mais diferentes sociabilidades e afetividades, representando, em muitos os casos, um local de encontros (Lynch, 1999), em que vemos e somos vistos. Contudo, a praça pode ser abordada também como um espaço de comércio e circulação (Lamas, 1993), pleno de formas simbólicas.

O território da praça, assim como uma definição precisa do que ela verdadeiramente significa, é subtil: mostra-se, mas



não nos cerca, nem se impõe. Autores como Crespo (s/d.) pensam na praça como uma espécie de lugar de ação, reação e interação na paisagem da urbe. A praça é, deste ponto de vista, essencialmente o lugar onde a humanidade, enquanto comunidade, se realiza. E a humanidade se realiza de diferentes e múltiplas formas: entre palavras, olhares, negociações, confusões, afetos e dissabores...

É nas praças que acontecem os encontros do quotidiano em alguns grandes centros urbanos e que há espaço para o simples ato de “estar”, seja sozinho ou em companhia. Autores como Pereira (2008) sustentam que as praças são espaços patrimoniais ricos em história, cultura, tradição e saber sobre a cidade como local de identidade.

Por mencionar a história, a relação entre a milenar Bracara Augusta e a atividade comercial desenvolvida em praças é intrínseca, de laços estreitos e que remontam à Antiguidade. Como bem salienta Bandeira (2020, p. 6), “tempos houve em que Braga toda ela era praticamente um único mercado”. De caráter descentralizado e irregular, a atividade comercial de feira e comércio foi sendo organizada e centralizada entre os finais do século XVIII e século XIX, até resultar no Mercado de Ferro na Praça do Município e depois o Mercado-Praça, já na localização atual.

Para perceber melhor o contexto do qual partiu a referência de/a Praça, algumas fontes visuais da cidade de Braga foram consultadas no [Museu Nogueira da Silva](#) (MNS/Braga). As imagens explicitam essa relação intrínseca entre praça



Figura 1: Praça do Município (Século XX)
Créditos: Acervo Manuel Carneiro | Museu Nogueira da Silva, Braga



Figura 2: Campo da Vinha em dia de feira (Século XX)
Créditos: Acervo Manuel Carneiro | Museu Nogueira da Silva, Braga



Figura 3: Praça do Município (Século XX)
Créditos: Acervo Manuel Carneiro | Museu Nogueira da Silva, Braga



Figura 4: Campo da Vinha em dia de feira da lenha (Século XX)
Créditos: Acervo Manuel Carneiro | Museu Nogueira da Silva, Braga



Figura 5: Mercado Municipal na Praça do Município (1915)
Créditos: Museu da Imagem | <https://cutt.ly/fndajlg>



Figura 6: Mercado Municipal na atual localização (Século XX)
Créditos: Acervo Arcelino Augusto de Azevedo | Museu Nogueira da Silva, Braga

A Praça | Espaço de sociabilidades

Pelo regresso do rei, as regateiras da praça prometiam as arrecadas a Nossa Senhora da Torre (...). (Ondina, 1998, p. 95)

Para os clientes mais fiéis e antigos, o Mercado Municipal sempre foi a Praça. Ia-se à Praça para fazer as compras e também para trocar “dois dedos de conversa” com os conhecidos ou com as(os) vendedoras(es).

Se prosseguirmos com a compreensão da Praça como um local-chave de sociabilidade, podemos refletir sobre as formas que essa interação assume e as diferentes pessoas envolvidas que participam nesse espetáculo da vida comum diária.

Vale ressaltar que é por meio da comunicação, ou seja, de trocas simbólicas comuns, que se efetua a concretização da vida social (Carey, 1989/2009). Independente de quais forem os detalhes da produção e/ou reprodução dessa vida individual e/ou coletiva, somos, enquanto humanos, criados, mantidos e transformados culturalmente através da comunicação, de estruturas sociais e de relações intercaladas de símbolos.

A interação social pode variar de uma conexão mínima, como uma saudação entre conhecidos, a conversas estendidas entre aqueles que se encontram no mercado, ou até mesmo interações entre comerciantes e clientes. Como explicam Watson e Studdert (2006, p. 14), “esse envolvimento pode levar à formação de laços sociais fracos, mas os mercados também podem servir como locais de laços sociais mais fortes, onde amigos e famílias negociam juntos e formam uma **comunidade específica**, ou onde comerciantes e compradores regulares passam a se conhecer com o tempo” (grifos meus).



Figura 7: Mercado Municipal de Braga (2018)
Créditos: Acervo pessoal da autora



Figura 8: Mercado Municipal de Braga (2018)
Créditos: Acervo pessoal da autora

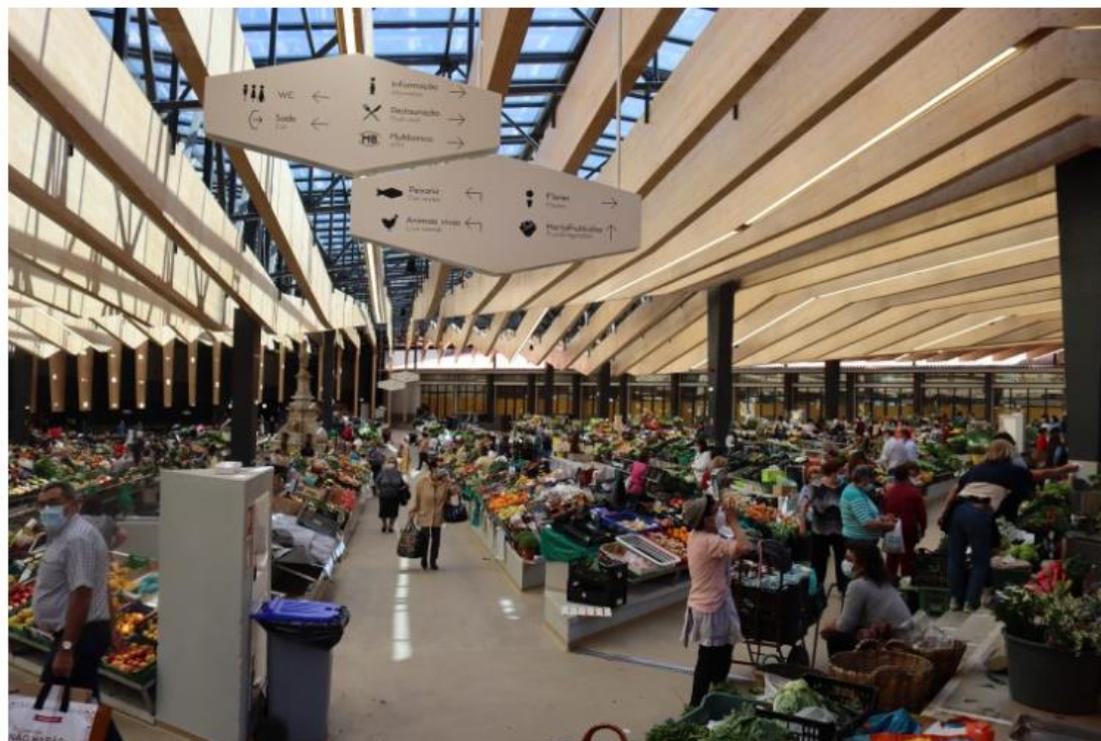


Figura 9: Mercado Municipal de Braga (2021)
Créditos: Passeio

As conversas e a mistura social entre diferentes faixas etárias, grupos socioeconómicos, demográficos e étnicos/raciais é uma constante. O que os une é a alimentação e o ato de compra/venda. Nesse sentido, e se quisermos levar essa proposta a fundo, podemos pensar em algumas categorias de observação, por exemplo: i) a vida social das(os) vendedores, ii) os relacionamentos entre clientes e vendedoras(es), iii) a Praça como um espaço social para diferentes grupos de clientes e, por fim, iv) as relações sociais tecidas na Praça, com direito às amizades, mas também aos conflitos e tensões.

Outro ponto válido a ressaltar é que se pensarmos a função de inclusão social – dos idosos, das minorias e daqueles fragilizados economicamente – desempenhada nos espaços públicos e, claro, na Praça, como uma forma de interação/vínculo social e copresença, o papel de sociabilidade defendido aqui assume um significado maior. Apesar de ser uma tarefa difícil, dada a infinidade de estímulos olfativos e visuais que fazem com que todos fiquem com ideias

e desejos gastronômicos, é completamente viável entrar, estar e não adquirir nenhum único produto (apesar de que os vendedores os conhecerão por essa característica).

Um dos exemplos da dimensão relacional e interacional presente no cotidiano da Praça pode ser percebido a partir do excerto da nota de terreno[1] do dia 8 de maio de 2021:

As lavradeiras próximas aos animais vivos estavam interagindo entre si e com outros clientes. Algumas pessoas filmando/fotografando na parte de cima em frente as lojas. O movimento era, afinal, grande. (...) Fui ver se conseguia sentar no muro para beber um café e olhar a praça de cima. (...) Havia um mini-espço que estava a ser sempre ocupado por fotógrafos amadores num vem e vai. Reparei na questão relacional. Clientes aos pares. Conversas em roda espalhadas por diversos locais.

Num permanente movimento de expansão e contração, a depender do dia e horas em que visitamos a Praça, caminhamos para uma finalização da ideia aqui apresentada.

Um corpo-lugar sozinho não faz sentido, se pensarmos no sentido da comunicação vista como comunhão ou troca. É a sociabilidade construída num emaranhado de teias pelas mais diferentes pessoas que por ali caminham e passeiam, que nos deparamos com um processo interessante: o de transformação quotidiana de um espaço urbano em lugar-comum. Assim, a Praça pode ser vista como um espaço de comunidade, de sentir, de contestação da vida, de produção e afirmação de cultura.

Thatiana Veronez

Julho/2021

Agradecimentos:

As imagens presentes nesse micro-ensaio do Acervo Arcelino Augusto de Azevedo e do Acervo Manuel Carneiro foram gentilmente cedidas pelo Museu Nogueira da Silva para fins de investigação da Passeio. Agradeço a simpatia e apresentação dos acervos realizada pela Dra. Maria Helena Trindade.

Referências:

- Bandeira, M. S. M. (2020). *Mercados Municipais de Braga: passado/presente*. Braga: Câmara Municipal de Braga.
- Carey, J. W. (1989/2009). *Communication as culture: essays on media and society*. Nova Iorque: Routledge.
- Crespo, N. (s/d.). A praça como panorama. *Estudo Prévio*. <https://www.estudoprevio.net/nuno-crespo-a-praca-como-panorama/>
- Lamas, J. (1993). *Morfologia urbana e desenho da cidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Lynch, K. (1999). *A boa forma da cidade*. Lisboa: Edições 70.
- Ondina, M. (1998). *Vidas vencidas*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Pereira, M. M. (2008). *Praças públicas sustentáveis: caso de renovação das praças*. Dissertação de mestrado em Arquitetura, Universidade de Lisboa, Portugal. Retirado de <https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/cursos/ma/dissertacao/2353642204828>
- Watson, S. & Studdert, D. (2006). *Markets as sites for social interaction*. Bristol: The Policy Press.

[1] A Passeio, no âmbito do subprojecto COMPRAÇA, tem levado a cabo o desenvolvimento de um trabalho de campo no Mercado Municipal de Braga, desde janeiro de 2021, que implica idas regulares à unidade de estudo e posterior registo do observado em notas de terreno. Uma leitura sugerida sobre o trabalho etnográfico e a escrita etnográfica encontra-se disponível em Fernandes, L. (2002). Um diário de campo nos territórios psicotrópicos: as facetas da escrita etnográfica. In T. Caria (Ed.), *Experiência etnográfica em Ciências Sociais* (pp. 23-40). Coimbra: Edições Afrontamento.

LOCALIZAÇÃO



LOCAL: **BRAGA**

LATITUDE: **41.55415344092271**

LONGITUDE: **-8.428886617999275**

[< ARTIGO ANTERIOR](#)

[ARTIGO SEGUINTE >](#)



SIGA-NOS  

©Universidade do Minho. Todos os direitos reservados. Com apoio do FCT.

O site da passeio.pt foi desenvolvido no âmbito do projeto UID/CCI/00736/2013, financiado pelo COMPETE: POCI-01-0145-FEDER-007560 e pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), sendo atualmente apoiado pelo projeto UIDB/00736/2020, financiado pela FCT.



COMPETE
2020

