“Salvador Boa Praça”: Análise sobre os usos e formas de apropriação dos espaços públicos na cidade de Salvador

"Salvador Boa Praça": Analysis on the uses and forms of appropriation of public spaces in the city of Salvador

Lucas Filipe Souza Coité

Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/8397>

ISSN: 1981-3341

Editora

Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo

Referência eletrônica

Lucas Filipe Souza Coité, « “Salvador Boa Praça”: Análise sobre os usos e formas de apropriação dos espaços públicos na cidade de Salvador », *Ponto Urbe* [Online], 26 | 2020, posto online no dia 28 julho 2020, consultado o 05 agosto 2020. URL : <http://journals.openedition.org/pontourbe/8397> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/pontourbe.8397>

Este documento foi criado de forma automática no dia 5 agosto 2020.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

“Salvador Boa Praça”: Análise sobre os usos e formas de apropriação dos espaços públicos na cidade de Salvador

"Salvador Boa Praça": Analysis on the uses and forms of appropriation of public spaces in the city of Salvador

Lucas Filipe Souza Coité

NOTA DO EDITOR

Versão original recebida em / Original Version 01/05/2020

Aceitação / Accepted 09/07/2020

Introdução

- 1 Este relato etnográfico é produto da pesquisa de iniciação científica ainda em andamento. A investigação está sendo desenvolvida desde agosto de 2019, de acordo com o calendário da feira Salvador Boa Praça. O objetivo deste artigo é analisar as formas de apropriação dos espaços públicos de Salvador, especificamente aquelas levadas a cabo por este evento. Igualmente, interessa compreender os tipos de usos desenvolvidos pelos atores sociais nesses espaços e as relações de sociabilidade engendradas.
- 2 Para isso, foi desenvolvida uma metodologia que englobasse uma triangulação de métodos-fontes-técnicas (Pereira 1991; Quivy & Campenhoudt 2008). Procedeu-se, portanto, a partir de etapas, a fim de articular um caráter tanto teórico quanto empírico. Ao longo do cronograma foi realizada pesquisa bibliográfica acerca das

transformações nos usos dos espaços públicos, bem como reflexões metodológicas sobre o trabalho de campo. Por fim, realizando entrevistas e observações participantes e diretas, busquei caracterizar os espaços construídos e apropriados, formas de uso, padrões de sociabilidade e formas de controle social.

- 3 O projeto em análise foi idealizado pela produtora Lara Amorim Kertész e realizado pela empresa *Lasquinê Produções e Marketing*, ligada ao grupo de comunicações *Metrópole* do empresário baiano Mário Kertész. As edições ocorrem durante o “verão soteropolitano”, entre os meses de outubro a março. A feira ocorre em duas praças localizadas em áreas nobres da cidade, a Praça Ana Lúcia Magalhães e a Praça Nossa Senhora da Assunção. Ambas estão inseridas numa intersecção entre os bairros da Pituba e Itaigara, mas a primeira é o palco da maior parte das edições.

Praça Ana Lúcia Magalhães e Praça Nossa Senhora da Assunção

FONTE: GOOGLE EARTH

A construção do “lugar antropológico”: Relatos de campo da feira Salvador Boa Praça

- 4 Em um cenário em que os espaços públicos são ocupados por diferentes lógicas, processos e atores, cabe ao pesquisador identificar e circunscrever as dimensões do objeto urbano para analisá-lo, refletir sobre ele e descrevê-lo (Magnani 2014). Assim, o observador deve compreender que o “lugar antropológico” (Augé 2012), a ser construído a partir de um grau de pertinência e convenção (Certeau 1998), servirá tanto como sentido para quem habita, como fundamento de inteligibilidade para torná-lo reconhecível em outros contextos. Então, ao analisar as formas de apropriação do espaço público em uma metrópole como Salvador, o investigador está inserido em um esforço de compreensão dos usos urbanos, sua relevância atual e capacidade de expressar diversidade e engendrar subjetividades.
- 5 Ao observar os espaços onde acontecem as edições da feira busquei compreender as relações espaciais no que diz respeito aos usos, trajetos, táticas e procedimentos dramatizados nestes locais (Certeau 1988). Neste sentido, o etnógrafo, ao explorar os

espaços urbanos caminhando, pode praticar uma etnografia “na” rua (Rocha & Eckert 2003), descrevendo as performances e ações dos atores sociais em um lugar de “percursos sobrepostos” (Rocha & Eckert 2003:05). Portanto, no campo realizado nas Praças Ana Lúcia Magalhães e Nossa Senhora da Assunção, aderimos a uma ambiência urbana desenvolvendo uma

observação sistemática de uma rua e/ou das ruas de um bairro e da descrição etnográfica dos cenários, dos personagens que conformam a rotina da rua e bairro, dos imprevistos, das situações de constrangimento, de tensão e conflito, de entrevistas com *habitués* e moradores, buscando as significações sobre o viver o dia a dia na cidade. (Rocha & Eckert 2003:05)

- 6 Um dos cenários mais significativos para analisarmos os eventos e microeventos de interação desta feira é a Praça Ana Lúcia Magalhães. Por seu turno, este espaço público jurídico-administrativo conta com uma série de equipamentos que atrai a população do seu entorno, sendo utilizada para atividades de caminhada, prática de exercícios, passeio com animais de estimação, conversa com vizinhos, além de possuir um espaço propício para crianças brincarem. Essas e outras formas e usos que os moradores dão ao lugar chamam atenção para a vitalidade da praça e da rua, assim como da sociabilidade que se constitui neste *pedaço*¹ (Magnani 2010). Além disso, em seus arredores funcionam diversos bares, confeitarias, sorveterias, hamburguerias etc.
- 7 Próximo à praça surgiu um *circuito*² (Magnani 2010; Magnani 2014) voltado para os jovens adultos daquele bairro, o *Alto Itaipara*. Este local concentra práticas de jovens de alta renda, exibindo seus carros importados, consumindo bebidas alcoólicas de luxo, onde estão presentes mecanismos de distinção e um *habitus* de classe (Bourdieu 2007) singular aos “jovens ricos soteropolitanos”. Neste *circuito* estão presentes, também, os jovens de classe média alta do bairro.
- 8 É neste contexto que o projeto se instaura, utilizando uma lógica de mercantilização. Outros processos que contribuíram para conformação deste empreendimento foram as diversas obras de requalificação, principalmente das praças, e as medidas de incentivo adotadas pela Prefeitura Municipal. Foram lançados editais de fomento à cultura, de patrocínio e apoio, bem como atos administrativos que facilitaram a emissão de autorizações de uso do espaço público – medidas voltadas para projetos que visassem uma nova ocupação do espaço público.
- 9 Desse modo, o evento conta com apoio/patrocínio da Prefeitura Municipal de Salvador, da Rede Metrópole, da cervejaria Bohemia e do Shopping da Bahia. Propondo-se como opção de lazer na cidade, prometendo bens culturais e materiais “diferenciados” e ao mesmo tempo diversão, “conforto” e “segurança”. A produção se inspira nas feiras de rua de Nova York, com expositores de roupas, acessórios e itens de gastronomia, e apresentações musicais e culturais de artistas consagrados e iniciantes.
- 10 A edição começou no dia 05 de outubro de 2019 e pretendeu se estender até o final de março de 2020, mas o evento foi suspenso devido à pandemia do COVID-19. Nesta temporada, a configuração espacial do evento se modificou, contando com uma divisão de cinco locais: (1) o palco e a área para o público; (2) um espaço próximo ao palco para os expositores “gourmet”; (3) o espaço voltado para produtos artesanais de microprodutores, o “Mercadinho”; (4) um amplo corredor de expositores de moda e artesanato; e (5) a chamada “Praça de Brincar”, com tendas e brinquedos para o entretenimento infantil.

- 11 Esta nova configuração utiliza toda a extensão das praças, bem como seus equipamentos, instalando sobre eles uma grande estrutura, o que constitui uma ambiência estética de organização e sofisticação. Esta ambiência estabelece um padrão aos expositores e condiciona os fluxos e os usos dos frequentadores.
- 12 A área do palco está instalada no centro da praça e é pensada para abrigar uma grande quantidade de pessoas para consumirem as apresentações artísticas e culturais. As atrações estão separadas em quatro horários: 13h (“gastronomúsica”); 15h30 (apresentações infantis); 17h (“compositores Boa Praça” ou apresentação de samba); 18h (apresentação principal). Essa separação diz respeito ao fluxo do público e à mudança geracional que acompanha esses marcos temporais.
- 13 No primeiro horário, o público está ainda chegando e é possível observar os moradores do entorno saindo dos seus prédios e condomínios em direção à praça. Os expositores gastronômicos começam a venda de pratos mais “sofisticados” como risoto, hambúrguer artesanal, até pratos da região Norte como o pato no tucupi, e outros menos “sofisticados”, a exemplo da feijoada e do picadinho (segundo a organização são os pratos mais vendidos). Isso reflete um contraste semântico entre o *gourmet* e o popular, estabelecendo códigos e modificando os significados simbólicos das práticas dentro de uma estrutura social.
- 14 Algumas famílias nucleares, ou com seus parentes idosos e até com pets, utilizam esse tempo para almoçarem no evento. Há também alguns casais homoafetivos, que mantêm uma sociabilidade amistosa por meio de códigos semelhantes aos dos casais de heterossexuais. Ao performar essa heteronormatividade, esses casais mantêm uma distância para continuarem sendo “tolerados” naquele ambiente (sem trocar afetos físicos) e constroem, assim, uma sociabilidade com seus vizinhos. Neste caso, as convenções equacionam o indivíduo com a sua posição na estrutura social e isso significa ter a permissão para viver entre “pares” (Arendt 2017).
- 15 Neste momento, o público se aproxima, compra suas fichas nos guichês da Casa 10³ (empresa responsável por intermediar a venda dos produtos *gourmet*), almoçam, postam fotos nas redes sociais (as fotos são repostadas pelo perfil do Boa Praça, pois essa prática serve como “engajamento” virtual e atrai pessoas). Além disso, os frequentadores são recebidos por uma empresa contratada para organizar as mesas e cadeiras para o consumo local, seus empregados as buscam, organizam e realizam a limpeza. Neste momento, uma música ambiente é tocada pela banda do horário (“gastronomúsica”), a ideia é que a apresentação seja confortável para os usuários almoçarem e, logo após, comecem a consumir bebidas alcoólicas.

Praça Ana Lúcia Magalhães: espaço gourmet e área do palco

FONTE: FOTOGRAFADO PELO AUTOR

- 16 Uma das características mais interessantes do espaço *gourmet* são os restaurantes e lanchonetes já consolidadas no mercado, alguns até figurando na alta gastronomia soteropolitana. Estão presentes sorveterias e restaurantes famosos como *Rei do Pirão*, *Bella Bistrot*, *Restaurante Bella Napoli*, *Riz Bistrot & Risottos*, *San Paolo*, entre outros. Por outro lado, novos empreendimentos e outros mais populares também estão presentes no Boa Praça, e são amplamente consumidos, como é caso do *Picadinho do João*, *Comida de Matuto*, *Coxinha no Espeto*, *Tá Rebocado*, entre outros.
- 17 Em seguida, outras práticas vão acontecendo; uma das principais é visitar os expositores de moda e artesanato, todos dispostos em um grande corredor com *stands*. Os expositores ficam dos lados direito e esquerdo da praça, formando um espaço entre eles, o que facilita a visão do público e estabelece um trajeto até os expositores. Os transeuntes observam o que há disponível e a fruição proporcionada pela organização dos *stands* os atrai para observar os produtos de perto.

Praça Ana Lúcia Magalhães: corredor dos expositores de moda

FONTE: FOTOGRAFADO PELO AUTOR

- 18 Há uma conversação típica com os vendedores, que buscam não só vender seu produto, mas também divulgar sua marca. Todos entregam cartões de visita com suas redes sociais, alguns tiram e postam fotos, algo que também gera “engajamento” para a marca e para o evento. Neste processo, as pessoas compram os produtos ou somente experimentam e seguem para o próximo expositor.
- 19 Os produtos expostos estão relacionados a um *habitus* de uma classe média e alta, com o fito de atender seu “capital cultural” (Bourdieu 2007). Em geral são roupas com cortes mais discretos, acessórios menos chamativos, tecidos de algodão, materiais não sintéticos, peças feitas à mão para animais de estimação, peças de praia imitando uma alta costura, entre outros. Os preços são relativamente altos e são determinados e negociados pelos próprios expositores. Neste caso, há produtos que em feiras populares seriam comercializados por um preço menor, oferecendo às vezes a mesma qualidade.
- 20 Esses expositores de moda são selecionados por meio de uma “curadoria”, em clara referência às galerias nova-iorquinas, com um chamamento público nas redes sociais do projeto. No entanto, ainda é preciso investigar como se dá esse processo de seleção dos expositores, o valor cobrado, o tipo de relação estabelecida com a empresa organizadora, as implicações disso para a marca, até os conflitos que fizeram algumas marcas deixarem de expor no evento.
- 21 Uma novidade desta edição foi a chamada “Praça de Brincar”, um espaço voltado para atividades lúdicas e lazer infantil. Acompanhando uma tendência de público das edições anteriores, o discurso do Boa Praça visa atrair famílias nucleares com filhos para o evento, enunciando o evento como um “espaço para família”, onde os frequentadores estarão “vivendo nossa cidade”. O lugar é composto por uma grande tenda, com o chão coberto por tapetes, com brinquedos, materiais lúdicos, e ao fundo um parque (este parque faz parte dos equipamentos pré-existent na praça).

Praça Ana Lúcia Magalhães: Praça Brincar

FONTE: FOTOGRAFADO PELO AUTOR

- 22 Durante o dia é pensada uma programação com atividades educativas, lúdicas, apresentações musicais, roda de histórias, confecção de brinquedos, entre outras práticas para o entretenimento infantil. Assim, foi possível separar os usos na praça, uma vez que os pais levam as crianças, deixam naquele ambiente com os monitores e se voltam para a programação costumeira do evento (ou acompanham os filhos). Em seguida, no meio da tarde, todas as crianças são reunidas no palco principal junto com seus pais, para aproveitarem a apresentação do grupo infantil.
- 23 No final da tarde, após as apresentações infantis, grupos de compositores locais tomam conta do espaço central entre os expositores de moda e artesanato. Em grande volume, os frequentadores de todas as idades se aproximam, consomem bebidas, dançam, conversam, aproveitam o momento para sair ou chegar. Neste espaço de tempo, os caminhos se cruzam e o perfil geracional do público começa a se modificar para a apresentação principal.
- 24 Durante a noite, o público aumenta consideravelmente, ocupando toda a praça. É a vez da apresentação principal, jovens e adultos se encontram para assisti-las, adultos permanecem no local para o mesmo fim, com ou sem seus filhos. Os frequentadores, então, aproximam-se do palco, onde há uma aglomeração para apreciar a banda. Ainda assim, as pessoas continuam em seus grupos, afastando-se somente para comprar bebida ou comida para seus pares. A música começa, as pessoas cantam com o artista, dançam, conversam, aproveitam o momento até o fim da apresentação, momento em que a praça começa a esvaziar.

Praça Ana Lúcia Magalhães: durante a apresentação principal

FONTE: FOTOGRAFADO PELO AUTOR

- 25 As atrações que participaram do evento são todas do circuito musical soteropolitano, e variam entre os famosos como Jau e Saulo Fernandes, até grupos menores, mas como alguma história no cenário musical local como Batifun, Marcia Short, Dão, Bruna Barreto, Canela Fina, entre outros.
- 26 No fim, temos o chamado “Mercadinho”, onde estão os expositores de produtos artesanais e orgânicos de pequenos e médios produtores. É um espaço menor em relação ao espaço *gourmet*, localizado ao final do corredor destes últimos, com poucos *stands* e algumas mesas e cadeiras embaixo de uma tenda. Entre os produtos estão chocolates artesanais, licores, produtos à base de café e leite, panificação artesanal e geleias de todos os tipos.
- 27 Sua localização criou um fluxo específico entre os frequentadores. De modo que, ao comprarem os alimentos oferecidos no “espaço *gourmet*”, os transeuntes buscam as mesas do “Mercadinho” para realizar suas refeições, conversar e interagir, e, neste momento, os expositores deste espaço introduzem seus produtos por meio da experimentação; com isso, as pessoas os experimentam e compram.
- 28 Neste caso, há outra oposição semântica sendo enunciada, mas ao mesmo tempo os espaços e as práticas se complementam. Subverte-se a noção popular de mercado (e de praça para brincar) a partir da tática de construir uma ambiência de fruição estética, modificando e orientando, assim, os usos do público, ao mesmo tempo em que os frequentadores adotam esses procedimentos e seus fluxos afirmam essa enunciação. Dessa forma, usos considerados populares e periféricos, em termos de capital cultural (Bourdieu 2007), ganham um novo significado simbólico naquele espaço e para aquelas pessoas.

A vitalidade do espaço público: Reflexões conceituais sobre os espaços públicos e seus modos de apropriação

- 29 Pesquisas antecedentes demonstram que os espaços públicos da cidade de Salvador apresentam um conjunto de apropriações levadas a cabo por um perfil relativamente diversificado de pessoas, mas ainda fragmentado e segregado, com práticas bastante desiguais. Fenômenos como este, assevera o antropólogo Heitor Frúgoli Jr. (2016), têm colocado em questão as formas de expansão das relações dos habitantes com o contexto urbano. Essa discussão está dimensionada, ainda, no processo de privatização da cidade e nas características da vida pública urbana.
- 30 Ademais, deve-se questionar se este local é o mesmo em que a esfera pública estaria “morta” (Arendt 2008), onde surgiu a “esfera pública burguesa” de Habermas (2003) e houve o “declínio do homem público”, proposto por Richard Sennett (1998). De fato, as relações entre o público e o privado ainda se encontram desequilibradas, uma vez que há uma proliferação de enclaves fortificados (Caldeira 2000), um abandono dos espaços públicos e uso de mecanismos de distinção e segregação para afastar as diferentes classes, raças e gêneros de qualquer sociabilidade e relação diferente daquelas pautadas em hierarquia, poder e violência (Bourdieu 2007).
- 31 Contudo, esses espaços apresentam novas configurações e transformações importantes na atualidade. Segundo autores como Rodrigo Salcedo (2002), Rogério Leite (2002) e José Guilherme Magnani (2010), não se pode reduzir as diferentes formas de fazer e ocupar a cidade com base apenas na dicotomia “público x privado”, bem como no tipo-ideal de espaço público, que aqueles teóricos acusam estar “morto”. Analisar somente a partir de uma premissa fixa, como se operasse de forma unívoca na realidade e não de forma relacional, “significa reificá-la, tornando-a, por conseguinte, inoperante como princípio classificatório” (Magnani 2010:36). Afinal, o espaço público “descrito como um lugar onde os diferentes grupos conviviam em torno de códigos de tolerância e civilidade” (Arantes 2019:05), é realmente verificável?
- 32 Rodrigo Salcedo (2002), por exemplo, responde a esta questão com uma negativa quanto a sua existência histórica e estabelece um conjunto de outras configurações contemporâneas. Os espaços urbanos, para ele, podem ser destinados ao uso público, ou serem dotados de função de consumo, ou terem origem privada e estarem integrados ao uso urbano. Assim, todas essas configurações têm potencial para propiciar encontros e sociabilidade, assim como é possível que se expressem formas de controle social e poder sobre eles.
- 33 Portanto, devemos não só questionar, mas complementar a tipificação dos espaços públicos outrora suscitada. Essa tipificação os descreve enquanto espaços abertos a todos, planejados como públicos, passíveis de um fazer político, amplamente acessíveis, com a presença de grupos perceptivelmente heterogêneos e advindos de diversos extratos sociais, produzindo, então, contatos e encontros não estratificados e com certo grau de sociabilidade (Arantes 2019).

Considerações preliminares

- 34 As primeiras considerações que a análise do Salvador Boa Praça nos permite tecer são sobre as características do projeto, que é fragmentado e homogêneo. Tendo em vista os locais em que acontecem as feiras (bairros que abrigam uma classe média e alta de Salvador), a lógica da mercantilização, barreiras simbólicas, culturais e financeiras vinculadas a um *habitus* e orientadas por mecanismos de distinção (Bourdieu 2007), seu público alvo (“público desejado” a ocupar o espaço) são os habitantes de classe média alta desses bairros. Portanto, o público majoritariamente branco, famílias nucleares e a “elite soteropolitana” aparecem como os principais consumidores desse evento.
- 35 Este é um espaço onde a distinção e as desigualdades sociais presentes na metrópole engendram uma tensão entre tipos distintos de grupos heterogêneos que poderiam entrar em contato naquele espaço.
- 36 Por conseguinte, outro resultado importante das observações participantes diz respeito ao tipo de sociabilidade disposto por esses usuários, que apresentam um conjunto de códigos de conduta a serem seguidos pelos outros, mas também focam sua sociabilidade em contatos entre seus pares, não existindo quase nenhum contato com o fito de conhecer novas pessoas e desenvolver diferentes relações.
- 37 As pessoas encontram seus conhecidos, vizinhos, amigos de trabalho e mantêm uma sociabilidade entre si. Porém, muitos ali já se conhecem, possibilitando mais contatos, mesmo sendo contatos homogêneos. O evento se mantém em uma média de público parecida no revezamento de usuários entre os horários, tendo seu pico no intervalo entre tarde e noite, quando os interesses, as saídas e chegadas se cruzam no tempo.
- 38 Sendo assim, o Boa Praça apresenta-se como um *locus* de uma sociabilidade homogênea, com um grupo bastante homogêneo de frequentadores, com práticas voltadas ao consumo de bens culturais e produtos (Bourdieu 2007). As praças são apropriadas por uma lógica de mercantilização, que constrói uma forma de inter-relação entre os usuários e, por mecanismos associados, exclui outros habitantes da cidade (Arantes 2019; Bourdieu 2007). No entanto, há uma presença de práticas de contra-usos (Leite 2002), nas quais os frequentadores, por exemplo, levam cadeiras de praia e cangas, cooler com cerveja e bebidas compradas fora do evento, fazem piqueniques com alimentos não comprados naquele local.

BIBLIOGRAFIA

- AUGÉ, Marc. 2012. Não lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução Maria Lúcia Pereira. 9. ed. Campinas, SP: Papirus.
- ARANTES, Rafael de A. 2019. “Mercantilização dos espaços públicos? As feiras gastronômicas e culturais em Salvador”. In: XIX Congresso Brasileiro de Sociologia, Florianópolis.
- ARENDT, Hannah. 2008. A condição humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

- BOURDIEU, Pierre. 2007. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. 2000. Cidade de Muros. São Paulo: Edusp.
- CERTEAU, Michel de. 1998. A invenção do cotidiano. Petrópolis: Vozes.
- FRÚGOLI JR., Heitor. 2016. Copa do Mundo de 2014 nas ruas da Vila Madalena (São Paulo) e usos ampliados dos espaços públicos. 40º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu.
- HABERMAS, Jürgen. 2003. Mudança estrutura da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- LEITE, Rogerio Proença. 2002. “Contra-usos e espaço público: notas sobre a construção social dos lugares na Mangueira”. Rev. bras. Ci. Soc. vol.17 n.49, São Paulo. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092002000200008>
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. 2010. “Os circuitos dos jovens urbanos”. Sociologia: Revista do Departamento de Sociologia da FLUP, Vol. XX: 13-38.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. 2014. “O Circuito: proposta de delimitação da categoria”. Ponto Urbe: Revista do núcleo de antropologia urbana da USP, 15. <https://doi.org/10.4000/pontourbe.2041>
- PEREIRA, L. M. L. 1991. “Relatos orais em ciências sociais: limites e potencial”. Análise & Conjuntura, 18, v.6. n. 3, Belo Horizonte.
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. V. 2008. Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva.
- ROCHA, A. L. C. da & ECKERT, C. 2003. “Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana”. ILUMINURAS, 4(7). <https://doi.org/10.22456/1984-1191.9160>.
- SALCEDO, Rodrigo Hansen. 2002. “El espacio público en el debate actual: Una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno”. EURE (Santiago) v.28 n.84. <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612002008400001>
- SENNETT, Richard. 1988. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras.
- SERPA, Angelo. 2008. “Os espaços públicos da Salvador contemporânea”. IN: CARVALHO, Inaiá M. M.; PEREIRA, Gilberto C. Como anda Salvador. Salvador: EDUFBA.

NOTAS

1. Magnani (2010:17) utiliza esta categoria analítica para designar “aquele espaço intermediário entre o privado (a casa) e o público, onde se desenvolve uma sociabilidade básica, mais ampla que a fundada nos laços familiares, porém mais densa, significativa e estável que as relações formais e individualizadas impostas pela sociedade.”
2. Em relação ao circuito, o autor explica: “trata-se de uma categoria que descreve o exercício de uma prática ou a oferta de determinado serviço por meio de estabelecimentos, equipamentos e espaços que não mantêm entre si uma relação de contiguidade espacial (...). A noção de circuito também designa um uso do espaço e dos equipamentos urbanos – possibilitando, por conseguinte, o exercício da sociabilidade por meio de encontros, comunicação, manejo de códigos (...).” (Magnani 2010:17)
3. Nas edições anteriores a empresa CASA10 fixava faixas de preços a ser seguidos pelos expositores (os preços variavam entre R\$ 10,00, R\$ 15,00, R\$ 20,00), resultando na

comercialização de produtos em porções menores que as habituais. A venda ainda é realizada em dinheiro ou cartões de débito, mas essa padronização de preços não se apresenta do mesmo modo. Nesta edição os preços são mais livres e fixados entre os próprios expositores, mas não ultrapassam R\$ 25,00 e R\$ 30,00, possibilitando porções maiores.

RESUMOS

Este relato etnográfico é produto de pesquisa em andamento e seu objetivo é analisar as formas de apropriação dos espaços públicos de Salvador, levadas a cabo pela feira gastronômica e cultural “Salvador Boa Praça”. Igualmente, interessa compreender os usos desenvolvidos pelos atores sociais nesses espaços e as relações de sociabilidade. Nos últimos anos esse evento tem sido realizado em duas praças – Ana Lúcia Magalhães e Nossa Senhora da Assunção – localizadas em bairros de classe média-alta da cidade. Este evento apresenta diversas contradições no que tange ao perfil do público em termos de capital econômico e cultural, a lógica de consumo dada aos espaços pelo projeto e aos bairros em que são realizados. Assim, a análise se desenvolveu por meio de pesquisas bibliográficas, entrevistas e observações participantes e diretas. Ademais, foi possível caracterizar os espaços, formas de uso, bem como as formas de sociabilidade e de controle social.

This ethnographic report is the product of a research still in progress, its objective is to analyze the forms of appropriation of public spaces in Salvador carried out by the gastronomic and cultural fair Salvador Boa Praça. Similarly, it is interesting to understand the uses developed by social actors in these spaces and the sociability relationships. In recent years, this event has been held in two squares – Ana Lúcia Magalhães and Nossa Senhora da Assunção – located in upper-middle class neighborhoods. This event presents several contradictions regarding the public profile in terms of economic and cultural capital, the logic of consumption given to the spaces by the project and the neighborhoods in which they are held. Thus, the analysis was developed through bibliographic research, interviews and participant and direct observations. Furthermore, it was possible to characterize spaces, forms of use, as well as forms of sociability and social control.

ÍNDICE

Keywords: public spaces, urban sociability, appropriation

Palavras-chave: espaços públicos, sociabilidade urbana, apropriação

AUTOR

LUCAS FILIPE SOUZA COITÉ

Graduando em Direito na Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia. E-mail: lucas.filipe.coite2@gmail.com