

DOSSIÊ – ARTIGOS

MERCADOS MUNICIPAIS E CONHECIMENTO, REFLEXÕES EM TORNO DE UMA PESQUISA INDEPEDENTE

PLAZAS DE MERCADO Y CONOCIMIENTO, REFLEXIONES EN TORNO A UNA INVESTIGACIÓN INDEPEDIENTE

Mauricio Rene Baez Alayon¹

Resumo: O presente texto avalia a experiência em uma pesquisa que explorou a importância das cores, sons, aromas e sabores na construção dos mercados municipais como espaços concretos. Essa configuração do espaço determina que os agentes que compram nesses lugares operem a partir de marcos, onde a experiência multissensorial permite conhecimentos muito precisos, nem sempre valorados. Ao contrastar essas observações com os marcos conceituais tradicionais, verifica-se que ainda existe uma influência da distinção entre as qualidades primárias e secundárias. Dessa maneira, observou-se como a extensão, movimento, forma e volume são percebidos como mais relevantes que as cores, sons, odores e sabores em certos espaços como os supermercados. Já que foi um projeto de pesquisa independente, que apresentou seus resultados por meio de um vídeo-ensaio, considera-se que pode ser interessante observar seu planejamento e desenvolvimento.

Palavras-chave: Mercados municipais; pensamento multissensorial; espaços.

Resumen: El presente texto evalúa la experiencia en una investigación que exploró la importancia de los colores, sonido, olor y gusto en la construcción de la plaza de mercado como espacio concreto. Esta configuración del espacio determina que los agentes que compran en estos sitios operan a partir de marcos en donde la experiencia multisensorial permite que emerjan conocimientos muy precisos y no siempre valorados. Al contrastar estas observaciones con los marcos conceptuales tradicionales se determinó que aún existe una gran influencia de las distinciones entre cualidades primarias y secundarias. De esta manera, se observó cómo la extensión, movimiento, forma, volumen son percibidos como más relevante que los colores, sonido, olor y gusto en ciertos espacios como los supermercados. Al haber sido un proyecto investigativo independiente en el que se presentó sus resultados por medio de un video-ensayo se considera que puede tener interés observar su planeación y puesta en marcha.

Keywords: Plazas de mercado; pensamiento multisensorial; espacio.

Na segunda metade de 2018 foi realizada uma pesquisa independente que tinha como objetivo analisar as diferenças entre a maneira em que população Bogotana interage nos mercados municipais em contraste com a interação nos supermercados e shoppings. Enquanto a própria construção do espaço, os produtos e a forma de vendê-los tornam a experiência de compra homogênea e facilmente padronizada nos supermercados e shoppings, a experiência de compra nos mercados municipais implica um conhecimento sobre as condições dos produtos, seu estado de maturação, os vendedores e o hábito de pechinchar. Isto condiciona a serem espaços dinâmicos onde – e como se tentará explicar no decorrer do texto – se podem colocar em xeque algumas das visões modernas que ainda hoje são modelos para entender o espaço em nosso dia a dia.

¹ Bogotá. E-mail: kefka1994@hotmail.com.

Para mostrar os resultados da pesquisa, realizou-se um vídeo-ensaio que explora os espaços analisados, ao mesmo tempo em que se mostram fragmentos de entrevistas e algumas reflexões conceituais sobre o tema. Já que este projeto não tinha um financiamento adequado, o vídeo-ensaio foi feito sem os equipamentos tecnológicos adequados ou os conhecimentos profissionais em desenvolvimentos audiovisuais. No entanto, se considera um projeto bem-sucedido, devido à sua apresentação em 5 (cinco) países, tanto em conferências, quanto exposições de arte.

Por isso, este texto, primeiro explora de onde vêm as ideias para realizar este trabalho, onde se esboça um contraste entre a noção moderna de espaço e a relevância de observar os processos de espacialização em sua formação concreta. Posteriormente, explora-se o trabalho de campo, e trechos tentando perfilar resultados importantes obtidos nesta pesquisa. Finalmente, expõe-se as razões para realizar um vídeo-ensaio, e a importância de procurar outros meios de comunicação para nossas ideias. A relevância deste trabalho reside na exploração de lugares comuns de nossas sociedades latino americanas por meio de pesquisas independentes e com poucos recursos.

Introdução

A constituição do espaço, em termos modernos, é um processo que tem sido estudado por diversos autores. O famoso trabalho de Koyré (1979) descreve a lenta transformação de um espaço hierarquizado e fechado, por um novo universo infinito. Este processo está ligado com uma perda dos valores estruturantes, das verdades imutáveis e do nosso lugar no universo. Nascedouro de novos pensamentos e dilemas, tanto para a ciência quanto para a modernidade em geral.

A filosofia não fugiu desta vertigem, ela participou da formação deste novo mundo, mas também podemos observar o efeito de sua relação com este novo espaço. Por isso, autores como Catalina Gonzales (2017), têm analisado a abismal experiência sentida por Pascal ao pensar sobre este novo universo infinito e o lugar que tem para a formulação de sua filosofia. Igualmente Juan Pablo Garavito (2013) tem explorado a relevância de como esta nova espacialidade tem afetado a maneira em que Descartes localiza o *cogito* para salvaguardá-lo como certeza epistêmica.

Dentro deste leque de reflexões, é fundamental observar a hierarquização que se construiu nesse período: a geometrização do espaço e a constituição da diferença entre qualidades primárias e secundárias. Para Locke (2005), a forma, o tamanho e o movimento são causas das outras qualidades. Desta forma, as qualidades mensuráveis tornam-se privilegiadas neste modelo, e as qualidades secundárias, como são as cores, sabores, cheiros e sons, são simplesmente efeitos subjetivos das qualidades primárias.

Isto tem consequências concretas nos próximos séculos da história de Europa. Como estudou Ken Alder (2002), a importância da medição do território francês para a constituição da noção de estado-nação moderna e o sistema métrico. Michael Adas (1990) estudou os europeus obcecados por suas tecnologias para medir e entender a realidade, que acabaram por converter suas formas de medir em regra para todas as outras culturas. Dessa forma, observa-se que a capacidade de cálculo possui grande importância na modernidade.

Como herdeiros deste mundo, parece natural para nós esquecermos a riqueza da experiência. Enquanto a metade da filosofia moderna diminui a relevância ontológica das cores, sabores, sons, quantos meninos teimosos que não gostavam de matemática e geometria voltavam para casa por causa dos cheiros e rostos das pessoas do bairro? Quantos de nós não reconhecemos esses conhecimentos?

Como tem estudado Laura U Marks (2008), existem outros marcos epistemológicos onde a codificação da realidade não tem que ligar-se com uma quantificação. Em contraste, os afetos, as cores, as memórias e os aromas são fundamentais na constituição de muitos saberes. Talvez não sejam tão importantes em uma sociedade como a francesa, que realizou um controle e

regulou os cheiros, como tem estudado Corbin (1986). No entanto, ao caminhar em Bogotá, existem múltiplos espaços onde os processos de medição não são tão relevantes quanto outros conhecimentos. A pergunta fundamental, se levarmos em conta a relação espaço-moderno e quantificação, é como se formulam os espaços onde suas bases são outros tipos de conhecimento? Que tipo de espacialidade se define?

É a partir dessas reflexões conceituais que se achou relevante pensar na formulação dos espaços concretos que colocam a ênfase nas qualidades secundárias. No entanto, advém a pergunta sobre onde podemos achar esses tipos de espaços. Parte das dificuldades de encontrar espaços concretos, onde as qualidades secundárias sejam relevantes, não se deve ao fato de serem escassos, é um viés de nossa formação. Estudos como o de Linda McMullen (2018) ou Catrie Fierro e Maria Lujan Pontoriero (2015) demonstram a importância que se coloca nas teorias sobre as formas de desenvolvimento de operações de cálculo na formação dos psicólogos. Mesmo em epistemologia é escassa a produção que desenvolva esse tema. Assim, o sujeito que muitos de nós temos em mente, é baseado na teoria crítica ou nas posturas mais tradicionais em psicologia, portanto, é um sujeito amputado dessas experiências.

Existem marcos epistêmicos que são mais abertos ao tipo de experiência anteriormente mencionada. Por exemplo, os pintores sabem que o carmin visto no “San Girolamo in Meditazione de Carvalho” é produzido através da trituração de insetos (FINALY, 2003). Como tem analisado Dieter Mersch (2015), seu material de trabalho condiciona as relações concretas a serem objeto de análise e discussão, enquanto se produz uma obra singular que esteja conectada com realidades concretas. Essas ações e esse modo de pensar em singular os torna em agentes epistêmicos que nos permitem observar outras formas de pensamento, além do tecnocientífico. Dessa forma, observam-se novas ferramentas para pensar em processos epistêmicos, que respondam de forma diferente das qualidades primárias e secundárias. Contudo, essa não é a área a ser estudada.

Onde procurar, então, espaços com essas características? Se os marcos conceituais herdados não permitem analisar isto, devemos procurar em nossa própria vida para rastrear o que é ignorado por nossas tradições. Em meu caso, as experiências são abundantes, por exemplo, em alguns bairros de Bogotá, em cantinas, vendia-se leite sem pasteurizar, isso durou até meados dos anos 90. Embora minha mãe fosse contra pela falta de salubridade, minha avó, às escondidas, comprava e me dava por conta de seus “benefícios”.

Não tenho certeza se houve ou não algum benefício em particular, mas a experiência de estarmos juntos enquanto o leite fervia, além de seus abraços, e a nossa concentração ao esperar o momento preciso em que se produzia uma nata palatável, sinal de que o leite estava pronto para ser consumido, era um ritual com seu próprio tempo. Um momento perfeito, sem relógio, cronômetro ou medida preestabelecida. Uma experiência da mesma ordem do “timing” preciso de jazz, ou dos beijos infalíveis quando se busca consolar alguém. Enfim, de afetos, cores, sons, odores e sabores, específicos que produziam um espaço e atmosfera singulares, ambiente que também nos constituía. Um espaço muito diferente do que eu vivencio hoje em dia, visto que aqueço meu leite no micro-ondas.

Alguns dos lugares tradicionais de Bogotá são os mercados municipais, no entanto estes estão desaparecendo. Nas últimas décadas, com a chegada e popularização de lojas multinacionais e shoppings, houve uma diminuição considerável na utilização dos mercados municipais. Em um informe do ano de 2016, afirmou-se que somente 6 % do abastecimento da cidade era realizado pelos mercados municipais (BOGOTA, 2016). Este é um número consideravelmente baixo se comparado aos relatos de viajantes estrangeiros a começos do século XX, ou em comparação ao papel que tiveram os mercados na formulação de políticas de espaço público na cidade (RAMÍREZ, 2017; CARNEGIE-WILLIAMS, 1990; HOLTON, 1981).

No entanto, percebe-se esta relevância nas histórias que nossos familiares nos contam. O mais evidente é a diferença entre essas narrações e os relatos históricos considerados importantes no imaginário nacional. Enquanto a maioria dos relatos que circulam destacam o narcotráfico ou a guerra civil, os mercados municipais referem-se a um cotidiano que tem sido perdido em muitos aspectos. Castiblanco (2012), definiu este fenômeno como espaço de memória: um conjunto de memórias que sobrevoa as narrativas principais, mas ajudam a refletir sobre nosso presente a partir de outros cotidianos. Exemplo disso é o aumento de shopping centers e supermercados, as reformas neoliberais, entre outros.

Por este fato decidiu-se examinar os mercados municipais e suas lógicas. Que diferenças existem entre os dois espaços, e como são vivenciados por compradores? Como a experiência epistêmica que existe nos mercados municipais afeta como se constitui o espaço? Para responder estas perguntas, realizou-se uma etnografia de 4 (quatro) meses em que se entrevistou diferentes pessoas e suas famílias, que trabalham nas proximidades do mercado municipal denominado 7 de agosto. Além disso, realizou-se um grupo focal onde se reuniram 3 (três) gerações de uma família para falar sobre o que os mercados municipais significam para eles. Em seguida, apresentamos algumas reflexões gerais.

Mercados municipais e shoppings

Para perfilar os resultados em termos gerais, esta seção se centrará em descrever duas dimensões que foram importantes para os entrevistados. A primeira é o tratamento vendedor-cliente, onde se examina a interação e dinâmica entre as pessoas no mercado municipal. A segunda é a diferença entre os produtos vendidos nas lojas e os produtos vendidos nos mercados municipais.

Interações

O melhor exemplo neste caso para observar a lógica das interações, é observar o vídeo publicitário da Amazon Go (INTRODUCING, 2016). Um supermercado feito pela Amazon, onde, ao entrar, as pessoas identificam-se em uma máquina ao encostarem seus telefones móveis, e podem pegar qualquer item que desejem comprar, e, assim, deixar o local, já que diferentes câmeras detectam o que foi comprado. De forma em que se procura o menor contato para compra.

É importante observar a retórica que se movimenta nesses espaços. No vídeo promocional da Amazon Go, só aparecem 3 (três) empregados, um deles é uma mulher que está de costas, de forma que não é possível observar seu rosto, anulando qualquer hipótese de identificação de uma pessoa concreta. Os empregados restantes são dois homens brancos de meia idade, que não interagem em nenhum momento com os compradores. Perfeito para representar a neutralidade e não atrito, numa sociedade onde falar outras línguas ou ter outra cor de pele pode ser uma razão para discussão em shoppings ou lojas (DAYAL, 2019; GEORGE, 2018; MEJIA, 2018).

A experiência de ir à Amazon Go ou ir à lojas, para uma pessoa acostumada aos mercados municipais, não é muito diferente. Como tem estudado Martin Barbero (1987), e como foi comentado em algumas de nossas entrevistas, os trabalhadores das lojas nos mercados municipais são geralmente os donos. Por isso, o conhecimento do vendedor é muito mais profundo sobre os produtos, como sua qualidade e sua origem.

A experiência de compra é mediada pela procura de um vínculo com os compradores. Assim, mesmo os donos das lojas estão dispostos a iniciar uma conversa, e existem interações informais entre os diferentes vendedores e compradores. Em parte, devido às condições de trabalho ótimas. Alguns entrevistados comentaram que um vendedor do mercado municipal pode obter o mesmo salário ou até mais do que alguém com curso superior completo no país.

Em contraste, a interação é reduzida nos espaços como shoppings e mercados, onde os vendedores são empregados com condições salariais baixas e sem nenhuma relação com o processo, tornando o processo despersonalizado.

Finalmente, o hábito de pechinchar era visto como um exercício de humanização do processo de intercâmbio econômico. uma espécie de jogo que muitas vezes era vivenciado não só para obter menores preços, mas também pelo próprio costume. Os entrevistados se emocionaram ao comentar as dinâmicas próprias do exercício de pechinchar, tanto que, quem não entrava nessa dinâmica, era considerado como alguém que não conhecesse o mercado e estava alheio ao lugar.

Produtos

A qualidade padronizada dos produtos dos mercados e shoppings criam uma experiência de compra relativamente homogênea onde preços e qualidade teoricamente devem concordar. É fácil naturalizar as condições quase ideais de alguns produtos, em especial frutas e verduras, que ao passarem deste ponto considerado como ideal, serão descartados. No entanto, apesar da importância que algumas indústrias alimentícias colocaram no aspecto das frutas e verduras, isso nem sempre irá refletir a qualidade, e alguns estudos têm demonstrado que a aparência da mercadoria corresponde as lógicas de mercado visual e cosmetização, que aumentam o desperdício de alimentos (BERKENKAMP; NENNICH, 2015; GUNDERS; BLOOM, 2017).

Estes estudos afirmam a importância dos bancos de alimentos como forma de recuperar esses produtos, construindo um mercado alternativo de “produtos feios”. No entanto, estudos sobre distribuidoras de alimentos filantrópicas em Bogotá mostram que a construção desses lugares pode promover redes informais associadas a precarização laboral e podem não ser o melhor método para abordar esses problemas².

Os mercados municipais apresentam produtos em diferentes condições, muito mais variadas que os mercados ou shoppings. Existem frutas e verduras “esteticamente” feias, em estados diferentes de maturação e qualidades que não são comuns de se observar em outras distribuidoras de alimentos da cidade. As condições dos produtos são fundamentais para que seja um espaço de interação de pessoas em diferentes condições econômicas, já que todos os produtos são vendidos e seu preço é estabelecido a partir de suas qualidades. Isso faz com que não seja necessária a produção de uma rede de intercâmbio e distribuição independente como são os bancos de alimentos.

Uma das principais razões pelas quais os entrevistados preferem comprar nos mercados municipais é que podem encontrar frutas e verduras feias, mas saborosas. Por que os entrevistados preferem comprar produtos nestas condições? Ao encontrar uma fruta ou verdura cosmética, o processo para saber qual está em melhor estado ou não é mais fácil, quase à primeira vista. No entanto, ao lidar com produtos que visualmente podem não ser belos, todos os sentidos trabalham para saber se realmente estão em bom estado e saborosos. O tato e o aroma tornam-se muito mais relevantes, e, por isso, mesmo um simples pacote se torna um obstáculo neste procedimento.

Ao indagar a respeito da preferência por verduras feias, mas saborosas, os entrevistados deram duas razões; a primeira, é a cozinha tradicional colombiana. Alguns dos pratos precisam de uma especificidade do estado de maturação dos produtos, tanto que muitas pessoas afirmam que podem diferenciar entre um prato de comida feito com produtos mais tradicionais e comprado num mercado municipal e um prato feito com produtos comprados num mercado normal.

² ACOSTA, Oscar; BAEZ, Mauricio; BORDA, Mariana; PULIDO, Camilo. Constituyendo sujetos vulnerables: redes, jerarquías y distribución filantrópica de alimentos en Bogotá. [s. L.]. Artigo em preparação.

A segunda razão, e mais interessante, é o fato da Colômbia ser um país de exportação, que historicamente tem beneficiado as companhias estrangeiras frente a população³, as pessoas tendem a desconfiar dos produtos vendidos por estas companhias no país. Isto se observa em como os entrevistados consideram que, se essas frutas e verduras bonitas são principalmente produzidas para o exterior, se forem vendidas na Colômbia não terão a mesma qualidade das que serão exportadas.

Foi relevante essa informação no processo de pesquisa, visto que revelou a importância das qualidades secundárias numa geolocalização, e na constituição de relação centro e periferia para as pessoas entrevistadas. Estas ideias, que foram abordadas em outro ensaio, demonstram a relevância, para muitas pessoas em aprender a reconhecer e escolher as frutas e verduras como ferramenta para lidar com os efeitos de ser um país exportador, e um orgulho próprio no fato que esses produtos, que não são tão bonitos, são parte de sua alimentação⁴. Dessa maneira observamos a magnitude que tem o cheiro de uma fruta para localizar-se no mundo.

Dessa forma, observamos uma especialização muito característica, pode-se afirmar que não existe um espaço sem aromas, cores, ou sons concretos, em as pessoas necessitem de um processo de aprendizagem específico para adquirir produtos ou localizar-se. É necessário destacar o grau de injustiça epistêmica que se encontra na população que frequenta os mercados municipais, e que é reproduzido pelos próprios trabalhadores dos locais. Na classe média alta de Bogotá, circulam termos como “plazera” que significaria alguém que trabalha no mercado municipal, mas é utilizado de forma pejorativa para falar de uma mulher que eleva seu tom de voz. Outro exemplo disso são expressões como “No me saque el guacal”, que, no sentido literal, significa “não me tire o engradado”, utilizado para expressar que a outra pessoa está comportando-se inapropriadamente.

O surpreendente disso é que as mesmas pessoas que trabalham nos mercados ou perto dos mercados municipais reproduzem esses discursos. Muitos dos entrevistados afirmaram que preferiam que seus filhos ou netos interagissem com pessoas relacionadas às que trabalham nos shoppings ou supermercados, ao invés daquelas que trabalham nos mercados municipais. Além disso, muitos não passam aos filhos os conhecimentos que possuem de cozinha, escolha de produtos e pechinchamentos. Em sociedades hiper-aceleradas como a nossa, parece difícil dispor de tempo suficiente para escolher com calma quais produtos adquirir, conversar e pechinchar. De forma que diminui o interesse de muitos em manter essas práticas.

Processo de abordagem de apresentação da pesquisa. erros e vantagens

Ao perfilar a informação anteriormente obtida, o modo de apresentação dos resultados da pesquisa foi um dilema. Principalmente pela falta de recursos para participar de conferências ou espaços onde as pessoas estivessem interessadas no projeto na Colômbia. Além disso, existem certas dificuldades para demonstrar os espaços abordados de maneira escrita para aqueles que não são do sul global; as dinâmicas próprias desses locais são muito mais difíceis de narrar para uma pessoa da Noruega do que para alguém de origem grega. Isto é exacerbado pelas próprias características da produção acadêmica atual, no qual destaca-se o rol do paper frente a outros modos de escritura.

³ Dentro dos imaginários sociais mais vividos da Colômbia está a “masacre de la bananeiras”. Os diferentes obreiros que trabalhavam para united fruit company entraram em greve no ano 1928 em busca de novas condições laborais. A resposta do governo foi um massacre dos trabalhadores da greve o número de mortos oscila entre 28 e os 2000. (Jaramillo, 2019).

⁴ BAEZ, Mauricio. Traditional markets in Bogota, Colombia: how to locate in the world while you are smelling a fruit [s. L.]. Artigo em preparação.

Como José Santos Herceg (2012) têm examinado, o paper e suas lógicas geralmente são ligadas ao funcionamento acadêmico das ciências naturais, e muitas vezes se tornam ridículas suas prescrições dentro das ciências humanas. Neste caso, parecia que a própria forma sóbria da escritura do paper não era adequada para apresentar estes resultados. A partir deste panorama, decidiu-se fazer um vídeo-ensaio tentando resgatar humildemente as tradições do uso de ensaio na área de humanidades, um formato fundamental na região, e capturar certos modos narrativos atuais que partem da utilização de meios audiovisuais.

Em sociedades onde a imagem é tão fundamental, e continua-se pensando em termos de representação, existe uma necessidade de que o pensamento complexifique tais reflexões e permita nascer híbridos que atinjam as nossas sedimentações. O panorama atual não deixa de ser sugestivo para pensar em diferentes tipos de união entre ciências sociais e imagem. A constituição da pesquisa artística (*artistic research*) e *a/r/t/graphia* podem ser rotas importantes.

Devido ao baixo orçamentos da pesquisa, a única ferramenta ao alcance para fazer o vídeo ensaio foi um telefone Huawei ALE-L23 emprestado. Realizaram-se diferentes gravações dos mercados municipais e outros espaços de Bogotá. O argumento principal reflete sobre as possibilidades de pensar a formação do espaço por meio das denominadas qualidades secundárias, e como, a partir dessas cores e sabores, as pessoas se localizam de uma maneira que reconhecem as características concretas de produção e de possibilidades. Um exercício de localização diferente que nenhuma ferramenta como Google Maps pode reproduzir. O Resultado final é um vídeo que apresenta uma visão da paisagem urbana de Bogotá, enquanto uma voz em *off* e diferentes fragmentos de entrevistas compõem uma leitura particular do espaço urbano.

Como exercício de reflexão, o vídeo-ensaio foi uma oportunidade dinâmica para examinar as ideias iniciais deste trabalho de campo. Desta maneira, a retroalimentação própria da pesquisa a incrementou, já que a produção do vídeo-ensaio implicava percorrer os espaços estudados várias vezes, explorar quais imagens eram as mais representativas e a contínua observação das imagens gravadas na edição.

Em termos formais, o resultado não é o melhor. Ao ser principalmente feito sem equipamento profissional, o produto não tem a qualidade de imagem que esteja à altura das normas atuais a respeito da resolução, som e edição. Embora como cientistas sociais tenhamos uma forte formação na escrita, somos completamente amadores em diferentes formatos de produção que são próximos a nós e a população em geral, como é a imagem. Isto implica que seja difícil aproximar-nos desses formatos e trabalhar com eles.

Finalmente, no projeto faltou um estudo bibliográfico mais profundo sobre o tema. Isso se deve à dificuldade em encontrar literatura sobre os marcos epistêmicos independentes, e que valorizem as “qualidades secundárias” fora do âmbito das artes. Este vazio se observa no resultado final do projeto, e reforça a importância de estudos sobre esses temas.

Conclusão

No percorrer deste texto elenquei as características gerais de uma pesquisa independente sobre mercados municipais. Embora o projeto tenha tido dificuldades devido à temática e ao não conhecer com profundidade as linguagens visuais do instrumento de apresentação da pesquisa, considera-se que houve êxito, devido à sua recepção. A oportunidade de utilizar os mercados municipais como fonte de reflexão nos leva a observar importância de nos aprofundarmos em uma reflexão epistemológica fora dos marcos tradicionais. Isto é muito importante em sociedades como as latino-americanas, onde a população tem desenvolvido marcos epistêmicos profundos e operam fora dos padrões mais tradicionais em filosofia e psicologia.

Estes exercícios de reconhecimento são fundamentais devido à injustiça epistêmica vivida pelas pessoas que operam dentro desses marcos. A análise não somente nos permite apreciar sua relevância e precisão, mas também permite observar e criticar os marcos a partir de como nossas sociedades funcionam atualmente. Neste sentido, este artigo tem a finalidade de promover esse tipo de pesquisa a fim de obter um maior conhecimento e, a partir dele, produzir novas críticas.

Referências

ADAS, Michael. *Machines as the measure of men: science, technology, and ideologies of western dominance*. New York: Cornell University Press, 1990.

ALDER, Ken. *The measure of all things: the seven-year odyssey and hidden error that transformed the world*. New York: The Free Press, 2002.

BARBERO, Martin. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili, 1987.

BERKENKAMP, Joanne; NENNICH, Terry. *Beyond beauty: the opportunities and challenges of cosmetically imperfect produce*. Minnesota: National Good Food Network, 2015. 13 p. Disponível em: [http://www.ngfn.org/resources/ngfn-database/Beyond Beauty Grower Survey Results 052615.pdf](http://www.ngfn.org/resources/ngfn-database/Beyond_Beauty_Grower_Survey_Results_052615.pdf). Acesso em: 03 mar. 2020.

BOGOTA. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario. Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario. *Mejoramiento de la eficiencia del sistema de abastecimiento y seguridad alimentaria de Bogotá*. Bogotá: Secretaría de Desarrollo Económico, 2016.

CARNEGIE-WILLIAMS, Rosa. *Un año en los Andes, o, aventuras de una lady en Bogotá*. Bogotá: Academia de Historia de Bogotá, 1990. 158 p.

CASTIBLANCO, Andrés. Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad Paz-ando*, Bogotá, p. 123-132, 28 dez. 2012. Disponível em: <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/cpaz/article/view/7325/9041>. Acesso em: 16 fev. 2020.

CATRIE, Fierro; PONTORIERO, María. Entre Bachelard, Canguilhem y Popper: la epistemología de la psicología en la formación del psicólogo rioplatense ilustrada a partir de un estudio de caso. CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN, 5., 2015, Buenos Aires. *Memorias V Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata*. La Plata: Universidad de La Plata, 2015. p. 685-703. Disponível em: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.12298/ev.12298.pdf. Acesso em: 03 mar. 2020.

CORBIN, Alain. *The foul and the fragrant: odor and the french social imagination*. New York: Berg Publishers, 1986.

DAYAL, Mahira. *'I hope Trump deports you': customer threatens Puerto Rican woman for speaking spanish*. 2019. Disponível em: <https://www.yahoo.com/lifestyle/i-hope-trump-deports-you-customer-threatens-puerto-rican-woman-for-speaking-spanish-183528034.html>. Acesso em: 02 fev. 2020.

INTRODUCING Amazon Go and the world's most advanced shopping technology. [s.i]: Amazon, 2016. (1 min.), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NrmMk1Myrxc&t=33s>. Acesso em: 02 fev. 2020.

FINALY, Victoria. *Color: a natural history of the palette*. New York: Random House, 2003.

GARAVITO, Juan Pablo. *Los límites de la metafísica moderna del espacio*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2013.

GEORGE, Tom. *Man caught on camera hurling racial insults at spanish speakers*. 2018. Disponível em: <https://www.ktnv.com/news/man-caught-on-camera-hurling-racial-insults-at-spanish-speakers>. Acesso em: 03 fev. 2020.

GONZÁLEZ, Catalina. Secularización e infinito en Pascal y Kant. *Con-Textos Kantianos. International Journal of Philosophy*, [s.l.], n. 5, p. 296-315, jun. 2017. Disponível em: <https://www.con-textoskantianos.net/index.php/revista/article/view/234/258>. Acesso em: 07 mar. 2020.

GUNDERS, Dana; BLOOM, Jonathan. *Waste: how america is losing up to 40% of its food from farms to fork to landfill*. 2. ed. New York: Nrdc, 2017. 58 p. Disponível em: <https://www.nrdc.org/sites/default/files/wasted-2017-executive-summary.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2020.

HERCEG, José Santos. Tiranía del paper: imposición institucional de un tipo discursivo. *Revista Chilena de Literatura*, Santiago de Chile, v. 1, n. 82, p. 197-217, nov. 2012.

HOLTON, Isaac. *La Nueva Granada, veinte meses en los Andes*. Bogotá: Ediciones del Banco de La República, 1981. 635 p.

JARAMILLO, José Abelardo Díaz. Los trabajos de la memoria: la masacre de las bananeras y los sectores subalternos en Colombia, 1929-2008. *Trashumante*, Medellín, v. 1, n. 13, p. 30-54, 2019.

KOYRÉ, Alexandre. *Del mundo cerrado al universo infinito*. Madrid: XXI Editores, 1979.

LOCKE, John. *Ensayo sobre el entendimiento humano*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica., 2005.

MARKS, Laura U. Thinking multisensory culture. *Paragraph*, Edimburgo, p. 123-137, jul. 2008.

MCMULLEN, Linda. Teaching qualitative inquiry as a stand-alone course: affordances and interrogations. *Qualitative Psychology*, [s.l.], p. 228-242, 2018.

MEJIA, Brittny. 'You need to speak english': encounters in viral videos show Spanish is still polarizing in the U.S. 2018. Disponível em: <https://www.latimes.com/local/california/la-me-ln-speak-english-20180528-story.html>. Acesso em: 22 nov. 2019.

MERSCH, Dieter. *Epistemologies of aesthetics*. Zurich-Berlin: Diaphanes, 2015.

RAMÍREZ, William García. *Plaza central de mercado de Bogotá: las variaciones de un paradigma, 1849-1953*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2017. 346 p.