

OS MERCADOS PÚBLICOS: METAMORFOSES DE UM ESPAÇO NA HISTÓRIA URBANA¹

SILVANA MARIA PINTAUDI

Departamento de Planejamento
Universidade Estadual Paulista
Pesquisadora do CNPq
observatorio@rc.unesp.br

RESUMO

As formas espaciais (estrutura e função incluídas) têm uma duração no tempo e o seu movimento requer permanente reinterpretação. A história como método aplicado ao estudo do tema dos mercados públicos remete-nos à análise dessa forma espacial e sua gênese, não sem considerar a definição que a cada momento a sociedade lhe atribuiu. Os mercados públicos constituem-se em uma das primeiras formas que marcam a separação homem/natureza, ou seja, do momento em que o homem deixa de produzir sua própria existência, anunciando outros ritmos para o tempo/espaço social, através da troca de produtos. Para justificar a importância desse método para a Geografia, tomaremos como exemplo os mercados públicos em diferentes metrópoles: Barcelona, Paris e São Paulo. As metamorfoses constatadas em cada um dos mercados públicos existentes nessas metrópoles revelam a adaptação às diferentes racionalidades da produção social do espaço urbano.

PALAVRAS-CHAVE: Espaço urbano. Mercados públicos. Formas espaciais. Geografia histórica. Método.

PUBLIC MARKETS: THEIR CHANGES IN THE COURSE OF URBAN HISTORY

ABSTRACT

The space forms (including structures and function) last for a determinate time and its movement requests permanent reinterpretation. Through the historical geography as a method to study the public markets theme lead us to the investigation of this space form and its genesis, not leaving behind the definition that society has attributed to it in different moments of history. The public markets are one of the first forms that become the man/nature separation noted, in other words, from the moment that man stops producing its own existence, announcing other rhythms for the social time/space,

¹ Este trabalho é resultado de uma pesquisa realizada com o apoio do CNPq (www.cnpq.br).

through the products trade. To validate that method importance for geography, we will take as example the public markets in different metropolises: Barcelona, Paris and São Paulo. The metamorphoses verified in each one of the public markets in those metropolises reveal its adaptation to the different rationalities of the social production of the urban space.

KEY-WORDS: Urban space. Public markets. Space forms. Historical geography. Method.

FORMAS E METAMORFOSES DO ESPAÇO

Tudo é forma, até a própria vida.
Balzac

A presença do mercado público na cidade ou fora de seus muros (quando eles existiam), seja de forma temporária ou perene, nunca foi questionada como local de abastecimento de produtos, enquanto, em diferentes sociedades, perdurou o costume de ali realizarem as trocas necessárias à reprodução da vida. O questionamento dessa forma emerge, justamente quando ela passa a se desfazer, quando ela chega aos limites de sua existência enquanto forma (incluída sua estrutura e função) reconhecida e apropriada socialmente para a reprodução da sociedade. Quando esse costume sofre uma ruptura com a presença de outras formas de abastecimento, mais modernas, surgem como possibilidades a metamorfose do mercado público, que passa a ser apropriado como lugar “tradicional”, onde se pretende produzir uma “identidade” para a sociedade, ou então o desaparecimento dessa forma da paisagem urbana e, conseqüentemente, do imaginário. Essas possibilidades concretizam-se como tendências já que nada se efetua de modo pleno.

Pensar o espaço, suas formas e metamorfoses, na perspectiva da geografia crítica, requer, necessariamente, a inscrição dessa forma espacial na duração do tempo o que, em outras palavras, significa compreender a permanência da forma no tempo, a sua reprodução enquanto forma na duração.

A Geografia, que não independe de outras disciplinas, sempre se apresentou unida à História que, por sua vez, é polidisciplinar e multidimensional, segundo Morin (2001). Mas aqui não estamos nos referindo aos fatos, às evidências e ao seu encadeamento no tempo, mas ao método histórico. Como o método histórico pode nos auxiliar a organizar o saber geográfico? Não se trata de conseguir um acúmulo de dados, no

caso, históricos, sobre a questão a ser analisada, mas ter princípio de seleção e organização que faça sentido, como escreveu Morin (2002, p.21). E principalmente, que permita a compreensão da condição humana, para o que a religação dos saberes é fundamental como o citado autor aponta em várias de suas obras. Isso não significa que a Geografia seria assimilada pela História. Não se trata disso, mas antes do uso do método histórico. Conforme a proposta feita por Lefèbvre (1978, p.71), refere-se aqui ao método histórico-genético que, partindo da descrição, seguida da análise regressiva da realidade, permite chegar a um terceiro momento (histórico-genético) quando se “regressa ao atual precedentemente descrito, para reencontrar o presente, mas elucidado e compreendido: explicado”. A historicidade sem historicismo, conforme o autor, permite “conceber uma história do espaço (social), do tempo (social) e destaca que:

a *forma* em geral e as *formas* particulares engendradas no decurso do tempo (histórico) tomaram uma existência (social e prática) ainda mal compreendidas: às vezes abstrata, quase “irreal” e no entanto concretamente “real” – às vezes relativa (composta de relações) e ativa, suscitando conteúdos transversais estimulando “outra coisa” (1986, p.43).

Ainda nesse âmbito, é necessário lembrar com as palavras de Focillon que:

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 (1996, p.22/23).

Embora este último autor esteja se reportando à obra de arte, não é difícil estabelecer relação com a produção do espaço que se materializa em forma, estrutura e função. Ele mesmo afirma que ‘como o espaço da vida, o espaço da arte não é sua própria figura esquemática, sua abreviação justamente calculada’. Embora um não seja o outro, ambos são formas.

Para existir no tempo, uma forma precisa, necessariamente, resistir, ter sentido, se transformar ao mesmo tempo em que cria raízes. Como reconhecer então os mercados públicos no presente e as possibilidades de seu devir enquanto espaço de trocas, no mundo de hoje, quando vivemos uma privação geral de sentido que se constituiria na única possibilidade de continuar criando raízes? Essa falta de reprodução de raízes no espaço, e,

portanto, de duração no tempo longo, não significa uma ameaça no futuro imediato? O tempo, ao contrário do espaço, não é reversível: passado, presente e futuro são momentos, enquanto altura, largura e profundidade são dimensões, embora ambos sejam propriedades da matéria e por essa razão se atravessam. Neste ponto é preciso nos remeter aos exemplos.

A escolha do "mercado público" como tema exemplar da presente análise para reafirmar o método histórico-genético como necessário no estudo das formas produzidas socialmente, não advém de qualquer nostalgia referente a este espaço, mas da necessidade de compreender, uma forma que só 'permaneceu no tempo' metamorfoseada.

O mercado público é forma de intercâmbio de produtos encontrada em cidades da antiguidade e se hoje tem continuidade no espaço, isto certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas. Todas as culturas adotaram essa forma de troca de produtos e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca com certa freqüência, do deslocamento possível nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência. Em Roma, no *fórum* do imperador Trajano, funcionou um mercado, a partir de 113 d.C, que dispunha de 150 lojas, distribuídas em cinco andares. Roma tinha então, aproximadamente, um milhão de habitantes e era o centro do império que naquele momento se encontrava com a sua maior extensão.

Muitos dos mercados tiveram sua gênese nas feiras que terminaram perpetuando-se, materializando-se em construções porque a reprodução da vida na cidade e/ou região necessitava de um contínuo suprimento de víveres. A partir do século XIX, momento em que as comunicações a maiores distâncias se tornam mais corriqueiras, através de ferrovias, os locais de vendas sofrem alterações significativas através da concentração e centralização do capital privado, principalmente. Até então, nas cidades, os mercados eram os locais importantes para o abastecimento de toda a sorte de produtos, já que concentravam espacialmente a atividade, além do que significavam momentos de trocas não materiais que 'abasteciam' outras esferas da vida em sociedade. Vejamos a seguir os exemplos escolhidos.

OS MERCADOS PÚBLICOS EM BARCELONA, PARIS E SÃO PAULO

*Ao chegar a uma nova cidade,
o viajante reencontra um passado que não lembrava existir:
a surpresa daquilo que você deixou de ser ou deixou de possuir
revela-se nos lugares estranhos, não nos conhecidos.
Ítalo Calvino*

Nosso interesse em um olhar mais atento para os mercados públicos surgiu depois de pesquisas realizadas com espaços de vendas a varejo que, a partir de meados do século XX, rompem com a estrutura comercial que até então se desenvolvia em metrópoles. Refiro-me, neste ponto, principalmente, aos supermercados, hipermercados e *shopping-centers*, uma temática que nos levou a observar formas semelhantes em outros países e a inevitáveis cotejos, particularmente nas cidades de Barcelona e Paris. Foi com base em levantamentos *in loco* e bibliográficos que elaboramos as descrições e comentários que seguem. Nossa retrospectiva vai procurar mostrar as condições espaciais e temporais que, em cada cidade, foram dando lugar à forma 'mercado público'², ou seja, foram reproduzindo [ou não] essa forma no tempo.

A cidade medieval no ocidente, de um modo geral, não dispunha de lugar fixo para as atividades de troca de produtos, que eram desenvolvidas em todas as suas ruas e praças. O andar pelas ruas era dificultado porque os comerciantes dispunham seus produtos de troca, os artesãos colocavam ali suas bancadas de trabalho, enfim, as atividades profissionais geralmente não se desenvolviam dentro das moradias que eram pequenas e sem iluminação. Com o tempo, foi se desenhando uma separação das atividades e os pesquisadores apontam os açougueiros como sendo os primeiros a serem isolados dos demais, porque sua atividade poluía muito o ambiente, com detritos e mau cheiro. Segundo consta, separaram-se dos sapateiros que eram os artesãos que aproveitavam o couro do animal para as suas confecções. A concentração de especialidades artesanais em determinadas ruas da cidade pode ser constatada, ainda hoje, em várias cidades europeias que mantêm na toponímia de ruas do seu núcleo antigo as diferentes atividades exercidas no local. As cidades de Barcelona e Paris apresentam, nos respectivos centros históricos, muitos exemplos dessa natureza. No caso de São Paulo, a toponímia ainda guarda a Rua da Quitanda no seu centro antigo.

Ao final do século XV, com o desenvolvimento que as cidades europeias vão atingindo, são construídos matadouros e pórticos públicos

² Chamamos a atenção para o fato de que a noção de público que hoje temos não é a mesma que se tinha então, porém não nos deteremos nesta matéria neste trabalho.

(*loggia*). Os primeiros porque a atividade de açougueiro provocava muito transtorno na malha urbana (mau cheiro e sujeira) e precisavam ser afastados dela; estabeleceram-se, quando possível, junto ao mar (caso do matadouro de San Sebastián – Espanha) ou, mais frequentemente, de rios que levavam os detritos para longe. Quanto aos pórticos públicos ou centros de armazenamento, como o nome já diz, eram locais onde se guardavam as mercadorias a serem trocadas. O local mais importante, contudo, era o do mercado, onde se realizava a maior parte das transações comerciais (ARIZAGA BOLUMBURU, 1990, p.189). Como afirmamos anteriormente, a princípio esse local não era fixo, mas com o tempo, a implantação do mercado diário, fez com que fossem escolhidos espaços mais amplos para a realização das transações, coisa que as cidades européias durante a Idade Média não dispunham, pois no interior das muralhas o espaço era muito exíguo e consegui-lo significaria demolição de espaços ocupados por moradias. Assim, antes de se tornar perene o mercado era realizado em praças, no mesmo local que, em outro momento, se desenrolava a festa ou a execução de sentenças.

Para Munford (1982, p.84), o que faz com que o mercado tenha:

[...] um lugar permanente na cidade é uma população suficientemente grande para oferecer um bom meio de vida a mercadores que têm ligações distantes e produtos caros, e suficiente produtividade local para permitir que os excedentes das oficinas urbanas sejam oferecidos à venda em geral.

Barcelona, na região da Catalunha (Espanha), foi uma das cidades que desde a época do Império Romano, quando era denominada *Faventia Julia Augusta Paterna Barcino*, soube administrar uma rede de trocas que, com o tempo, lhe conferiu o estatuto de cidade. É preciso destacar que essa cidade era também um *portus*, noção que desde logo encerra a idéia de um local mais permanente que outros, dado o fato de que era “comunque attrezzato con punti di sbarco dove si accumulano merci destinate a essere trasportate più lontano [...] é una piazza permanente (CALABI, 1993, p. 30)”.

Portanto, essa cidade tinha, então, alguns requisitos importantes para se constituir num centro de trocas de mercadorias, de informação, financeiro, de modelos culturais e artísticos, sem falar das outras funções que desde logo estão presentes nas cidades como a administrativa, educacional e religiosa (CALABI, 1993, p.30).

O mercado público foi, desde os primórdios do capitalismo, uma forma de centralizar o comércio num determinado lugar, o que facilitava o controle

sobre as trocas de mercadorias que ali se efetuavam, como também sobre as fontes abastecedoras de produtos. Sobre este último aspecto, Le Goff (1992, p.75) ao lembrar do caso de Flandres, observa que:

para se alimentar, as grandes cidades deviam tanto mais assegurar o controle das fontes de abastecimento de cereais quanto queriam também proteger-se da alta dos preços dos grãos fornecidos pelas pequenas aglomerações regionais nos casos freqüentes de penúria.

Além disso, na Idade Média, o comércio a longa distância, entre as cidades e regiões agrícolas, sempre ameaçado por ladrões, teve a proteção dos senhores feudais e da igreja que:

establecían medidas de seguridad, como el *Usatge camini et stratae*, que data del siglo XI. Así favorecían la habilitación de espacios de intercambios especializados, de los cuales obtenían sustanciosos beneficios fiscales. Es así como aparecen, en días fijos, los mercados de toda Catalunya (PROVANSAL; LEVCK, 1992, p.198).

Por outra parte, as cidades estavam protegidas por muralhas, o que fazia com que o comerciante tivesse que pagar o direito de entrada na cidade para vender as suas mercadorias. Isso fez com que muitos mercados se instalassem junto das muralhas, ou seja, fora dos muros, mas próximos ao núcleo urbano, nele não ocupando um lugar central. Hoje, com o crescimento das cidades esses mercados se tornaram centrais. Na cidade de Barcelona, o primeiro mercado instalou-se fora da muralha romana. Trata-se de um mercado que se realizava na *Plaza Del Angel*, quando ao final do século X a cidade começa a ser reconstruída após a ocupação árabe³. Com o tempo, ao redor desse local, emergiu toda uma população dedicada ao comércio, conhecida como *la vila nova del mercadal*. Em fins do século XII, esse mercado tornou-se insuficiente, mesmo porque ao longo do tempo foi se especializando no abastecimento de trigo, *la plaça del blat*, produto que a cidade de Barcelona distribuía para toda a Catalunha.

Começaram, pouco a pouco, a aparecer outros locais, igualmente situados fora das muralhas da cidade, como é o caso do mercado de *el Born*, lugar onde também se realizavam os torneios denominados 'justas' e festas religiosas. Tratava-se de um espaço com múltiplos usos, sem qualquer construção perene. A toponímia das ruas ao redor do *paseo el Born* guarda a lembrança das atividades que aí eram desenvolvidas.

³ Os dados sobre a cidade de Barcelona foram extraídos do livro de Danielle Provansal e Melba Levick *Els mercats de Barcelona* (1992) e complementados com informações do Prof. Dr. Carles Carreras y Verdaguer durante uma excursão pelo casco antigo daquela cidade.

Outro mercado importante que se constitui no século XIII, e que ainda permanece em seu local original, é o da *Boqueria*. Situado junto à segunda muralha da cidade, desde 1217, aí se vendiam frutas e verduras. Próximas ao lugar, na *rambla*, naquele mesmo século, surgem as vendedoras de flores que acabaram se perpetuando em quiosques a partir do século XVI. Em meados do século XIX esse mercado foi edificado, tornando-se coberto e ocupando também o lugar de um antigo convento de carmelitas e uma capela, incendiadas em 1835, que se encontravam bem junto da antiga praça. Desde 1837, algumas barracas passaram a se instalar no local que foi solicitado pela municipalidade junto ao Estado, já que a zona eclesiástica pertencia às terras públicas (política de desamortização). Em 1842, uma expropriação de quatro casas se fez necessária para a ampliação do local de vendas. Hoje, a superfície desse mercado atinge os 13.631 m², dos quais 11.919 são construídos – trata-se do maior mercado da Espanha, hoje muito freqüentado e central.

Com o funcionamento desses mercados, o poder público foi despertado para o exercício de um maior controle de vendas, de produtos e de vendedores. Sobre estes últimos, sabe-se que eram de três categorias, a saber: 1) os cidadãos que tinham hortas; 2) os agricultores de fora da cidade; e 3) os revendedores. Os primeiros tinham total liberdade de vendas, inclusive para utilizar empregados para tal fim. Quanto aos agricultores, sabe-se que não podiam negociar com revendedores, exceto a fruta seca.

Quanto à organização interna do espaço do mercado, havia designação de locais para vender frutas, verduras, peixe, carnes, salsicharia, o que não quer dizer que não existiam aqueles que burlavam esta e outras regulamentações que foram sendo criadas durante todos estes séculos, com o objetivo principal de evitar que os preços se elevassem demasiadamente com o respectivo açambarcamento de produtos por parte de um pequeno número de comerciantes.

Considera-se que houve uma progressiva especialização e sedentarismo por parte dos comerciantes, fazendo com que crescessem os intermediários (separando cada vez mais, definitivamente, a atividade mercantil do pequeno produtor agrícola). Pode-se observar, nesse longo tempo histórico, que houve um crescimento da oferta de produtos com as melhorias na circulação que por sua vez repercutiram novamente na organização do comércio, fazendo surgir, por volta do século XVI, locais mais apropriados, cobertos e especiais - pontos fixos de comerciantes em mercados (plazas) - que aí também armazenam suas mercadorias.

Cumprе salientar que o lugar em que o mercado se estabelece definitivamente, coberto, cotidiano, só se dá com a separação de outras atividades que os habitantes da cidade aí realizavam (festas, execuções, torneios etc.). É o momento em que se instala uma concepção burguesa de espaço, que os separa segundo as funções a que se destinam⁴. E aqui constatamos uma ruptura. O primeiro mercado coberto de Barcelona, e assim concebido, é o de Santa Caterina, data do século XIX e foi implantado sobre antigos terrenos eclesiásticos, tomando o nome do convento e da Igreja, anteriormente aí existentes. É o momento em que o ferro passou a ser usado na construção de edifícios. Localizou-se no centro antigo da cidade. Concebido para vender no atacado, foi inaugurado em 1848 com 208 locais de venda para frutas, verduras, cereais, peixe, alimentos importados, carnes, aves, vendendo a varejo já que a idéia inicial não vingou. Depois desse mercado, em 1876 se conclui a construção de um outro mercado coberto perto da *Plaça del Born*, que possuía um mercado desde a Idade Média, ao qual já nos reportamos. No início do século XX, este mercado se especializa em verduras e frutas, mas fecha suas portas em 1971 com a abertura do Mercabarna (destinado a ser o grande mercado público e situado mais afastado do centro histórico da cidade). Contudo, o espaço não foi destruído, pois ocorreu uma mobilização popular que fez com que ele fosse destinado a atividades culturais tendo em vista as reformas que se fizeram no seu entorno. Os demais mercados de Barcelona - Sant Antoni (1882), la Barceloneta (1884), la Concepció (1888), de Hostafrancs (1888), del Clot (1889), del Poblenou (1889), de Abaceria (1892) - são importantes componentes para a estruturação de bairros destinados à habitação e servem de modelo para a constituição de outros novos, onde a primeira reivindicação dos habitantes era a '*plaza*'. Assim, outros foram aparecendo na cidade, Sarrià (1911), Sant Gervasi (1912), Sants (1913), Sant Andreu (1923), Minot (1933). Alguns mercados, hoje integrantes do sistema de distribuição de gêneros alimentícios de Barcelona, foram criados, no entanto, quando os povoados em que se situavam não haviam sido unidos pelo *Eixample*.⁵ Durante a segunda metade do século passado, são construídos outros tantos mercados em Barcelona, em diferentes bairros e esse crescimento só diminui no final dos anos setenta.

⁴ Sobre esse assunto ver Witold Rybczynski, *Casa - pequena história de uma idéia*, publicado no Rio de Janeiro pela editora Record no ano de 1996.

⁵ Plano de Cerdà para unir Barcelona a núcleos urbanos próximos, cuja implantação se deu a partir de 1860.

Para Barcelona, com mais de um milhão e meio de habitantes (2005), os mercados representam importantes centros de abastecimento, embora hoje não se constituam em exclusividade, dadas outras formas de vendas a varejo de produtos alimentícios, que também envolvem concentração espacial. Para uma parte expressiva do abastecimento de alimentos desses mercados, contribuiu a existência de mercados especializados - Mercabarna - que reorganizou a distribuição das compras por atacado. Desta central de abastecimento saem frutas (49,6%), peixe (45%), hortaliças (48,6%), mariscos (17%), carne (18,3%), o que significa que os intermediários estão presentes na distribuição, cobrindo os percentuais restantes.

Hoje, Barcelona conta com 41 mercados municipais que juntos perfazem 162.692 m², que abrigam 40% dos comerciantes de gêneros alimentícios. Porém, o mais importante, é que 70% da população, habitualmente, vai ao mercado. Entendemos que no caso específico dessa cidade, a paulatina constituição de mercados em bairros novos, permitiu que o sistema se mantivesse como uma forma de abastecimento muito importante para os consumidores. O fato deles aí se abastecerem fez com que a forma espacial tivesse uma permanência no tempo, mantendo a mesma atividade para a qual foi construída desde o início.

Vejamos agora o caso da cidade de Paris⁶. Como Barcelona, ela também foi uma importante cidade romana e, se não teve um grande mercado logo de início, foi importante entreposto onde se armazenava trigo e se guardavam rebanhos. O primeiro mercado do qual se tem notícia é o 'marché Palu', situado na 'place de Grève' [hoje Place de l'Hôtel de Ville, em frente ao local onde hoje se encontra o 'Hôtel de Ville' que, por sua vez, era o local onde existia uma "corporação de comerciantes da água à qual era conferido o privilégio dos transportes fluviais" (Paris, Guides Bleues, 1994, p. 314)]. e próximo ao Porto de Grève, na margem direita do Rio Sena, para onde a cidade se expandia. Porém, no século XII, Luís VI, o Grande, encontra os mercados pequenos para o crescimento da cidade, e implanta, em 1137, um mercado ao ar livre, junto ao local onde depois seria construído Les Halles. A situação era boa, já que se encontrava numa espécie de entroncamento, ou seja, estava próximo da via que ligava Paris às províncias do Norte (Rue Sant-Denis), dos caminhos que levavam à

⁶ Os dados sobre Paris mencionados aqui têm como fontes principais: Pierre-François Large. *Des Halles au Forum - métamorphoses au coeur de Paris*. Paris, l'Harmattan, 1992 e a revista *Paris Projet*, n. 25-26, Paris, APUR, 1985, que dedicou o número a - *achevment d'un projet*, complementadas com excursões pelo casco antigo da cidade.

Mancha e de terras que estavam sendo cultivadas. Ao final do século XII, Filipe Augusto (filho de Luís VI), introduz melhorias no mercado:

construction de deux bâtiments fermés pour abriter les marchandises, aménagement 'un espace en plein air affecté au blé, édification d'une enceinte qui entoure l'ensemble du marché... Quelques années plus tard, un nouveau rempart est construit, et le marché se trouve alors englobé dans cette enceinte, "intra-muros" (LARGE, 1992, p.18).

Les Halles, que funcionava três dias por semana, prospera durante todo o século seguinte, atraindo para o seu entorno, comerciantes que trabalhavam com gêneros que aí eram vendidos; hoje, a toponímia das ruas de seu entorno ainda guarda alguns deles, tais como: *Rue berger*, *Rue de la ferronnerie*, *Rue coquillère*.

Até o século XVI, com François I^{er}, o conjunto não sofre grandes modificações. Além da Igreja de Sant-Eustache, iniciada em 1532, les Halles é reformado com o objetivo de sanear o lugar. Entre 1543 e 1572, as construções existentes são demolidas e edifícios mais uniformes são construídos. Neste momento de crescimento da população, outros mercados aparecem em Paris, como é o caso daquele existente na *Rue Mouffetard*, que até hoje mantém o mercado ao ar livre. Porém, no século XVIII, a área ocupada pelo mercado parisiense já é insuficiente e a circulação acha-se comprometida. Isso faz com que novas reformas sejam encaminhadas para acomodar melhor a função do mercado. Neste momento, além de algumas demolições, no cemitério dos Innocents também é feita uma exumação. Datado da época dos romanos, esse cemitério é alvo dos higienistas que deploravam o fato de estar próximo de um local onde eram vendidos gêneros alimentícios: as cidades tem no seu coração "*un abcès purulent qui'il faudra débrider par une chirurgie radicale*" segundo Henri Lavedan (apud LARGE, 1992, p.28). Por volta de 1780, o cemitério é fechado.

Já no século XIX, novas ampliações são realizadas. As expropriações e a demolição têm início em 1847, mas os trabalhos são interrompidos pela Revolução de 1848 e retomados sob o II Império, em 1851. Haussmann, então teve um papel importante na decisão da construção do novo Halles em ferro e vidro. A partir de então, o local foi motivo de admiração, tendo-se transformado praticamente num monumento, atraindo, inclusive, os olhares daqueles que ali estavam como turistas.

Conforme LARGE (1992, p. 31), outros mercados são construídos em Paris nesta mesma época, a saber: Secrétan (1860) e Sant-Quentin (1866) existentes ainda hoje; outros foram reformados, como é o caso do mercado do Temple (1863-1865), Saint-Didier (1867), Montmartre (1868), Japy

(1870). A renovação da cidade de Paris leva à demolição muitos outros mercados, que são anteriores a les Halles. Nenhum deles, contudo, coloca em questão a primazia deste último, imitado por toda pequena cidade francesa, que também quer possuir o seu mercado com estruturas metálicas que, então, se multiplicam a partir de meados do século XIX. Emile Zola soube imprimir em *Le ventre de Paris*, toda a importância desse lugar e é compreensível a multiplicação que ele engendrou.

O mercado Les Halles, contudo, não resistiu às transformações da cidade de Paris e em 1959 o governo toma a decisão de transferi-lo para Rungis, para onde só se muda dez anos depois, em 1969. A demolição do mercado tem início em 1971 e em 1979 é inaugurado, no local, o Forum Les Halles, um complexo projeto (que envolve construção de moradias, escritórios, comércios (na forma de um shopping-center, hotel e equipamentos públicos que abrigam programas culturais, esportivos, sociais e escolares) e que envolveu não apenas o espaço do próprio mercado, mas também bairros no seu entorno que foram revalorizados. A mudança não foi só física, mas também de conteúdo. Uma entrevista, realizada por um dos canais da televisão brasileira a dois jovens parisienses que passeavam como turistas no Mercado Central de São Paulo, pode nos confirmar isso: eles expressaram a sua pena por “não ter nada assim em Paris”, mostrando com clareza que, ao ser extirpado da paisagem urbana, Les Halles deixou de fazer parte do imaginário. Talvez ele ainda apareça em algum cartão postal, que é uma forma de reencontrar o passado.

Os dois casos apontados, Barcelona e Paris, parecem nos ajudar a compreender que o lugar do mercado está entre aqueles que se adaptam às diferentes racionalidades da divisão social do espaço urbano. De espaço periférico, quando servia ao abastecimento de pequenas cidades, sem se deslocar, o mercado passou a ocupar um lugar central na malha urbana com o crescimento do número de seus habitantes (esse modelo é repetido na maior parte das cidades), chegando até o século XX. Neste século, essa forma fica submetida às leis do mercado, com resultados diferentes. No caso de Barcelona, os mercados foram mantidos e incorporados ao novo estilo de vida que se impõe no decurso do século XX, particularmente na segunda metade. Além do mais, as dimensões físicas dos mercados não gerando um tráfego incompatível com a circulação local, dado que serviam ao abastecimento de bairros da cidade, permitiu que fossem mantidos, articulando-se com um mercado central atacadista (situado mais distante da área central da cidade), como também com os demais estabelecimentos de vendas de gêneros alimentícios. No caso de Paris, houve uma concentração

muito grande de transações comerciais no mesmo mercado, Les Halles, e o crescimento da cidade já não mais comportava aquele espaço como o principal lugar de abastecimento de gêneros alimentícios; a circulação tornou-se impraticável e o lugar sucumbiu à implantação de uma nova centralidade, com novas funções para o lugar.

O mercado é um lugar de troca, de circulação e a facilidade de acesso viário para o abastecimento, que mantém sua função viva, implica uma estratégia espacial. Quando essa tática deixa de funcionar, torna-se impossível manter a função no lugar.

Vejamos agora o caso brasileiro, em especial o paulista. Embora haja uma grande diferença temporal, no que respeita à constituição das cidades anteriormente citadas, em São Paulo a implantação do sistema de mercados para o abastecimento da população apresenta muitas semelhanças com os exemplos que vimos acima.

Apesar de ter sido fundada em 1554, São Paulo é intitulada cidade no século XIX, apoiada na atividade comercial que, a partir do final do século XVIII, vinha paulatina e modestamente se desenvolvendo. Tratava-se de um comércio de longa distância com o Rio de Janeiro, algumas cidades do Brasil Meridional e do Centro-Oeste e os percursos eram realizados através de rios ou em estradas muito ruins percorridas em lombo de burro ou a cavalo. O abastecimento interno da cidade era bastante precário e foi só no decurso do século XIX que se obteve certa melhora em relação ao fornecimento de gêneros alimentícios.

A partir de meados do século XIX, a cidade de São Paulo passou a crescer em número de habitantes e expandir-se territorialmente. Em 1860, a população chega a 27.900 pessoas - uma pequena cidade, cuja vida gravitava ao redor da Faculdade de Direito, fundada em 1827. O principal setor econômico era o comercial, dado o fato de ser uma cidade que articulava o comércio de produtos agrícolas (cana-de-açúcar e café) provenientes do interior do Estado para serem exportados através do porto de Santos. Foram três os fatores que se combinaram e permitiram o crescimento dessa cidade, a saber: a expansão das lavouras de café no Estado de São Paulo, a construção das estradas de ferro e a migração européia (ASSOCIAÇÃO DOS GEÓGRAFOS BRASILEIROS, 1958, vol.II, p. 67). Foi a partir da conjugação desses fatores internos que, combinados a outros de natureza externa, se configuraram as bases de seu crescimento exponencial no século XX.

No último quartel do século XIX, teve início um processo de industrialização no Brasil, que teve sua gênese na cidade de São Paulo e foi sustentado pelo processo de acumulação proporcionado pelas lavouras de

café. A cidade de São Paulo desenha-se nesse momento. Nela, o primeiro mercado regular estabeleceu-se no século XVIII, quando foram construídas as “casinhas” que vendiam produtos alimentícios não perecíveis como arroz, milho, farinha, carne-seca, entre outros, e as “quitandas”, pequenas barracas onde se vendiam gêneros perecíveis, como legumes e frutas que demandavam um consumo imediato. Era nesses locais que os produtores dos arredores vinham oferecer as suas mercadorias e, para lembrar esse fato, só nos resta hoje o nome da rua (Rua da Quitanda), localizada no centro antigo da cidade. Mas, para que se possa ter uma idéia, em 1794, São Paulo tinha 9.359 habitantes (ASSOCIAÇÃO DOS GEÓGRAFOS BRASILEIROS, 1958, vol. II). Em meados do século XIX, o comércio da cidade apresentava-se ainda bastante restrito a esse antigo núcleo da cidade e apenas a partir das décadas de 1870 e 1880, com a chegada dos imigrantes europeus, tem início uma mudança no centro, onde os antigos gêneros alimentícios cedem lugar a produtos mais elaborados e serviços.

Müller (1958, p. 131) relata que:

Com a inauguração do *Mercado Municipal*, então localizado no fim da atual Rua General Carneiro (1860), e do Mercado São João, na atual Praça do Correio (1890), a rua das Casinhas foi, aos poucos, perdendo seus comerciantes; concomitantemente, a função residencial das velhas ruas do Centro foi desaparecendo, em benefício de novas atividades ali instaladas.

Até o início do século XX, o comércio restringiu-se ao local onde a cidade foi fundada e o chamado Triângulo, formado pelas ruas Direita, São Bento e Álvares Penteado. O comércio atacadista também se localizava junto à área central da cidade. O primeiro mercado municipal foi construído próximo ao Rio Tamanduateí (hoje canalizado), pelo qual chegavam produtos para o abastecimento da cidade, através de pequenas embarcações. O crescimento da cidade, dadas as condições sociais existentes, impunha o seu ritmo e as dimensões, e o mercado central o acompanha até o início do século, transferindo-se em 1933 para o local em que se encontra hoje. Do ponto de vista da localização inicial, esse mercado também se situou junto à cidade, porém não em sua área principal, mas, com o crescimento populacional e a expansão territorial da cidade, hoje ele desfruta de uma localização central.

Atualmente, apesar de não ter mais o mesmo peso relativo à atividade que exercia para a cidade, esse mercado permanece por algumas razões. Em primeiro lugar, porque a pressão por espaços no centro da cidade para serem valorizados de acordo com as regras do desenvolvimento atual do

capitalismo, e o correspondente tratamento que se dá ao espaço, é coisa mais recente na cidade de São Paulo. Isso permitiu que essa zona da cidade permanecesse com suas funções praticamente intactas até recentemente (as cercanias do mercado ainda são ocupadas pelo setor atacadista), embora o entreposto do CEAGESP, atacadista de gêneros alimentícios, tenha se tornado mais importante para São Paulo.

Uma outra questão refere-se ao aspecto da circulação. O sistema de trens subterrâneos metropolitano trouxe inúmeras reformulações para a área do mercado central, fazendo com que a mesma se valorizasse e novas propostas de ocupação fossem consideradas para o lugar. A solução defendida foi a revalorização do prédio com modernização de seu interior, mantendo suas funções originais e estimulando a área do entorno a se renovar revalorizando-se. São muitos os problemas, pois como se sabe, uma grande parte do comércio do entorno tem relação direta com o próprio mercado e dele depende, dificultando o rompimento desses laços que são econômicos em princípio, mas que também guardam aspectos afetivos. Muitos comerciantes atacadistas que prosperaram trabalhando com boxes nesse mercado e já se encontram estabelecidos em outros locais, mantêm o box no Mercado Central como o seu mascote (como a primeira moeda que Tio Patinhas estima e guarda com tanto zelo, apesar de tão rico). O maior perigo da revalorização desse lugar da cidade é o de expulsar os seus antigos frequentadores. Não é o que vem acontecendo nesse mercado. Existem aqueles fregueses antigos que permanecem e são assíduos; existem aqueles, também antigos, que vão por produtos especiais que só ali podemos encontrar e com excelente qualidade; (em ambos os casos, são compradores individuais ou empresas de comércio varejista ou de restauro) e existem os fregueses novos, aqueles que são seduzidos pelo que se lhes afigura como 'tradicional'.

No caso brasileiro, e em especial o de São Paulo, é notável que, transformações recentes na cidade, não tenham optado por extirpar da paisagem e, conseqüentemente, da memória (caso que ocorreu com Les Halles) um prédio que ocupa 13.600 m². Em outras ocasiões isso já foi feito, tanto assim que Lévi-Strauss (1996, p.7) escreveu:

Se, no título de um livro recente, apliquei ao Brasil (e a São Paulo) o termo *saudade*, não foi por lamento de não mais estar lá. De nada me serviria lamentar o que após tantos anos não reencontraria. Eu evocava antes aquele aperto no coração que sentimos quando, ao relembrar ou rever certos lugares, somos penetrados pela evidência de que não há nada no mundo de permanente nem de estável em que possamos nos apoiar.

Seguramente, esse deve ser um dos aspectos a se considerar, particularmente no caso da metrópole paulista, onde a preocupação com a preservação de lugares de memória é uma prática muito recente e bastante restrita a alguns edifícios e onde, geralmente, prevalecem interesses de natureza imobiliária. Reportar-nos-emos a essa questão mais adiante.

METAMORFOSES

*Le grand enjeu de l'histoire c'est paradoxalement l'à-venir.
Jean Chesneaux*

As formas que permanecem nos colocam questões para o entendimento do espaço. Como escreveu Lefèbvre (1986, p. 45), *les formes n'entrent dans le devenir (historique) qu'en lui résistant*. Como explicar a permanência de um mercado público, com sua função original, ainda que reduzida, já que outros tipos de locais de vendas de gêneros alimentícios foram criados e se tornaram necessários (outros mercados, supermercados ou hipermercados, além de centrais de abastecimento para a distribuição aos comerciantes) para o abastecimento de uma cidade?

Historicamente, em relação aos mercados públicos, constatamos que:

I – a partir de meados do século XIX:

1. sua construção generaliza-se quando novas tecnologias construtivas se tornam disponíveis – caso do ferro;

2. as atividades comerciais ali realizadas passam a se especializar cada vez mais e a aumentar a cadeia de comerciantes entre o produtor e o consumidor de mercadorias;

3. o local torna-se permanente quando as funções a que se destina não admitem mais deslocamentos contínuos e uma nova concepção do espaço urbano emerge – a burguesa, separando as atividades no espaço urbano;

II – a partir de meados do século XX:

4. com novos aperfeiçoamentos tecnológicos, envolvendo a conservação de produtos alimentícios, aumento da produção, sua diversificação e controle de qualidade, bem como o aumento da velocidade de deslocamento mecânico, promoveu-se uma aceleração constante na circulação de mercadorias, o que tornou a forma mercado obsoleta pela sua inadequação aos novos parâmetros de qualidade oferecidos para os consumidores por equipamentos mais novos, como os supermercados e hipermercados, concebidos para atender aos novos tempos do capital com o conforto, rapidez e sem a mediação dos vendedores;

5. a permanência dessa forma em tempos de um capitalismo fluído é através de sua metamorfose. Para existir na duração do tempo, um espaço tem que ter capacidade de resistir. Nos tempos atuais, isso significa metamorfose constante.

Em todos os casos analisados, o local do mercado, na sua gênese, configura-se como um ponto de encontro no centro das cidades, comandado pelo poder público, organizando e, de certa forma, garantindo o abastecimento urbano. Hoje, do ponto de vista econômico, esse espaço tornou-se desinteressante porque cada vez mais se prioriza a reprodução do capital de maneira privada e suas relações de dominação. O espaço do mercado pertence a um outro tempo social. Então, pergunta-se: a preservação da memória seria suficiente para a reprodução desse espaço?

Uma análise dos conteúdos dessa forma, de uma maneira mais aproximada, mostrou-nos que não é o que se constatou nos exemplos arrolados no item anterior. A eles agregaríamos mais um, na cidade de Paris, originário da antiga feira de *Saint Germain*. Naquela cidade, os religiosos de *Saint Germain* obtiveram o direito de realizar uma feira ao norte da Igreja de *Saint Sulpice* desde 1482, sob o reinado de Luís XI. Entre 1511 e 1762, ali funcionou um mercado com construções que abrigaram 400 lojas, cujos comerciantes habitavam no primeiro andar. Destruído por um incêndio, o lugar é reabilitado em 1811 por Blondel, sob as ordens de Napoleão I^o. De inspiração italiana, o novo mercado tem uma praça central grande circundada por uma colunata dupla e coberta. Em 1967, a prefeitura de Paris, com o seu projeto de reconstrução dos mercados cobertos, conservando a aparência do edifício anterior, revaloriza o espaço do mercado, transformando-o em um conjunto imobiliário que atende a diferentes necessidades. Inaugurado em 1995 como *Marché Saint Germain*, o mercado alimentar se reduz a 1000 m² dos 6000 m² de área total. Além disso, é constituído de 20 butiques e de uma loja americana (GAP - roupa esportiva) na área de comércio e mais um auditório, um conservatório, um ginásio de esportes e uma creche coletiva, sem falar na garagem subterrânea para 400 vagas. Ele passou a atender a clientela que vai às butiques de *Saint-Germain* (de nível médio) e também os habitantes do bairro. Situado no bairro de *Saint-Germain* e na famosa *Rive Gauche*, esse espaço não podia permanecer indiferente ao valor que a ele podia ser incorporado. Do mercado, porém, restou apenas a ossatura, o demais é novo, mas é *charmant* fazer compras num ambiente que 'parece' pertencer ao passado. Esse é um exemplo de atuação do poder público, priorizando a reprodução do capital. É, contudo, interessante observar que encontramos a instalação de um comércio precário justamente na galeria coberta do

mercado. Inquiridos sobre esse aspecto, um dos responsáveis pelo conjunto apressou-se em dizer que eles não faziam parte, mas observamos que havia tolerância para com eles já que não se tratavam de camelôs muito pobres, embora as mercadorias contrastassem vivamente com aquelas vendidas no interior. No entanto, a presença deles ali é um sinal da existência de compradores para mercadorias mais baratas e de qualidade inferior.

Com esse exemplo, uma vez mais confirmamos que o espaço do mercado público vem tratando de lançar mão do que é “tradicional” para permanecer. Conforme já explicou Hobsbawm (1997, p. 9-23), tradição é coisa recente, quando não é inventada. Chamamos a atenção para o aspecto de que a existência do Mercado Público, como local de venda de gêneros alimentícios, nunca foi questionada pelo costume que, diferentes sociedades, ao longo da história, tinham de se abastecer nesses espaços, e mesmo como uma forma de controle de preços por parte do poder público para garantir a reprodução da sociedade. Quando esse costume se rompe mediante a presença de outras formas mais modernas de abastecimento, surge a possibilidade de transformar esse local em ‘tradicional’.

Os mercados públicos, formas ainda presentes na paisagem urbana, estão procurando gerar uma imagem de ‘tradição’ (onde os novos fregueses podem simular um comportamento ‘tradicional’). Nesse local, que poderia ser considerado desprovido do conforto moderno oferecido por outros empreendimentos de comércio de alimentos, o ato de comprar e vender os produtos da terra faz com que as pessoas ‘se sintam’ mais próximas a ela e busquem identificação com o lugar, já que ele permanece naquele sítio há algum tempo. Paralelamente, numa sociedade que sujeita tudo ao econômico, essa ‘tradição’ é capturada e a exploração continua através da cultura. O costume de ir ao mercado vira norma, deixa de ser estilo de vida para virar gênero de vida. O espaço do mercado “flexibiliza-se”, ou seja, esse espaço está sendo invadido por um novo momento da história, mais precisamente aquele em que a sociedade está totalmente submetida ao econômico e imprime uma maior velocidade às vendas. Primeiros símbolos de uma natureza dominada, os mercados se nos afiguram hoje como elementos que nos aproximam dela por intermédio da cultura, através da qual se viabiliza a rentabilidade imediata do capital. Os mercados que deixam de ser funcionais desaparecem da paisagem. Estamos diante do consumo do espaço.

Neste estudo ficou evidente que o método histórico-genético é imprescindível. A complexidade do espaço da vida presente demanda, para

sua elucidação e sua projeção, um conhecimento que não pode aspirar apenas ao que é atual, mas deve também projetar um futuro.

REFERÊNCIAS

ARIZAGA BOLUMBURU, Beatriz. *Urbanística Medieval*. San Sebastián (ES): Kriselu, 1990.

ASSOCIAÇÃO DOS GEÓGRAFOS BRASILEIROS. *A cidade de São Paulo*. São Paulo: Nacional, 1958.

BRAUDEL, Fernand. *Os jogos das trocas*. Lisboa: Teorema, 1992.

_____. *As estruturas do cotidiano*. Lisboa: Teorema, 1992.

CALABI, Donatella. *Il mercato e la città- piazze, strade, architetture d'Europa in età moderna*. Venezia: Marsilio, 1993.

CALVINO, Ítalo. *As cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. 10ª reimpressão.

CHESNEAUX, Jean. *Habiter le temps*. Paris: Bayard, 1996.

DÉBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris: Gallimard, 1992.

FOCILLON, Henri. *Vie des Formes*. 6. ed. Paris: PUF, 1996.

HOBBSAWN, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

LARGE, Pierre François. *Des halles au Fórum – metamorphoses au coeur de Paris*. Paris: L'Harmattan, 1992.

LE GOFF, Jacques. *O apogeu da cidade medieval*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

LA PRADELLE, Michele. *Les vendredis de Carpentras – faire son marché en Provence ou ailleurs*. Paris: Fayard, 1996.

LEFÈBVRE, Henri. *De lo rural a lo urbano*. 4. ed. Barcelona: Península, 1978.

_____. *Le retour de la dialectique – 12 mots clefs*. Paris: Messidor, 1986.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Saudades de São Paulo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MORIN, Edgar. *A religação dos saberes – o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. *A cabeça bem-feita - repensar a reforma/reformar o pensamento*. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

PARIS PROJET n. 25/26. *Les Halles – achèvement d'un projet*. Paris: APUR, 1985.

PROVANSAL, Danielle; LEVICK, Melba. *Els mercats de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1992.

ROCA I ALBERT, Joan (Coord.). *Expansió urbana i planejament a Barcelona*. Barcelona: Institut de Cultura de Barcelona i Edicions Proa, 1997.

ZOLA, Emile. *Le ventre de Paris*. Paris: Fasquelle, 1997.

Recebido em 03/07/2006

Aceito em 11/09/2006