

30° Encontro Anual da ANPOCS  
24 a 28 de outubro de 2006  
Caxambu, MG

ST07 – Modernidade, cultura e entretenimento

Do mercado popular ao espaço de vitalidade: buscando  
outros sentidos para a experiência urbana contemporânea

Beatriz Silveira Castro Filgueiras

Agosto, 2006

## Do mercado popular ao espaço de vitalidade: buscando outros sentidos para a experiência urbana contemporânea<sup>1</sup>

Beatriz Silveira Castro Filgueiras<sup>2</sup>

Neste trabalho, buscamos investigar, a partir da noção de *espaço de vitalidade*, a dinâmica social dos mercados populares – mercados que, por sua origem e trajetória, constituem referências históricas e sócio-culturais da cidade e do espaço urbano. Pretende-se, por um lado, ressaltar a importância histórica – política, econômica e sócio-cultural – dos lugares de mercado tradicional como centralidades, isto é, como condensadores dos fluxos e dos significados simbólicos da experiência urbana. Por outro lado, busca-se compreender a inserção contemporânea destes mercados nas cidades, sobretudo face aos processos que, ancorados e/ou legitimados no “resgate da memória e da identidade” das cidades, implicam a homogeneização do convívio, a mercadorização da cultura e a perda dos referenciais históricos e culturais.

Buscamos também, e especialmente, iluminar os processos de apropriação (histórica e simbólica) e de tessitura de relações com os lugares, de modo a investigar a atualização de tradições e valores – nos e dos lugares – enquanto possibilidades de resistência ao contexto de desintegração da vida urbana contemporânea, permitindo a configuração de outras sociabilidades, fundadas na co-presença, na espontaneidade do convívio, na pluralidade e na negociação dos usos do espaço.

Os mercados populares, por carregarem um forte significado histórico e cultural – sendo, no imaginário dos habitantes e visitantes, não só referências da história de suas cidades como também representativos da cultura local e regional -, são alvos potenciais e/ou efetivos do discurso e prática da preservação do patrimônio e da revitalização urbana, da cenarização turística, da mercadorização cultural e da privatização (mais ou menos explícitos). A investigação deste universo de práticas e relações sociais e econômicas singulares possibilita, assim, a análise crítica dos novos modelos de planejamento e intervenção urbanos que primam, hoje, pela valorização econômica de requerentes da cidade com elevada densidade simbólica.

---

<sup>1</sup> Este artigo baseia-se na minha dissertação de mestrado “Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte”, defendida em junho de 2006 no Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional – IPPUR/UFRJ.

<sup>2</sup> Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Minas Gerais e mestre em Planejamento Urbano e Regional pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional – IPPUR/UFRJ.

Por outro lado, a reconstrução da trajetória histórica dos mercados populares e a análise de sua dinâmica social permitiram investigarmos a atualização de tradições construídas sobre a base do encontro, da co-presença e da negociação (em seu sentido amplo), que se mantém, deste modo, como *valores*, intermediando as práticas e as relações e possibilitando a reafirmação de lugares plenos de sentidos distintos, porém sólidos, que se atualizam e se inscrevem na contemporaneidade.

A primeira parte do trabalho trata da contextualização da cidade contemporânea, no sentido de ressaltar e compreender alguns dos fenômenos e processos que a caracterizam, especialmente no tocante aos impactos destes na vida social das grandes cidades.<sup>3</sup> Argumentamos, neste contexto, a reafirmação dos lugares e a possibilidade da existência de sociabilidades *outras* nos lugares da cidade enquanto resistências, em sua potencialidade de subverter e/ou ressignificar as transformações impostas aos lugares e, assim, permitir a construção de outros sentidos para a experiência urbana contemporânea. Trata-se também do desenvolvimento da noção de *espaço de vitalidade*, com a qual pretende-se designar lugares da cidade, de elevada densidade histórica e sócio-cultural, que comportem dinâmicas sociais particulares e distintas daquela que se atribui à cidade contemporaneamente, fundadas na atualização de tradições e de práticas sociais. Lugares que, através dos processos históricos de apropriação simbólica e política, promovam e estimulem a espontaneidade, a imprevisibilidade e a diversidade do encontro, a pluralidade e a heterogeneidade de atividades e freqüentadores.

A partir desta noção de *espaço de vitalidade*, pretende-se, então, a recuperação dos elos entre comércio, cidade e sociabilidade e, mais especificamente, a introdução a este universo dos lugares de mercado tradicional através da exposição da sua dinâmica e significado sócio-cultural, situados no percurso histórico das cidades.

A análise do caso específico do Mercado Central de Belo Horizonte possibilitou o desvendamento de um universo extremamente complexo e, ao mesmo tempo, delicado, marcado, sobretudo, pela articulação tensa entre a modernização projetada e, neste sentido, imperativa, e a preservação desejada e necessária. Descortinam-se, na dinâmica social e política do lugar, estratégias e interesses, mas também desejos e anseios que expressam o desencanto com o projeto urbano da modernidade e conformam resistências à fragmentação, aceleração e homogeneização

---

<sup>3</sup> Como recorte temporal, convencionar-se-á a década de 1990, quando do aceleração e agudização de tais processos.

da vida urbana e do convívio, simbolizando a busca de sentidos para o *viver na cidade* e a luta pelo *direito à cidade*.

*A cidade contemporânea e sua vida social: cenário em decomposição?*

Cidade dual, partida, cidade de muros e medos. Cidade-espetáculo, cidade-mercadoria. Cidade fragmentada, hostil, inapreensível. Anti-cidade. Vários são os termos e os conceitos que buscam apreender a cidade no contexto contemporâneo. No que tange aos aspectos sociais, estes estudos trazem consigo um diagnóstico determinista e fatalista da cidade, onde se poderia ler, nas entrelinhas, o anúncio do fim da vida social urbana, ou o início de uma nova era, na qual a cidade não mais é o lugar do encontro e do diverso, mas lugar de passagem, de fluxo e de velocidade, de conexão entre fragmentos internamente homogêneos, controlados e excludentes.

Aumento das desigualdades, fragmentação, segregação e polarização social, homogeneização do convívio, mercadorização da cultura e da cidadania, privatização, assepsia e controle dos lugares, bem como sua banalização e cenarização, são as palavras-chave para a compreensão e a caracterização desta nova realidade social.

A segregação social nas cidades brasileiras não é um fenômeno novo, está presente, em verdade, desde a formação dos núcleos urbanos no país e vem sendo reforçada pelas formas históricas de intervenção nos espaços da cidade. No entanto, a imbricação entre transformações no planejamento e na estrutura das cidades e o aumento da violência e do medo conduziram a um processo de *dualização* do espaço urbano no qual, por um lado, territórios populares são cada vez mais estigmatizados e, por outro, as classes médias e altas buscam estratégias de isolamento através da demarcação de fronteiras físicas e/ou simbólicas (RIBEIRO, 2000). A associação entre heterogeneidade e conflito social possibilita a emergência de um contexto no qual torna-se legítimo que fronteiras sociais devam estar tanto mais claras quanto melhor definidas, permitindo designar o afastamento entre mundos distintos e mutuamente excludentes.<sup>4</sup>

Na esfera do planejamento e das políticas urbanas - particularmente as políticas de revitalização urbana, de preservação do patrimônio cultural e de fomento ao turismo (que se confundem a ponto de serem, ao final, uma só) -, torna-se mister

---

<sup>4</sup> Não é nosso interesse apresentar estas oposições como essencializadas e/ou estanques. O mundo social é, em verdade, muito mais complexo e fugidio a simplificações. No entanto, a forma e o significado do mundo social, interpretados subjetivamente, revelam elementos daquilo que se afirma – e também se pratica – como real. (BERGER; LUCKMAN, 1983).

destacar e refletir sobre o delicado limiar entre preservação e destruição dos marcos urbanos e, especialmente, dos modos de vida, valores, referências simbólicas e temporalidades acumulados / acomodados no lugar.

Se, por um lado, trata-se da valorização da cultura local, de sua história, tradições e particularidades, de modo a “resgatar a memória e a identidade” da cidade, deve-se atentar para seus efeitos potencialmente negativos. Estes efeitos são decorrentes, sobretudo, da aplicação de modelos de gestão urbana que desconsideram a rede de relações que constrói, singulariza e anima os lugares, impondo modos de vida, mudanças nos usos, controle e seletividade social. Paradoxalmente, estas intervenções, que buscam dar visibilidade às tradições locais e “resgatar a identidade” das cidades, implicam a perda da particularidade (*uniqueness*) e a homogeneização dos lugares, assim como o esvaziamento de marcos históricos, moldando-os à eficiência necessária aos fluxos da rede mundial de cidades e do mercado global, reproduzindo a segregação e produzindo o estranhamento (RIBEIRO, 2004b).

Diante da transitoriedade das formas e conteúdos dos lugares, do *tempo efêmero* e do *espaço amnésico* (CARLOS, *op.cit.*), a perda das referências histórico-culturais e o estranhamento são vividos na forma de desencontro – ou do encontro cada vez mais vigiado, controlado e fugaz -, e do dilaceramento das relações que animam e articulam os lugares da vida (RIBEIRO, 2004b). Vê-se, então, a destruição de modos de vida tradicionais e da memória social dos lugares e a fragmentação e descaracterização dos espaços da cidade por meio da eliminação de pontos de encontro e do lugar da festa ou da redução de sua complexidade de modo a torná-los de fácil consumo, “confundindo o conhecimento necessário com o lazer ansioso, ininterrupto e sempre fugaz” (RIBEIRO, *op.cit.*, p.98).

Apesar deste processo de desestruturação das experiências urbanas e atomização das práticas simbólicas - reflexos da homogeneização da cultura, do consumo e da sociabilidade -, não se anulam as particularidades dos lugares (CANCLINI, *op.cit.*). O lugar, neste contexto, adquire valor simbólico para os habitantes representando a luta pela existência e pelo “direito à cidade”, isto é, a luta pela apropriação dos espaços e pela construção de significados na cidade (CARLOS, 2004). Poderia-se dizer que se tratam de reafirmações do território urbano, tentativas de se manter o sentido da cidade como expressão da sociedade local (CANCLINI, *op.cit.*). Práticas sociais, resistências, que buscam garantir a circulação e a permanência do *outro* nos espaços públicos, reafirmando-as como dimensões essenciais do direito à cidade,

frente aos processos que aprofundam a segregação sócio-espacial e cultural (RIBEIRO, 2004b).

Existiria, portanto, todo um universo de relações que escapam à determinação daqueles fenômenos e processos expressivos dos interesses hegemônicos. Relações construídas na apropriação e nas práticas cotidianas e, através delas, da interpretação e re-significação do mundo social por parte dos indivíduos em interação. Partimos, então, da necessidade de articular os sentidos que os sujeitos atribuem às suas práticas com os condicionamentos econômicos, sociais e culturais a partir dos quais a cidade estabelece e permite a construção de significados (CANCLINI, 1997).

Trata-se, assim, da necessidade de revisitar o lugar no mundo atual e de encontrar seus novos significados, através da análise do cotidiano e da história acumulada nas formas urbanas (SANTOS, 2002), dos sentimentos e das percepções que o cidadão cria da cidade, revelando “espaços-tempo” apropriados. Se a história marca as singularidades dos lugares, produzidos como lugares da vida, a investigação das relações e práticas cotidianas nos permite compreender o modo através do qual esta história se atualiza e se faz presente na dinâmica social destes espaços.

Para tal tarefa, propomos a noção de *espaço de vitalidade*, que pretende designar lugares da cidade que promovam e/ou estimulem a espontaneidade, a imprevisibilidade e a diversidade do encontro, como também a pluralidade e heterogeneidade de atividades e frequentadores. Trata-se de uma análise de lugares que comportem e estimulem o contato e o convívio espontâneos e heterogêneos, sem deixar, no entanto, de considerar as diferenças de poder que perpassam sua construção social. Neste sentido, estas *outras* sociabilidades não implicam a transposição de fronteiras de classe mas a politização das diferenças e dos lugares, que comportam o contraste e a negociação, atribuindo sentidos e qualificando os espaços da cidade como espaços públicos (LEITE, 2004).

Por outro lado, pretende-se com tal noção contrapor-se ao que vem sendo dito correntemente de forma a justificar os projetos de revitalização, isto é, a decadência, o vazio, a *ausência de vida*. Estes projetos propõem, sobretudo, a valorização econômica dos lugares tradicionais da cidade, implicando, muitas vezes, na imposição do modo de vida dominante e na desconsideração da rede de relações, significados e das memórias destes espaços.

Por fim, cabe ressaltar também que com esta noção de espaço de vitalidade não se pretende designar somente a concentração de atividades e pessoas num mesmo

local, como sugerem grande parte dos trabalhos que se utilizam da idéia de vitalidade. O que se busca é compreender, a partir desta concentração, a tessitura de relações em lugares da cidade, fundadas em práticas sociais que reafirmam a circulação e a permanência do *outro* nos espaços públicos, o intercâmbio efetivo entre gerações, culturas e modos de vida (RIBEIRO, 2004b), e o contato e a negociação das diferenças.

No momento em que a homogeneidade e o controle tentam se impor como regra nos espaços da cidade e as diferenças passam a designar mundos socialmente opostos e excludentes, pensamos que a vitalidade, no sentido aqui proposto, só é possível através de processos históricos e cotidianos de apropriação simbólica e política dos lugares, conferindo-lhes um sentido *outro* e imprimindo-lhes, assim, uma dinâmica social própria. Um diálogo, portanto, entre passado e presente, no qual o passado se atualiza como referência normativa nos e dos lugares, intermediando as práticas e as relações que ali se tecem.

#### *O mercado popular: justificativas sobre um objeto possível*

A escolha dos mercados populares como objeto de um estudo desta natureza se deu pelo fato destes carregarem um forte significado histórico e cultural, sendo, no imaginário dos habitantes e visitantes, não só referências da história de suas cidades como também representativos da cultura regional (FERRETTI, 2000; NETTO; DINIZ, 2004).<sup>5</sup> São lugares tradicionais e tradicionalmente populares, pontos de convergência de fluxos da cidade e de seu entorno, de atividades caracteristicamente diversas, podendo ser considerados uma “espécie de vitrine da produção local, do artesanato, da população, da cidade, da região” (MOTT, 2000, p.14).

Pretende-se com esta escolha, ressaltar a importância histórica e sócio-cultural dos mercados na consolidação e crescimento das grandes cidades, bem como

---

<sup>5</sup> A expressão *mercado popular* padece de uma certa ambigüidade. Poderia tratar-se do nicho comercial referente às classes D e E, utilizando a terminologia do marketing, ou dos recentes ‘camelódromos’, espaços em profusão em diversas cidades brasileiras na tentativa de ordenar o comércio informal crescente. Para evitar a possível confusão, esclarecemos: chamaremos aqui de mercados populares aqueles mercados cuja atividade concentre-se na comercialização de gêneros alimentícios e de artigos e especiarias regionais. Característicos de núcleos urbanos mais populosos e tendo como função principal o abastecimento da população local, são geralmente cobertos, construídos ou administrados pela municipalidade (em sua origem, pelo menos), concentrando grande número de feirantes e funcionando diariamente, durante todo o dia (FERRETTI, 2000). Cabe também distingui-los das feiras, instituição que cumpre também função de abastecimento local das populações urbanas. São consideradas *feiras* reuniões comerciais periódicas (semanais, na maioria das vezes) em locais públicos como ruas ou praças (FERRETTI, *op.cit.*).

investigar sua importância política e econômica através da análise de sua funcionalidade para a esfera do planejamento urbano. Importância e funcionalidade que se atualizam, uma vez que, considerados sínteses da história das cidades e da cultura local e regional, tornam-se estratégicos na promoção do modelo hegemônico de desenvolvimento urbano na contemporaneidade, adquirindo dinamismo e valorizando-se pela economia do turismo.

Por outro lado, diversos autores que se debruçaram sobre os mercados dão pistas que nos permitem construir a hipótese da sua vitalidade. Não somente, como já dissemos, por serem historicamente centros de convergência de pessoas e atividades diversas, mas também devido à natureza cotidiana de suas atividades, ao estímulo dos sentidos pela abundância de cores, cheiros, sabores e barulhos, ao traçado labiríntico que muitas vezes os caracteriza. Lugares, portanto, de dinâmica e de sentidos muito mais complexos que extrapolam a função de abastecimento e a relação de venda e consumo.

Poderíamos dizer que existe uma relação umbilical – de origem – entre comércio e cidade, respondendo às necessidades de abastecimento da população urbana e de seus arredores, garantindo também a articulação política, territorial e econômica da sua região de influência. Ao contrário do que pressupõe hoje a concepção hegemônica de mercado (sujeito abstrato que rege as trocas econômicas), estes históricos lugares de mercado não são instituições originalmente nem caracteristicamente capitalistas.

Neste sentido, é interessante ressaltar como, na análise destas relações entre os lugares de mercado e a história urbana, a maioria dos trabalhos dedicados a esta temática vai buscar suas referências nos *bazaars* árabes, na ágora grega, nos fóruns romanos ou nas praças de mercado medievais. Lugares emblemáticos não só da simbiose entre cidade e comércio, como também exemplares do forte caráter social presente nesta atividade, cuja característica geral mais marcante é a riqueza e a concentração de atividades, a convergência de práticas sociais e de pessoas, o encontro e a diversidade social.

É da necessidade da troca e, portanto, também do encontro e do intercâmbio de saberes e práticas, que nascem os lugares de mercado. A origem do mercado está no ponto de encontro de fluxos de pessoas e de seus excedentes de produção. Este ponto, geralmente equidistante de diversos centros, permitia a articulação territorial entre regiões, construindo trajetos e percursos, e possibilitava o encontro e a negociação entre diferentes culturas. Seu caráter aberto e público conferia-lhe aspecto de neutralidade

territorial e segurança no ato da troca, e, além disso, proporcionava melhor disposição e visibilidade das mercadorias (VARGAS, *op.cit.*). E, ainda, estes lugares de mercado funcionaram historicamente como locais de distração e divertimento, concentrando também atividades religiosas (como os *bazaars*) ou políticas (como a *ágora*), sendo o comércio e a troca de mercadorias apenas uma face da multiplicidade de práticas que ali tinham lugar.

Neste sentido, talvez, estes históricos lugares de mercado sejam as primeiras localidades que permitam a construção da noção de *centralidade*. As áreas centrais, e particularmente seus mercados, têm sido historicamente entendidos não só como o lugar de encontro da cidade, mas também, em certo sentido, como o espaço-síntese da experiência urbana. A centralidade, enquanto essência do fenômeno urbano, é o coração das articulações entre os elementos da estrutura urbana, designando, ao mesmo tempo, um local geográfico e um conteúdo social (LEFÈBVRE, 1999).

Com o crescimento das cidades, o abastecimento tornou-se condição primordial e indispensável para a sua consolidação, articulação e para o bom funcionamento da experiência urbana. Em contraposição às demais atividades produtivas, os locais de abastecimento instalavam-se no coração da cidade, estabelecendo e articulando relações internas, entre os habitantes, e também externas, entre a cidade e sua área de influência (NETTO; DINIZ, 2004). O surgimento e a evolução das relações de mercado conferiram um novo significado social à atividade comercial, passando a ser fundamental para a organização espacial da sociedade, uma vez que estabelecem o elo entre produção e consumo. O comércio espacialmente concentrado<sup>6</sup> anunciava o surgimento da cidade capitalista, cuja função essencial passa a ser a econômica, o que confere um duplo caráter à centralidade: o lugar de consumo e o consumo de lugar (LEFÈBVRE, 2001):

Até o fim do século XIX e início do século XX, os povoados do interior do país<sup>7</sup> eram ainda essencialmente rurais, “pouco adensados, brotando ao longo de algum caminho, preguiçosamente gravitando em torno de algum pequeno templo” (MARX, *op.cit.*, p.40). Neste momento, o aumento da densidade demográfica, a preponderância econômica e social das fazendas e a diminuição das terras disponíveis impõem o fim do regime de auto-suficiência econômica, implicando a intensificação do comércio nas

---

<sup>6</sup> E, posteriormente, a indústria.

<sup>7</sup> Com exceção das regiões orientais de Minas Gerais, polarizada por Ouro Preto e urbanizada quando do surto de mineração, no séc. XVIII, e de São Paulo, no início do séc. XIX, pelo surto do café.

vilas e cidades para o atendimento das necessidades alimentares e a incorporação progressiva destas populações à esfera da economia moderna (CANDIDO, 1998).

E assim adentramos o século XX, marcado por dois processos fortemente relacionados e com implicações diretas no desenvolvimento do comércio na cidade: o crescimento demográfico e a industrialização. Estes processos conduzem à intensa urbanização e ao congestionamento das grandes cidades, à deterioração ambiental, bem como, e posteriormente, à descentralização e periferização urbana permitidas pelo avanço das comunicações e do transporte (VARGAS, 2001). Outro processo marcante relaciona-se ao desenvolvimento de modernas técnicas de conservação de alimentos, que irão revolucionar o abastecimento e a comercialização de perecíveis nos grandes centros urbanos.<sup>8</sup>

A despeito destas transformações, a atualização da força social e densidade simbólica dos mercados tradicionais fundariam-se na capacidade que tiveram de articular as imposições do progresso e da modernidade com as práticas antigas de comércio e consumo. Ou seja, de se modernizarem, e assim garantirem sua sobrevivência, sem perderem suas especificidades (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1996; FERRETTI, 2000; NETTO; DINIZ, 2004). Contrapõem-se, deste modo, às formas mais modernas de comercialização, como os *shopping centers* e os supermercados, que implicam relações estritamente econômicas e, neste sentido, “[...] são uma “abstração”, uma “idéia” do consumo quase inteiramente estranho [a um] hábito de consumo [...], o qual, profundamente ligado ao [...] circuito urbano tradicional, inclui proximidade e linguagem” (CERTEAU; GIARD; MAYOL, *op.cit.*, p.155).

Trataria-se, assim, da atualização de tradições comerciais que mantêm sua identidade cultural - tanto na forma de vender ou apresentar suas mercadorias, como na maneira de conduzir os negócios - preservando seus princípios e práticas através do tempo e do espaço (VARGAS, 2001). Atualização que se sustenta na opção em favor de uma “modernidade equilibrada”, na opção “por um estilo de comércio que implica um estilo de relação com a cidade e, através dela, ascendendo na escala, com toda a sociedade” (CERTEAU; GIARD; MAYOL, *op.cit.*, p.122).

---

<sup>8</sup> Importante ressaltar que estas inovações na conservação e na estocagem de alimentos implicaram o encarecimento dos mesmos e, neste sentido, não eram acessíveis ao conjunto da sociedade. Deste modo, a despeito destas transformações e até a popularização destas técnicas de conservação e estocagem, o mercado popular continuava sendo referência no cotidiano de grande parte da população, que o freqüentava diariamente, ou quase, para a satisfação de suas necessidades básicas.

Buscamos, aqui, resgatar os elos históricos entre comércio, cidade e sociabilidade, fazendo uma breve recuperação da trajetória histórica e dos conteúdos sociais dos lugares de mercado, nos quais os valores do encontro, da diversidade e da negociação (em oposição ao “negócio”) foram – e ainda têm sido - historicamente corporificados. Valorizamos, igualmente, a natureza cotidiana deste “universo superabundante”; a diversidade das atividades, mercadorias, pessoas e relações; bem como a relação do alimento com a tessitura da vida social e, particularmente, com a cultura popular. Lugares cuja densidade histórica e simbólica reside, ao fim e cabo, na condensação dos significados simbólicos da experiência urbana.

Destacamos, também, sua funcionalidade para a esfera do planejamento urbano. Funcionalidade que, como já dissemos, se atualiza, uma vez que, considerados sínteses da cultura e da identidade local/regional, adquirem valor e dinamismo econômico, sobretudo através das políticas de preservação do patrimônio cultural, da economia do turismo e dos projetos de revitalização urbana. Neste sentido, destaca-se sua posição estratégica na reprodução do espaço urbano na contemporaneidade, face à necessidade de “resgate da identidade e da memória” como veículo de desenvolvimento econômico.

O mercado popular é considerado, portanto, um “espelho” bem posicionado das transformações pelas quais passou e ainda passa a cidade, sua economia, cultura e sua vida social. Sua análise permitiria, assim, a compreensão da tessitura de relações e da apropriação dos lugares, da atualização de tradições e valores através das práticas cotidianas e da construção de significados, como também a análise – a partir do espaço *vivido* – daqueles processos de maior escala que incidem sobre o lugar, de modo a possibilitar o descobrimento da existência de formas urbanas mais inclusivas.

*Notas de um estudo de caso: o Mercado Central de Belo Horizonte (MG)*

Faremos, aqui, uma breve exposição sobre o Mercado Central, sobre sua construção social e sua atualização como símbolo desta experiência urbana singular que é Belo Horizonte, marcada, desde a sua fundação, pela estigmatização do “antigo” diante de uma modernidade sempre almejada e que se apresentava, até a instauração de uma recente necessidade de “ter passado” e de valorizá-lo, como ruptura e projeto.

Experiência única de mercado popular privado no Brasil,<sup>9</sup> o Mercado Central caracteriza-se pela enorme diversidade dos produtos e serviços oferecidos. São cerca de 400 lojas e um número estimado de mais de 10 mil produtos e serviços, entre eles: hortifrutigranjeiros, laticínios, ervas e raízes, artigos religiosos, ferragens e material elétrico, tabacarias, floricultura e venda de animais, especiarias diversas, artesanato de várias regiões do Estado, cerca de 14 bares e restaurantes; e, ainda, banca de jornal, locadora de vídeos e DVDs, agência bancária e caixas eletrônicos, agência de turismo, salões de beleza, lojas de suplementos alimentares, delicatessen, drogaria, capela, casa lotérica e estacionamento 24 horas, com capacidade para 450 veículos.

No entanto, o que mais chama a atenção do analista para o caso do Mercado Central é o próprio imaginário construído em torno de sua vitalidade, que sustenta seu dinamismo e sua centralidade. Apesar das transformações urbanas (mais ou menos) recentes – especialmente aquelas decorrentes do congestionamento dos centros tradicionais e suas implicações na estrutura urbana, das novas formas de comércio e consumo e da multiplicação dos *shopping centers* -, o Mercado mantém-se vibrante econômica e culturalmente, sendo um dos principais pontos de referência de Belo Horizonte (como afirma a propaganda mas, também o senso comum), da cultura belo-horizontina e da cultura mineira em geral.

Com uma frequência média de 15 a 20 mil pessoas por dia, dentre as quais 77% são habitantes do município, de diferentes bairros e regiões da cidade (NETTO; DINIZ, 2004), o Mercado Central é socialmente reconhecido como um espaço singular, ecumênico, informal, descontraído e acolhedor – e, neste sentido, contrastaria com a ideia da cidade “lá fora”-, que atrai e estimula o convívio entre todo o tipo de gente. “Um local onde todos se encontram”<sup>10</sup>, “festa para todos os sentidos” (BRANT, 2004, p.5), “um espaço onde as tradições se renovam”<sup>11</sup>, “centro gastronômico-cultural que sintetiza os melhores valores de Minas” (BRANT, *op.cit.*, p.19), que atualmente valoriza-se pela economia do turismo, num contexto de disputas sobre os sentidos de sua preservação e/ou transformação.

Belo Horizonte, primeira capital planejada do país, inaugurada em 1897, teve seu abastecimento alimentar tardiamente planejado com a criação do primeiro

---

<sup>9</sup> Como veremos a seguir, o Mercado Central foi criado pelo governo local, em 1929, mas foi privatizado, em 1964, quando a Prefeitura alegou a inviabilidade de sua manutenção.

<sup>10</sup> UM LOCAL onde todos se encontram. *Jornal da Estácio*. Belo Horizonte, Faculdade Estácio de Sá, jun. 2004. Pág. 3.

<sup>11</sup> *Idem, op.cit.* p.7.

Mercado Municipal, em 1900, cujas instalações já eram consideradas, em meados da década de 1910, precárias e insuficientes para atender a capital. A criação de um novo Mercado Municipal, em 1929, em substituição ao primeiro, deveu-se, portanto, ao crescimento exponencial da população e, conseqüentemente, à necessidade de atendimento desta crescente demanda, tornando-se um dos maiores centros de comércio do Estado.<sup>12</sup>

Durante quase quatro décadas, o Mercado representou, para a cidade e seus habitantes, o maior e mais importante centro de abastecimento e distribuição de gêneros alimentícios de Belo Horizonte e de seus arredores, mesmo apesar de, já na metade da década de 1940, suas instalações serem alvos de constantes denúncias de saturação, precariedade e falta de higiene (FREIRE, 1999). Nesta época, os sentidos em torno do Mercado são marcados por uma profunda ambigüidade entre sua centralidade no cotidiano e na economia da cidade e seu contraste com a imagem projetada para a capital, fruto da associação entre modernidade, higiene e ordem social. Em meados da década de 1960, quando a Prefeitura alegou a inviabilidade de sua manutenção, o Mercado foi privatizado<sup>13</sup>, tornando-se propriedade de uma cooperativa formada por seus comerciantes.

Desde a sua privatização, o Mercado Central é objeto de um processo gradual de modernização que se estende até os dias de hoje. Processo, no entanto, não conduzido por intervenções públicas (diretas) mas por aqueles diretamente envolvidos com seu funcionamento e manutenção e decorrente, por um lado, da necessidade de adequação de seu espaço físico às normas técnicas de segurança, higiene e acessibilidade e, por outro, da introdução de inovações visando o maior conforto dos clientes e a maior competitividade econômica do Mercado, em face da forte concorrência dos centros comerciais mais modernos.

Apesar da modernização do Mercado estimular um certo receio com relação à sua descaracterização, observamos que a singularidade deste lugar emerge, sobretudo, pela forma como incorpora elementos tipicamente modernos e contemporâneos à sua atmosfera tradicional e provinciana, atualizando as tradições que o caracterizam e que fazem dele o maior ponto turístico da cidade, o lugar - ou o “monumento” - mais representativo da cultura mineira.

---

<sup>12</sup> Estimativas indicam que, a cada nova década do século XX, a população de Belo Horizonte dobrava seu tamanho (NETTO; DINIZ, 2004).

<sup>13</sup> No sentido de autonomizar-se da administração pública.

Os corredores do Mercado constituem, assim, um jogo de espelhos, simulacros, cenários entrecruzados, que revelam diferentes momentos da evolução das técnicas e do consumo, incorporados no lugar. Neste processo de hibridização de tempos e espaços, pelo uso, é como se cada tipo de comércio – ou época – constituísse o cenário do outro, gerando um “fator de originalidade” que é apropriado por todos. Absorção que, por sua vez, implica um processo criativo de apropriação e de ressignificação destes padrões ao contexto do lugar, à sua trajetória e sua memória, ao seu imaginário e seu cotidiano.

Assim, no Mercado, o moderno e o tradicional muitas vezes se confundem, numa mistura peculiar que também já se tornou marca do lugar. Mesmo com todas as mudanças e inovações, o Mercado Central continua a ser, para os habitantes, a maior tradição de Belo Horizonte, o lugar que melhor representa suas origens, sua história e sua cultura. No interior do Mercado, vê-se marcas de quase toda a trajetória da cidade e de seu povo, o que o torna um lugar *sui generis*, ao conciliar vestígios dos velhos tempos, e mesmo de outros mundos, com sinais dos novos hábitos e expectativas. Acontece, com (e no) Mercado, uma hibridização de sentidos, que, acreditamos, garante a força responsável por sua permanência e pela atualização de sua centralidade.

As transformações ocorridas na economia do Estado e do Município, nas últimas três décadas, tendencialmente reservariam ao Mercado uma posição menos relevante na vida da cidade. No entanto, ele permanece, hoje, como um dos principais pontos de referência de Belo Horizonte, embora com renovados sentidos. A adaptação aos processos sócio-espaciais e às mudanças em curso na economia da cidade, de modo a garantir a própria sobrevivência, gerou o reconhecimento e a valorização de novas finalidades, relacionadas à promoção do encontro, à festa, ao lazer e ao turismo (FREIRE, 1999).

O contexto atual do Mercado é marcado, também, pelo “retorno” do interesse público pelo seu espaço que, ao ser eleito pelos habitantes como o principal ponto turístico de Belo Horizonte, tornou-se estratégico para a tão desejada projeção internacional da cidade. Neste sentido, observa-se a construção de uma imagem-síntese elaborada a partir da seleção de elementos de sua paisagem, cultura e memória (PEREIRA, 2001). O Mercado Central surge, neste contexto, como um dos representantes mais fiéis da cultura local e regional, como centro de comércio caracterizado pela qualidade dos produtos, pela diversidade e pela mistura (de sons,

cores, cheiros e gentes), sendo assim reconhecido e veiculado como lugar de visita obrigatório para os turistas.<sup>14</sup>

Para os habitantes, o Mercado Central é visto como um lugar marcado pela diversidade e pelo convívio entre diferentes. Além das mercadorias, das cores e cheiros, o “ecumenismo” do Mercado indicaria uma sociabilidade sem restrições de classe, num ambiente descontraído e informal. Destaca-se, neste discurso, a importância do Mercado para a sociedade local e a sua representação como um dos únicos lugares na cidade onde ainda se pode “ficar à vontade”, em contraposição aos “novos espaços de lazer que afugentam ao contrário de atraírem, [...] lugares que inibem, uma vez que atraem um público específico” (FREIRE, 1999, p.115). Haveria, assim, uma forma singular de sociabilidade que encontra, no Mercado Central, o lugar próprio de sua reprodução.

Além da(s) diversidade(s), da informalidade e do ‘alto astral’, o Mercado Central encontra-se presente, no imaginário belo-horizontino, por conservar práticas de comércio que são consideradas extintas nos estabelecimentos e empreendimentos mais modernos. O Mercado, para seus frequentadores, guarda aspectos de um comércio ‘que parece da roça’, antigo, conservando valores como respeito, confiança e amizade; além de oferecer qualidade, segurança, tranquilidade, originalidade e divertimento. O lugar possuiria, portanto, além de qualidades normalmente vendidas nas/pelas formas mais atuais de comércio, características originais que responderiam a carências dos habitantes de Belo Horizonte, relacionadas à memória e à rejeição de determinadas faces – operacionais e utilitaristas – da modernização.

Neste sentido, a cultura associada ao Mercado é aquela dos costumes tradicionais guardados na memória, ao que permanece na (e da) história da cidade. Vestígio de outros espaços e tempos – no plural, porque ali se encontram marcas de quase toda a trajetória da cidade -, o Mercado transformou-se em síntese e símbolo do que foi e do que é Belo Horizonte e sua região, sua cultura e seu povo.

Poderíamos afirmar que o Mercado constituiria, assim, uma espécie de lugar de “encaixe” de tempos e práticas numa cidade planejada, idealizada e, sempre, com metas grandiosas de modernização e progresso. Neste sentido, arriscaríamos dizer que o Mercado, como marco (e também monumento) desta experiência urbana, conferiria um

---

<sup>14</sup> Importante lembrar que, ainda hoje, quase 80% dos frequentadores do Mercado Central são moradores da capital. Belo Horizonte continua sendo uma metrópole cujo dinamismo provém, majoritariamente, de fluxos interiores ao Estado de Minas Gerais. E, apesar dos esforços de promoção do município, turística e internacionalmente, o turismo, como dinâmica sócio-cultural, não foi incorporado ao cotidiano da cidade (PEREIRA; MAIA, 2005).

senso de continuidade histórica para esta trajetória tão singular, marcada por sucessivas rupturas na eterna busca do novo, do progresso e da modernidade espetacular.

Este imaginário – quase mítico - que envolve, atualmente, o Mercado Central é intensa e estrategicamente mobilizado (ou, como diriam outros, “cooptado”), no sentido da construção de um consenso acerca da sua história, de seus usos e significados, bem como da memória coletiva e das referências identitárias. No entanto, na medida em que é possível identificar a construção de um consenso em torno do seu imaginário - que é tanto mobilizado pela mídia e pelo poder público quanto reconhecido na prática cotidiana dos frequentadores e comerciantes -, vemos o aprofundamento das disputas acerca da apropriação de seus usos e sentidos.

A análise do caso específico do Mercado Central de Belo Horizonte possibilitou desvendarmos um universo extremamente complexo e, ao mesmo tempo, delicado, marcado, sobretudo, pela articulação tensa entre a modernização projetada e, neste sentido, imperativa, e a preservação desejada e necessária. Em Belo Horizonte, especialmente, este confronto ganha contornos particulares dada sua experiência urbana singular, caracterizada por rupturas sucessivas em busca de uma modernidade espetacular, colocada sempre adiante, e pela estigmatização do passado e da cultura (usos, costumes e saberes) tradicional lidas como entraves à instauração do novo e do progresso. A memória e o passado se apresentam, então, como necessidades novíssimas e, como temos argumentado aqui, expressam, paradoxalmente, tanto as estratégias e intenções dos interesses hegemônicos, como também o “anseio por sinais [vestígios?] que renovem a crença num futuro melhor, ou que garantam que a sociabilidade continua sendo possível” (RIBEIRO, 2005b, p.412).

No nosso estudo de caso, se revelaram marcantes as disputas em torno da apropriação dos sentidos e do imaginário que envolve o Mercado, do seu passado e dos projetos para o seu futuro, tornando imprescindível para o analista a problematização das relações entre global e local, local e lugar, público e privado, moderno e tradicional, permanência e mudança e, enfim, entre o planejamento / gestão dos *espaços* e a construção / apropriação dos *lugares*.

Esta imbricação / hibridização de escalas, fatores e processos torna necessária - mediante o reconhecimento, no micro, de formas diferenciadas de manifestação e realização do macro - a complexificação do olhar (e, conseqüentemente, da análise) e a “compreensão do cotidiano e do lugar como realidades híbridas” (RIBEIRO, *op.cit.*, p.412) que só adquirem um sentido pleno no desvendamento e

compreensão desta delicada articulação que se expressa, de modo especial, nos usos, práticas, projetos e projeções dos lugares.

Valorizamos, particularmente, a distinção entre o *local* – objeto de políticas públicas e intenções empresariais referidas à revitalização e ao marketing urbanos – e o *lugar*, resultante da atribuição de usos e sentidos e das relações historicamente tecidas no cotidiano e nas práticas sócio-espaciais. Importante ressaltar - e o caso do Mercado Central é, neste sentido, emblemático - que estas noções não se referem a espaços necessariamente distintos, mas são relativos a esferas diferenciadas de relações e processos que incidem sobre os mesmos. Mostrou-se, também, de grande relevância para compreensão da trajetória e da dinâmica social do Mercado Central, a dialética entre permanência e mudança ou, noutros termos, entre assincronia e sincronia. Esta tensão, ou confronto, desvenda em seus movimentos contraditórios as sucessivas camadas de normas e técnicas, usos e símbolos acumulados / acomodados no lugar, revelando uma historicidade integrada de múltiplos processos, inclusive, e muitas vezes, contraditórios entre si.

A trajetória e a dinâmica social dos lugares devem ser consideradas e analisadas, portanto, como articulações entre as heranças do passado, as condições do presente e os projetos de futuro. Neste sentido, a reificação do tradicional face ao moderno – operação comum e estratégica nos dias atuais – serve também para obscurecer o entendimento da trajetória histórica dos lugares e, principalmente, da atualização dos seus usos e sentidos, que decorre, necessariamente, da capacidade de articulação destas temporalidades acomodadas e impostas no/ao lugar, nas quais se apóiam a construção da identidade e da memória coletiva.

Nesta direção, iluminar a vida cotidiana e compreender as relações que os habitantes constroem com e nos lugares da cidade, sobretudo face ao contexto de desintegração e atomização do tecido social, nos permite conferir “uma pertinência política à questão do sujeito” (CERTEAU, 1994, p.52, grifo do autor), valorizando as relações e as práticas cotidianas como dimensões cruciais da dinâmica social urbana em sua capacidade de marcar e ressignificar processos históricos, de construir sentidos para a experiência urbana e gerar / estimular sociabilidades distintas, porém não desvinculadas, do contexto no qual se inserem.

O cotidiano, deste modo, permite a configuração de espaços públicos de sociabilidade que, se não ameaçam os espaços segregados, constroem símbolos e expressam temporalidades diversas (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1997). Em nossa

análise, aquele espaço de vitalidade que propúnhamos se revelou, sobretudo - e para além da heterogeneidade de atividades, pessoas e do convívio -, como um lugar que, ao permitir múltiplas apropriações, usos e sentidos possíveis, amplifica e publiciza, no tempo e no espaço *vividos*, as contradições e fissuras que caracterizam a contemporaneidade dos grandes centros urbanos brasileiros, conferindo, ao mesmo tempo, potencialidade política à esfera das relações cotidianas, das práticas sócio-espaciais e da construção de significados. Ressaltamos que não se trata de negar a existência, a incidência e os impactos dos grandes processos na dinâmica social urbana, muito menos de abandonar sua análise crítica. Consiste, apenas, em afirmar que estas determinações se manifestam em múltiplos sentidos diferentes, relativas ao contexto do lugar, de sua trajetória, sua dinâmica social, seus usos e sentidos historicamente tecidos, da sua “carga de subjetividade” (RIBEIRO, 2004b).

Ao silenciar tais práticas e postular a incidência inequívoca e “homogênea” dos processos de maior escala sobre os lugares, acaba-se reafirmando a capacidade de determinação da vida social pelos interesses e projetos hegemônicos, reafirmando, assim, a concepção dominante - utilitarista, economicista, racionalista - do mundo social. Trata-se, assim, de uma disputa de sentidos, na construção do mundo social e da vida em sociedade, mas também de sua compreensão e de seus significados.<sup>15</sup> Coloca-se, portanto, o desafio da percepção e compreensão de práticas e relações que expressam desencanto com o projeto urbano da modernidade, e a necessidade de valorização social e afirmação política destas sociabilidades que expõem a busca, pelos habitantes, de outros sentidos e valores para a experiência urbana contemporânea.

---

<sup>15</sup> “[a análise] [...] visa a virar pelo avesso esse mundo em que os determinismos e as opressões passam por racionais, ao passo que a razão sempre teve como sentido e fim o domínio dos determinismos” (LEFÈBVRE, 1984, p.30).

Referências

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1983.

BRANT, Fernando. *Mercado Central*. Belo Horizonte: Conceito, 2004.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multinacionais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

CANDIDO, Antonio. *Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida*. São Paulo: Duas Cidades, 1998.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade*. São Paulo: Contexto, 2004.

CERTEAU, Michel de. *A Invenção do Cotidiano: 1-artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce ; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar*. Petrópolis: Vozes, 1996.

FERRETTI, Mundicarmo Maria Rocha. Feiras nordestinas – estudos e problemas. In: FERRETTI, Sérgio (Org.). *Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados*. São Luís: UFMA/PROIN(CS), 2000.

FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. *Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte*. 2006. 172f. Dissertação de Mestrado em Planejamento Urbano e Regional, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, jun. 2006.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. *O comércio tradicional e as transformações na cidade*. 1999. 274f. Tese de Doutorado em Geografia. Departamento de Geografia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, dez. 1999.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. *Belo Horizonte e o comércio: 100 anos de história*. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 1997.

JACOBS, Jane. *Morte e Vida de Grandes Cidades*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LEITE, Rogério Proença. *Contra-usos da cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea*. Campinas: Unicamp, 2004.

LEFÈBVRE, Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza Editorial, 1984.

\_\_\_\_\_. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2001.

LINDÓN VILLORIA, Alicia Marta. *De la trama de la cotidianidad a los modos de vida urbanos*. El Valle Del Chalco. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos / El Colegio Mexiquense, 1999.

MARX, Murillo. *Cidade no Brasil: terra de quem?* São Paulo: EDUSP, 1991.

MOTT, Luiz. Feiras e Mercados: Pistas para pesquisa de campo. In: FERRETTI, Sérgio (Org.). *Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados*. São Luís: UFMA/PROIN(CS), 2000.

NETTO, Marcos Mergarejo; DINIZ, Alexandre M.A. Articulações sócio-espaciais do Mercado Central de Belo Horizonte. In: SEMINÁRIO SOBRE ECONOMIA MINEIRA, XI., 2004, Diamantina, MG. *Anais..* Diamantina: 2004. 1CD-ROM.

PEREIRA, Valnei. *Intenções estratégicas no planejamento urbano de Belo Horizonte: modernização espacial, internacionalização e city marketing*. 2001. 131f. Dissertação de Mestrado em Planejamento Urbano e Regional, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, mar. 2001.

PEREIRA, Valnei; MAIA, Andréa Casa Nova. Modernização Espacial e Pós Turismo em Belo Horizonte: ressignificações culturais e imaginários híbridos na periferia do turismo internacional. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL (ANPUR), XI., 2005, Salvador, Bahia. *Anais..* Salvador: FAU/UFBA, 2005. 1CD-ROM.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. Los circuitos perversos. Nuevos pobres y excluídos en America Latina. *La Era Urbana*. Quito: edição especial, mar. 2004. (2004a).

\_\_\_\_\_. "Oriente negado: cultura, mercado e lugar". In: *CadernosPPG-AU* (Nº especial Territórios Urbanos e Políticas Culturais), Salvador, a. 2, p. 97-107, 2004. (2004b).

\_\_\_\_\_. Território usado e humanismo concreto: o mercado socialmente necessário. In: SILVA, Cátia A. da et al. *Formas em crise: utopias necessárias*. Rio de Janeiro: Arquimedes, 2005, p. 93-111. (2005a).

\_\_\_\_\_. Sociabilidade, Hoje: leitura da experiência urbana. *Caderno CRH*, Salvador, v. 18, n. 45, p. 411-422, set/dez 2005. (2005b).

RIBEIRO, Luiz Cesar Queiroz. Cidade desigual ou cidade partida? Tendências da metrópole do Rio de Janeiro. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *O futuro das metrópoles: desigualdades e governabilidade*. Rio de Janeiro: Revan/FASE, 2000, p. 63-98.

SANTOS, Milton. *Espaço e método*. São Paulo: Nobel, 1985.

\_\_\_\_\_. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1994.

\_\_\_\_\_. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. São Paulo: EDUSP, 2002.

SILVA, Regina Helena Alves da. *A cidade de Minas ou "um exemplo de civismo e progresso"*. Sem Data. [ 199\_ ]. (mimeo).

VARGAS, Heliana Comin. *Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. São Paulo: SENAC, 2001.