

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE CIÊNCIA DA SOCIEDADE E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

Ianani Emílio de Castro Dias

**O MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES: UM ESPAÇO
PÚBLICO DE CULTURA**

Campos dos Goytacazes

2016

Ianani Emílio de Castro Dias

**O MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES: UM LUGAR DE
CULTURA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Instituto de Ciência da Sociedade e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Geografia

Orientador: (Prof. Dra.) Elis Miranda

Campos dos Goytacazes

2016

Ianani Emílio de Castro Dias

**O MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES: UM ESPAÇO
PÚBLICO DE CULTURA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Geografia.

Aprovado em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Profº Renato Siqueira Arêas - ISECENSA
Examinador Externo

Profº Drº Glauco Bruce Rodrigues - UFF
Examinador Interno

Profª Drª Elis de Araújo Miranda - UFF
Orientadora
Lista de Figuras

Figura 1: Praça das Verduras	21
Figura 2: Mercado do Largo do Rocio	22

Figura 3: O "novo" mercado	23
Figura 4: O "Novo" Mercado	23
Figura 5: Projeto Novo Mercado	24
Figura 6: Projeto apresentado na reunião com os conselheiros do COPPAM	24

Sumário

AGRADECIMENTOS	6
INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO 1 – RECORTE TEÓRICO-METODOLÓGICO	8
1.1 A Geografia Humanista	10
1.2 Método Fenomenológico	14
2.1. As transformações urbanas e o papel do mercado	17
2.2 O MERCADÃO: da feira ao projeto urbanístico contemporâneo	20
2.3 Experienciar o Mercado	24
CAPÍTULO 3 – O MERCADO COMO UM ESPAÇO PÚBLICO DE CULTURA	
3.1 Um espaço público de cultura?	32
3.2 Se A Beleza Está Nos Olhos De Quem Vê, Qual É A Beleza Do Mercado?	34
Anexo 1 - QUESTIONÁRIO	39

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao infinito e ilusoriamente dominado, tempo. Ao tempo da minha paciente e de personalidade forte, orientadora. Ao tempo que em tom de brincadeira quando era contato nos dedos de minha amada, generosa e lutadora mãe neste longo período na universidade. Ao tempo de descoberta e compartilhamento de amizades neste pequeno polo. Ao período que estive nesta universidade, que mesmo com as críticas, este tempo foi primordial para que e pudesse construir

INTRODUÇÃO

Deveria iniciar esclarecendo o porquê utilizar a primeira pessoa em um trabalho de monografia do curso de Geografia. Porém, mais importante do que justificar o uso do “eu” de forma metodologicamente fria, é mostrar o que faz o meu “eu” livre entre as palavras e linhas de um trabalho que tem como objetivo geral analisar o Mercado Municipal de Campos dos Goytacazes como um espaço público de cultura, cuja existência está associada a existências/vivências dos moradores de Campos e daqueles que estão de passagem por Campos. São inúmeras as experiências sensoriais vivenciadas no mercado, podendo ser bastante positivas ou de completa negação.

Em meio a placas, igrejas e antigos casarões, os patrimônios culturais de Campos simbolizam marcas das classes mais altas ao longo da história de construção da cidade. A motivação em torno do Mercado Municipal de Campos está, inicialmente, relacionada a sua tardia e não publicitada categorização como patrimônio cultural. Por que um prédio arquitetônico, com quase um século e carregado de características da cultura campista, não é considerado um patrimônio cultural?

Além dessa primeira motivação/observação, em 2013, a prefeitura anunciou a reforma do mercado juntamente com a construção de um Novo shopping Popular (Shopping Michel Haddad), provocando a indagação sobre que tipo de planejamento que o Estado está propondo para um lugar que se caracteriza por concentrar os atributos e signos das camadas mais populares da cidade. Também aparece a dúvida sobre o que será, afinal, o lugar Mercado.

Mas o que seria então o Mercado como lugar? Ou seja, o que seria esse mundo mercado na consciência daqueles que estão ali cotidianamente. Mais que isso, como é o mercado na concepção do que é a cidade de Campos? Um mercado com cheiro tão forte de peixe, frutas e verduras apodrecidas diariamente fazem com que este espaço não seja compreendido e, por isso, não agrada a todos.

CAPÍTULO 1 – RECORTE TEÓRICO-METODOLÓGICO

A percepção do “eu” no mundo é o Norte desse trabalho e o lugar é o conceito teórico que o orienta. Metodologicamente, a pesquisa se localiza no campo da geografia humanista cultural, buscando compreender as parcelas do todo a partir do espaço vivido, das subjetividades, ou ainda, como diz Dardel (1954), a partir das geograficidades. Porém, antes de aprofundar o método proposto pela geografia humanista, a fenomenologia, importa-nos destacar a discussão sobre o método científico positivista e a sua incapacidade de buscar a compreensão do mundo a partir das experiências, das vivências e dos sentidos. Para tal, destacamos as lições de Bordieu(1989) sobre a teoria, o método e objeto na discussão sobre a Sociologia Reflexiva.

Na análise sobre a necessidade de uma Sociologia para além do gabinete e a crítica a sua rigidez positivista, Bordieu (1989; p.18) lembra-nos que a atividade da pesquisa é um processo racional, onde as dificuldades não devem ser escondidas para se tornarem um tipo mistificação em que dá confiança ao pesquisador. A pesquisa serve também para aumentar nosso temor, nossa angústia. O trabalho intelectual e a seriedade do mesmo estão além da estrutura lógica positivista imposta pela academia, eles estão presentes na capacidade do pesquisador ter uma postura realista orientada na maximização de rendimento dos investimentos e para melhor aproveitamento dos recursos disponíveis, principalmente o tempo.

A pesquisa para Bordieu (1989; p.18) não é um espetáculo onde o *homo academicus* mostra o quanto vale, a pesquisa é um discurso que a gente se expõe e cujo riscos se correm. E quanto mais se é exposto, mais as possibilidades de aproveitamento nas discussões e boas críticas serão absorvidas.

Para Bordieu (1989) é necessário converter problemas muito abstratos em operações científicas inteiramente práticas, entre uma relação da teoria e da prática no qual o senso comum deve ser posto em causa através de um *modus operandi*, ou seja, de um método de produção científica “que supõe um modo de percepção, um conjunto de princípios de visão e de divisão” (BORDIEU,1989, p.22) na qual a observação teórica

reaja na prática, o que considero um dos desafios impostos nesta pesquisa sobre o mercado, lugar sempre associado aos processos econômicos, mas aqui compreendido como um espaço de cultura.

A separação entre metodologia e teoria para Bordieu (1989) é uma oposição que se constitui epistemologicamente e também na divisão social do trabalho científico. Deve-se recusar a divisão entre as duas instâncias, pois não se pode combinar o real com duas abstrações distintas. A teoria, o método e objeto não devem se desassociar do pensar relacional onde o mundo social é um conjunto de relações sociais construídas.

Assim, a construção de um objeto científico é, sobretudo, o rompimento do senso comum, ou seja, das representações compartilhadas por todos, os lugares comuns, representações oficiais nas instituições, organizações e no pensamento das pessoas. Uma ruptura é possível quando utiliza o instrumento da história social dos problemas dos objetos e dos instrumentos de pensamento, “quer dizer, do papel do trabalho social de construção de instrumentos de construção da realidade social [...] que se realiza no próprio seio do mundo social”(Bordieu, 1989, p.36).

A ruptura é com efeito de uma conversão, pois se trata de um novo olhar – que somente é verdadeiro – se houver uma mudança na visão do mundo social.

Aquilo que se chama de “ruptura epistemológica”, quer dizer, o pôr-em-suspenso as pré-construções vulgares e os princípios geralmente aplicados na realização dessas construções, implica uma ruptura com modos de pensamento, conceitos, métodos que têm a seu favor todas as aparências do senso comum, do bom senso vulgar e do bom senso científico (tudo o que a atitude positivista dominante honra e reconhece). [...] a primeira tarefa da ciência social – portanto, do ensino da pesquisa em ciência social – é de instaurar em norma fundamental da prática científica a conversão do pensamento, a revolução do olhar, a ruptura com o pré-construído e com tudo o que condenado a ser constantemente suspeito de exercer um magistérios profético e de pedir um conversão social. (Bordieu, 1989, p.49).

A crítica à lógica do método positivista na ciência por Bordieu (1989) exprime a limitação na análise social feita através de dados, teorias e resultados (verdades). Não

estamos nesse trabalho negando os avanços garantidos pela ciência moderna, entretanto, cabe destacar a importância de geógrafos como Dardel, Tuan e Relph na discussão sobre a necessidade da humanização científica, uma ciência que busque compreender a totalidade da ação humana e sua relação com o mundo e, por isso, que considere a arte, a filosofia e outras formas de manifestação do homem no espaço.

Dardel, Tuan e Relph são considerados os principais autores do campo da Geografia denominada Humanista e Cultural que se encontram alinhados ao método fenomenológico. Assim, antes de iniciarmos a análise do mercado, importa apresentar o percurso teórico seguido.

1.1 A Geografia Humanista

O meado do século XX imprime algumas imagens na memória que mesmo não sendo nascidos naquela época, não deixam de estar presente em nosso imaginário. A bomba de Hiroshima, o astronauta e sua chegada ao espaço, os regimes totalitaristas, The Beatles, Os Mutantes, entre outros; provocaram tanto o sentimento de admiração pelas grandezas produzidas¹ – principalmente através do papel da ciência - como a horror em saber que o mesmo poder poderia proporcionar a morte de toda uma humanidade. Como este trabalho se insere na Geografia Humanista, é importante saber um pouco do ambiente que condicionou o afloramento desde campo.

Holzer (2009) mostra que na década de 60 do século XX, a efervescência nos movimentos Contracultura nos Estados Unidos e a Questão Ambiental foram importantes para que geógrafos analíticos e geógrafos culturais e históricos se aproximassem e questionassem a forma de se fazer geografia.² Uma ciência capaz de

¹ Scotto (2001); Arent (2004)

² “Aos poucos os geógrafos analíticos, preocupado sem incorporar os avanços da psicologia comportamental, bem como os geógrafos culturais e da geografia histórica, interessados em renovar o seu campo com contribuições da antropologia, psicologia e sociologia, aproximaram-se. A oportunidade para um encontro efetivo se deu no Encontro Anual da AAG, em 1965, quando Robert Kates e Gilbert White, dedicados ao estudo das catástrofes ambientais, uniram-se a Lowenthal na promoção de um simpósio sobre percepção ambiental e comportamento. Dos trabalhos apresentados alguns foram publicados na íntegra dois anos depois (Lowenthal, 1967 a), sendo que deles nos interessam diretamente os textos de introdução, escritos pelo próprio Lowenthal (1967b), e um artigo de Tuan (1967).” (HOLZER:1997)

compreender a Terra de forma física e social deveria também entender as relações do indivíduo enquanto experiência.

Na geografia, a partir da década de 1960, a discussão crítica sobre o positivismo lógico e as explicações sobre o espaço sem o homem, fizeram com que se fossem retomadas algumas concepções humanistas. Com bases teóricas que valorizam as experiências, os sentimentos, a intuição, a intersubjetividade e a noção sobre a relação das pessoas e o meio que habitam, a Geografia Humanista elabora uma discussão sobre termos como cultura, percepção, mundo-vivido, paisagem e lugar. (SOUZA MELO, 2007). Esta parte do trabalho mostra a constituição do campo humanista na geografia, quais são os fundamentos desta corrente e quais foram estes geógrafos e suas influências na construção teórico-conceitual.

De acordo com Gomes (1996) a aproximação do humanismo demonstra na geografia diversas concepções que se apresentavam, todavia, com o mesmo nome. A influência de uma corrente de diferentes concepções produz também diferentes orientações metodológicas, isto faz com que o humanismo aparente certo ecletismo – a falta de um sistema metodológico -, contudo, dentro da discussão da construção epistemológica da geografia, Gomes (1996) na tarefa identificar os fundamentos da identidade humanista, aponta concepções gerais deste movimento que mesmo não possuindo uma unidade no plano filosófico-metodológico, apresenta a existência de coerência e integração das ideias.

Para Gomes (1996, p. 306), um dos principais fatores de coesão deste movimento é a crítica à forma com que a ciência fora institucionalizada. As diferentes posições dos humanistas nascem a partir dos diferentes diagnósticos que são feitos sobre a crise do modelo científico, pois para uns é a estrutura ideológica, as explicações mecanicistas e a falsa objetividade que faz a ciência positivista-lógica ser frágil. Para outros o centro da questão se encontra na incapacidade de interpretar fatos da cultura, pois há uma sobreposição da racionalidade, seus métodos e sua objetivação generalizadora na prática científica positivista lógica.

Há materialistas, idealistas, os que aceitam a subjetividade deliberada e os que negam. Dentre duas concepções extremas de espaço – produto concreto do processo

histórico ou construção simbólica com sentidos e ideias – encontra-se uma gama de concepções que evoluem com os pressupostos iniciais, sendo o espaço visto pelos ângulos dos valores, da alienação, da distância existencial, do comportamento e do mundo vivido. (GOMES, 1996, p. 307)

A ruptura do homem da idade média para a idade das luzes distinguiu dos tipos de postura, a dos humanistas e dos racionalistas. Os racionalistas tem como constituição a ideia de que a prova da existência das coisas dá-se através do método lógico, porém, para os humanistas este tipo de prática inclinava para uma perspectiva desumana pois dentre os valores humanos, somente a racionalidade era imposto como o verdadeiro. Os humanistas recolocam o homem no centro de suas preocupações mas considerando toda a sua complexidade cultural e antropológica. (GOMES, 1996, p, 306)

Sobre as bases deste movimento e características que hoje são identificadas na geografia humanista, Gomes (1996, p. 310-316) aponta:

a) a visão antropocêntrica do saber onde *“o homem é a medida de todas as coisas e não existe conhecimento objetivo sem a consideração deste pressuposto”* (GOMES, 2009, p.310). Diferente de colocar o homem no centro do seus interesses como os racionalistas;

b) A posição epistemológica holística. Na geografia humanista é compreendida que a ação humana não pode estar separada do seu contexto, seja social ou físico;

c) O ser humano como produtor de cultura. Pois se a cultura tange as atribuições de valores às coisas que nos cercam, esta só pode ser interpretada de acordo com os códigos dos grupos que criaram;

d) O método hermenêutico, a arte da interpretação do geógrafo ao jogo complexo de analogias, valores, representações e de identidades que figuram no espaço; e,

e) a relação da ciência com a arte. A arte é a expressão mais livre e mais espontânea que deve ser considerada em uma verdadeira interpretação sobre cultura inserida no espaço. Assim, o geógrafo deve “reunir o maior número de elementos

possíveis que tratam dos valores, das significações e das associações construídas por um grupo” (GOMES, 1996p.314).

Deste modo, a Geografia Humanista busca a compreensão da realidade geográfica a partir do todo onde a arte e a filosofia também se tornem instrumentos do geógrafo que queira identificar as interpretações do espaço a partir do lugar. Gomes (1996) apresenta dois tipos de matrizes da Geografia Humanista: O espaço vivido (psicologia cultural e semiologia) e a aproximação fenomenológica.

A primeira, o espaço vivido, teve seu sentido renovado por Fremont que o define o espaço como uma dimensão da experiência de humana nos lugares. Acentua-se o lugar com a dedicação às redes de valores e de significações materiais e afetivas.

A ciência geográfica, definida pelo viés do espaço vivido, não tenta criar leis nem observar regularidades generalizadoras. Seu ponto de partida é, ao contrário, a singularidade e a individualidade dos espaços estudados. [...] seu objetivo principal é fornecer um quadro interpretativo às realidades vividas especialmente. [...] o geógrafo torna-se um personagem ativo no próprio desenvolvimento desta comunidade. Contudo, ele deve ter consciência explícita de seu engajamento pessoal e, portanto, da impossibilidade de um distanciamento “objetivo” com relação ao seu campo de pesquisa. (Gomes, 1996, p. 320)

De acordo com Gomes (1996) o que difere o espaço vivido da fenomenologia é o fato de que no segundo há uma clara vontade de legitimação. Segundo Holzer (2009) , o geógrafo Relph,(1970) foi o primeiro a colocar as possibilidades de a fenomenologia ser o suporte filosófico capaz de unir para a geografia aspectos subjetivos do espaço para além de uma análise comportamentalista. Relph (1970) defende que o método fenomenológico deve ser utilizado para se fazer uma descrição rigorosa do mundo vivido da experiência humana e, com isso, através da intencionalidade, reconhecer as essências da estrutura perceptiva.

Segundo Holzer (2009) o método fenomenológico foi apropriado principalmente os conceitos de mundo vivo, ser-no-mundo que na geografia é identificado pelo conceito de lugar. Holzer (2009) ressalta entretanto, que um dos maiores influenciadores desta corrente foi um professor secundarista francês chamado Eric Dardel que em 1952 lançou uma pequena obra chamada "O Homem e a Terra - A Natureza da realidade geográfica", "*único exemplar de uma autêntica geografia existencialista até hoje escrito*" (Holzer, 2009, p 141). Duas décadas antes de Relph,

Ele opunha ao espaço geométrico, abstrato, o espaço geográfico, com todas as suas implicações sobre a nossa existência e o nosso destino. E (...) definia o espaço, fenomenologicamente, como a junção de distâncias e de direções que, tendo como referência o corpo e o suporte onde ele se instala, constituiria um espaço primitivo. A partir deste se constituiriam categorias espaciais como a de lugar e a de paisagem, por exemplo. (Holzer, 2009, p 141)

Este autor influencia Relph e Tuan, dois geógrafos que a partir das duas obras *The Phenomenon of Place* (1976) e *Topofilia* (1974), respectivamente, contribuíram com a pesquisa e a colocação do conceito de lugar no centro da geografia humanista.

Na discussão sobre a consolidação da geografia humanista como uma corrente legítima da geografia, cabe a ressalva ao destaque colocado nos conceitos de lugar e paisagem. De acordo com Gomes (1996) este conceito toma no discurso humanista a forma de um ponto de espaço onde todas as significações culturais e individuais se concentram.

1.2 Método Fenomenológico

A busca por uma verdade pura e objetiva de Descartes se fundamenta na relação eu-ego como um ponto de partida. Husserl, então, aponta o equívoco do método filosófico de Descartes ao desconsiderar a relação sujeito-objeto. O sentido da busca por uma única verdade, para Husserl, é pouco válido mediante a um mundo percebido de acordo com as experiências de cada ser. São essas experiências e a percepção da consciência sobre o mundo que concretiza a realidade e para analisá-las é necessária uma redução fenomenológica (SILVA, 2009).

Para elaborar uma filosofia radical e sem pré-conceitos é necessário, segundo Husserl, fazer uma redução fenomenológica. Esta redução consiste em colocar toda a existência do mundo dado pela atitude natural entre parênteses, porque dele não podemos extrair nenhuma verdade apodítica. Na atitude natural, estamos voltados para o mundo, no qual nos encontramos e admitimos que todas as coisas presentes no mundo possuem uma existência em si, ou seja, existem independente do sujeito que as percebam, embora possamos representá-las na consciência. (SILVA, 2009, p.46)

Para Dardel (2001[1962] p.35) a relação da existência e da realidade geográfica parte das inquietações do eu, sendo então cada sujeito possuidor de percepções sobre o espaço vivido e, por isso, a realidade geográfica para o homem é o *lugar* onde ele está, onde sua presença é atraída. Tal realidade se desenha na subjetividade através de símbolos “sua *“objetividade” se estabelece em uma subjetividade que não é pura fantasia”*.

É do lugar, segundo Dardel (2001[1962]), a base da nossa existência onde tomamos consciência, pois é lugar (a Terra) que se estabilizamos a construção do ser.. Não há como abancar o ser sem que haja uma base para tal existência.

A Terra, como base, é o advento do sujeito, fundamento de toda a consciência a despertar a si mesma; anterior a toda objetivação, ela se mescla a toda tomada de consciência, ela é para o homem aquilo que ele surge no ser, aquilo sobre qual ele erige todas as suas obras, o solo de seu hábitat, os materiais de sua casa, o objeto de seu pensar, aquilo a que ele adapta sua preocupação de construir e de erigir (DARDEL, 2001[1962], p.41)

O aprofundamento nas questões existenciais do ser humano na relação ser-no-mundo é possível através do método fenomenológico onde a apreensão da realidade é feita através das observações dos fenômenos. Baseia-se na fenomenologia como estrutura filosófica e conceitual a procura de entender como as atividades e fenômenos manifestam a qualidade do pensamento humano. A fenomenologia como

aporte metodológico da geografia humanista busca analisar, com uma descrição rigorosa, o mundo vivido da experiência humana e com a intencionalidade reconhecer as “essências da estrutura perceptiva”. Desta forma sustenta a geografia humanista na reflexão sobre as relações sociais em relação ao meio ambiente e que refletem nas relações culturais e sentimentos, a fim de compreender o espaço geográfico como espaço de vivência. A fenomenologia busca ampliar a compreensão da realidade no sentido (ROCHA, 2007).

(...) a fenomenologia busca aquilo que se apresenta como o princípio básico do pensamento filosófico, que é ampliar incessantemente a compreensão da realidade, no sentido de apreendê-la na sua totalidade, destacando a importância das percepções, dos fatos socioambientais, e por fim da intersubjetividade do pensamento, que, como um todo, constitui nosso mundo-vivido, o qual envolve as histórias, os sentimentos, os valores, etc. A fenomenologia tem a ver com os princípios e as origens do significado e da experiência. É concernente a fenômenos tais como ansiedade, comportamento, conduta, religião, lugar e topofilia, que não podem ser compreendidos somente através da observação e medição, mas que devem primeiro ser vividos para serem compreendidos como eles realmente são. (ROCHA, 2007. p.5).

o primeiro autor que relacionou as possibilidades do uso da fenomenologia na geografia foi DARDEL em 1954 em obra intitulada “O homem e a Terra”. A obra de Dardel só foi desvelada para o mundo acadêmico internacional a partir de Tuan e Relph em 1970, que a distinguiu como um procedimento na descrição da complexidade do cotidiano na experiência humana, tendo como base “as coisas mesmas”. A descrição fenomenológica não deve explicar os fenômenos da experiência imediata, a modo de que o geógrafo deva excluir suas crenças e tentar se colocar na posição daqueles que vivenciam o fenômeno (SOUZA MELO,).

Assim, a intencionalidade e a intersubjetividade fenomenológicas são usadas na geografia como a possibilidade de não trabalhar com sujeitos isolados no mundo, mas que possuem um modo de existir, perceber e dar existência ao mundo a sua volta, sendo tarefa do geógrafo através da redução fenomenológica e eidética desvendar as

essências e suas correlações, entendendo desta forma a verdadeira constituição do mundo.(SOUZA, MELO).

É a partir da vivência a partir do cotidiano, da relação intrínseca do ser humano com o espaço, tempo e lugar, que este trabalho segue buscando compreender a *geograficidade* –neste caso, o mundo da existência humana constituído a partir do cotidiano do Mercado Municipal e na sua constituição como espaço público. Aí está o grande desafio para uma jovem pesquisadora, conseguir através das experiências abordar um conceito essencialmente político como de espaço público e constituir o Mercado como um espaço público de cultura. Essa é a discussão do próximo capítulo.

CAPÍTULO 2 – OS MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS COMO UM LUGAR: “O MERCADÃO”

2.1. As transformações urbanas e o papel do mercado

Como falamos anteriormente, a geografia humanista nos permite trazer para as lentes da observação da pesquisa os elementos da experiência, da vivência e dos sentidos através de uma descrição rigorosa dos fenômenos a partir do lugar e da relação do indivíduo com o mesmo. Como parte deste processo de aproximar este método com o planejamento urbano é necessário trazer elementos que auxiliem na construção da análise sobre mercados como forma e parte processo das transformações urbanas em alguns casos do mundo de uma forma geral e em Campos dos Goytacazes.

Munford (2004, p.85) assinala que as formas clássicas como a praça aberta ou o bazar coberto, e a rua das barracas ou lojas, são encontradas em torno dos anos 2000 a.C. Em cidades como Ur, por exemplo, era existente a identificação da “rua do mercado”, mostrando que para além de uma atividade de troca, ele era reconhecido e significado na cidade.

O mercado – com suas trocas de produtos agrícolas e manufaturados - junto com as estradas e os rios foram essenciais para a dinamização das cidades pois condicionaram a estabilidade da população e a fixação de estabelecimentos adquiridos através da atividade do comércio e do abastecimento de alimentos. Todas as culturas utilizaram dessa forma de troca de produtos e a condição de existir esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado, dependia das mercadorias e da necessidade de efetuar trocas com certa frequência, 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. (MUNFORD, 2004, p.85; PINTAUDI, 2006, p.84)

Os mercados são formas espaciais que se caracterizam pela troca desde o começo da estruturação das cidades, entretanto, as formas espaciais sofrem metamorfoses de acordo com as mudanças de usos. Os mercados eram os locais

importantes para o abastecimento de uma variedade de produtos, já que espacialmente a atividade era concentrada, além de representarem momentos de trocas não materiais que contemplavam outras partes da sociedade. Muitos dos mercados tiveram sua gênese nas feiras que terminaram se estabelecendo em construções porque a reprodução da vida na cidade e/ou região necessitava de um contínuo suprimento de alimentos. É a partir do século XIX que locais de vendas sofrem alterações expressivas através da concentração e centralização do capital privado (PINTAUDI, 2006).

No final do século XIX e ao longo do século XX, constituiu-se através da institucionalização da razão, na ciência, uma visão fragmentada da realidade, a partir de especializações, categorizações e métodos. A cidade não ficou distante dos estudos de historiadores, economistas, demógrafos, dos sociólogos (Lefebvre; 2001, p.43). As teorias que buscavam analisar a complexidade urbana para dar-lhe melhorias e planejamento foram bases para a intervenção do Estado e da sociedade no século XX. (MONTE-MOR; 2006).

As intervenções urbanas com bases científicas começam a partir do final do século XIX, nas metrópoles europeias e em colônias como o Brasil. Em 1867, Cerdà – engenheiro urbanista responsável pela reforma na cidade de Barcelona e pela implantação de infraestrutura sanitária, sistema viário e sistema de quarteirões integrados em praças – publica sua Teoria Geral da Urbanização e consolida princípios técnicos sobre engenharia urbana. O plano Haussmann é uma das influências da Teoria Geral da Urbanização mais conhecidas e se caracterizou pela arbitrariedade e autoritarismo na destruição de áreas tradicionais da cidade e pela incorporação das preocupações higienistas que caracterizam a ideia de cidade moderna, com construção de bairros na periferia para tirar a população mais abastada do centro (MONTE-MOR; 2006).

Segundo Monte-Mor (2006), no final do século XIX no Brasil, as ideias de modernidade e progresso junto com o plano Haussmann influenciaram planejadores como Pereira Passos, Prestes Maia e Saturnino Brito. Capitais como Belém, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo sofreram grandes intervenções urbanas com preocupações sanitárias e estéticas. Além das capitais, cidades do interior do Brasil

como Campos dos Goytacazes tinham grupos políticos-econômicos que se preocupavam com a distância do progresso e que, por isso, desejavam traços da modernidade no espaço da cidade (ALVES. 2006)

Como aponta Pintaudi (2006) nas cidades europeias como Paris e Barcelona a fixação dos mercados data ainda no período medieval, mas é a partir do século XIX que começam a ser edificadas. Em Barcelona o primeiro mercado data de 1217, chamado de *Boqueria* tinha uma organização interna e se instalava ao lado da muralha. Em 1835, o mercado é edificado e coberto, mas em 1882, devido a um incêndio, o espaço do mercado é ampliado sendo necessário a desapropriação de quatro casas. Existente até hoje, é o maior mercado de Barcelona. Já o primeiro mercado pensado e concebido edificado foi o Santa Caterina, localizado no centro da cidade, sua estrutura contava com a novidade em construções de edifícios, a introdução do ferro. Em Paris o mercado *Le Halles* implantado em 1137 pelo rei Luís VI, o grande, é alvo de modificação com o plano Haussmann em 1851 com a construção de um novo espaço com constituído de ferro e vidro. O *Le Halles* se transforma em um prédio de arquitetura atrativa para turistas mas em 1959, o mercado não resiste as transformações da cidade de Paris e é condenado à transferência do centro. Em 1971 demolem o prédio do Antigo *Le Halles* e em 1979 é inaugurado um grande complexo com lojas, salas para escritório, restaurantes, etc .

No Brasil nas cidades de São Paulo e Belém, por exemplo, os mercados são existentes como lugares que carregam memórias e as peculiaridades da atividade do comércio. Em São Paulo a partir do fim do século XIX, a industrialização no Brasil se intensifica e São Paulo é marcado como o território ascensão por este momento. Embora o registro do primeiro mercado com atividade frequente data do século XVIII, quando foram construídas as casinhas na que vendiam alimentos não perecíveis na “ Rua da Quintanda”, o primeiro mercado municipal é inaugurado em 1860 e é designado a atender as novas dinâmicas urbanas, se encontrava próximo ao rio Tamanduateí, onde chegavam os produtos, e até hoje se encontra no mesmo local. (PINTAUDI, 2006)

No caso de Belém, o mercado Ver-o-peso foi solicitado para o rei de Portugal em 1687 pelo governador e capitão general do Estado do Maranhã e do Grão-Pará, sob

objetivos fiscais para cobrar impostos sobre as mercadorias. O Ver-o-peso acompanha as mudanças urbanísticas de Belém por três séculos sem muitas alterações até que, no auge da exploração da borracha, com obras destinadas a melhorias e modernização, foi introduzido um mercado pré-fabricado em ferro trazido da Inglaterra e uma maior área. Até hoje o mercado Ver-o-peso além de ser um ponto turístico de Belém, enfrenta também a pressão da nova configuração urbana da cidade para que possa ser alterado. (LEITÃO & RODRIGUES, 2011)

Observa-se que a partir do fim do século XIX as cidades apresentadas tiveram uma dinamização do comércio ou indústria e adotam o mercado com estruturas metálicas como um símbolo de modernidade e parte do processo das reformas urbanas. O mercado municipal como uma forma é consequente de um de períodos históricos onde o produto do planejamento urbano Além de um prédio arquitetônico sem restauração, a forma do mercado carrega pessoas, não todas, mas determinado tipos de pessoas.

2.2 O MERCADÃO: da feira ao projeto urbanístico contemporâneo

Em Campos dos Goytacazes, a trajetória histórica do mercado, por diferentes locais até a sua atual localização conjuga com a expansão e declínio do centro histórico ,como também participa do projeto de revitalização do mesmo. A atividade de mercadejar verduras, carnes e peixes tem seu princípio desde os tempos da colônia, começou no Largo das Verduras (Figura 1) e o no Largo do Capim, onde o primeiro se localizava próximo a Igreja do Rosário e o segundo à margem do rio Paraíba do Sul. A escolha de tais lugares foi uma deliberação da Câmara Municipal em 1850 cujo, segundo o poder público, seriam locais ideais para se venderem qualquer tipo de objeto. (FREITAS,2006)

Entretanto,

Situada numa área comercialmente privilegiada, diversas foram as tentativas de tirar da Praça das Verduras a função de mercado. Entre as seguidas investidas promovidas no decorrer do século XIX, a que

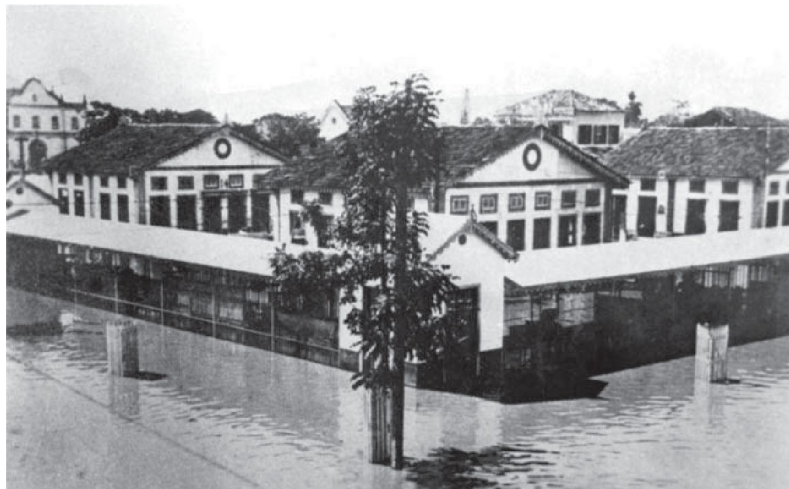
esteve mais próxima de alcançar êxito surgiu com a proposta de transferência do mercado para o Largo do Rocio. (Silva & Miranda, 2011, p.193)

A autorização para a construção de um mercado no Largo do Rocio com infraestrutura foi dada pela Câmara em 1855 mas devido os atrasos burocráticos e a execução da obra, o nova “Praça do Mercado” foi inaugurada em 1880. Apesar de ter uma área coberta, a construção não sanou os problemas de salubridade oriundos das enchentes que inundavam o mercado e a área ao redor (Figura 2). (FREITAS, 2006)

Figura : Praça das Verduras



Figura 2: Mercado do Largo do Rocio



De acordo com Alves (2006), o desejo das elites e a não obtenção do patamar de capital fluminense na década de 1880, permitiu que a reflexão sobre políticas públicas relacionadas com reformas urbanas modernizadoras fossem pautadas de acordo com ideias de progresso, seguindo os padrões europeus. O projeto de reforma urbana de Saturnino Brito, a pedido de prefeito Benedito Pereira Nunes médico, integrante da Associação Comercial e presidente da Câmara Municipal significava a construção do

caminho rumo ao progresso e da modernização estética e tinham como eixo uma reforma sanitária e os símbolos da civilização.

Com o saneamento da cidade, com a garantia a ordem material e moral, a reforma o mercado de peixes e alimentos e controle das classes populares, o poder público garantia os interesses da elite local. A reforma urbana conduziria ao plano de ser uma cidade moderna, com marcas que a legitimavam como política fluminense (ALVES; 2011, p. 7) . A transformação urbana baseada na ideia da modernidade não só implantou um novo mercado, como um matadouro modelo, extensão da rede de água e esgoto, calçamento e alargamento de ruas e aterro da Lagoa do Osório ou Furtado, na área central da cidade. (PAES, 2006)

Com propósitos de modernização urbana operacionalizada na reforma de Saturino Brito, um novo mercado começou a ser construído somente em 1918 sendo inaugurado nove anos depois, em 1927 (Figura 3 e 4). Com detalhes arquitetônicos parisienses foi pensado de acordo com padrões sanitários e comerciais do período. Desde então, o local do mercado não foi mais alterado além da adição do espaço da feira na década de 1980 devido a quantidade de feirantes que ficavam ao redor do mercado (Figura 5), nenhuma reforma foi registrada. (FREITAS, 2006)

Figura 3: O "novo" mercado



Figura 4: O "Novo" Mercado



Figura 5: Mercado e os feirantes ao redor do prédio



Deste modo, observa-se que no planejamento urbano os mercados públicos foram inseridos em o modelo de progresso e modernidade imposto em tantas cidades no final do século XIX e começo do século XX. Mas o mercado é além da forma construída pelo poder público em determinado período, os mercados fazem parte da vida urbana como um elemento de ligação que está além da produção e venda de gêneros alimentícios para suprir as necessidades diárias de alimentação, a ligação se faz a partir do sistema de gosto a partir das experiências sensoriais.

2.3 Experienciar o Mercado

Para Tuan (2012, p.18), a experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras por meio das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade. A experiência é aprender a partir da vivência, significa atuar sobre o dado e criar a partir dele e embora não temos como conhecer a essência do que é dado temos a possibilidade de ter o conhecimento sobre uma realidade: constructo da experiência e uma criação de sentimento e pensamento. Experienciar ativamente é ultrapassar o perigos, é aventurar-se no desconhecido, na incerteza e na ilusão.

O paladar, a audição, o tato, olfato, a visão e a experiência permitem aos seres humanos terem sentimentos intensos pelo espaço e pelas qualidade espaciais. Mas, embora utilizemos (quando podemos) todos os sentidos, são a cinestesia, a visão e o tato os sentidos capazes de tomarmos a consciência do espaço, Tuan (2012, p.21) explica que:

O espaço é experienciado quando há lugar para se mover. Ainda mais mudando de um lugar para outro, a pessoa adquire o senso de direção. Pra frente para trás e para os lados são diferenciados pela experiência, isto é, conhecidos subconscientemente no ato de movimentar-se. O espaço assume uma organização coordenada rudimentar centrada no eu, que se move e se direciona

Andar para um lado e para o outro do mercado é observar a organização dos permissionários, dos frequentadores e dos passantes, é entender que nome mercado ultrapassa a denominação do prédio arquitetônico. O “Mercadão” como é popularmente chamado, compreende todo os espaços da peixaria, da feira, do prédio histórico, dos estacionamentos e seus bares ao redor. Andar para lá e para cá é perceber também que o mercado junto com Shopping Popular Michel Haddad, as ruas dos produtos baratos Barão de Amazonas e a João Pessoa, formam um complexo comercial varejista carregado de símbolos do comércio informal e da cultura e arte popular. As ruas dos preços baixos (citadas acima) também são parte do caminho de muito que descem na

rodoviária Roberto Silveira e do Terminal da Avenida XV de novembro, ambos são pontos finais de muitos ônibus que vem da zona rural e periférica da cidade: o mercado é um espaço de interações.

Movimentar-se no mercado nos horários de atividade do comércio sua! Independente do sol à pino ou do céu que ameaça a chuva, o espaço é quente. O calor parece que se intensifica quando os raios solares ultrapassam a cobertura metálica, é presente nos corredores estreitos e sempre com gente da feira, no asfalto quente que o rodeia e pela umidade presente do prédio histórico. A ação intensa do calor nos produtos produz cheiros. O odor, segundo Tuan (2012) mostra o caráter a objetos e lugares, os distinguindo. Os cheiros das carnes frescas e defumadas dos açougues, das ervas finas, da peixaria, das verduras, dos legumes e das frutas na feira e o cheiro do churrasco dos bares se misturam entre notas perfumadas e cheiro de podridão. A sensação de sentir o odor de podre, inclusive, inibe muitos que passam de cara feia ou com dedo no nariz aos arredores do mercado, principalmente ao lado peixaria e do ponto de ônibus da avenida que curiosamente é conhecida pelo odor levemente parecido com o de esgoto nos dias mais quentes, a avenida Beira-Valão (José Alves de Azevedo). Dentro do prédio histórico o cheiro de mofo das paredes, de fritura das pastelarias e lanchonetes e de ervas das lojas de artigos religiosos são tão presentes quanto estrutura metálica visível.

De acordo com Tuan (2012, p.26) “o som dramatiza a experiência espacial” e contribui para a construção de noção de distância. O som do mercado se mistura com o do cotidiano da cidade: o barulho dos apitos dos guardas-municipais trabalha próximo aos assobios dos flanelinhas entre as buzinas do carros em um transito caótico. Passar pelo mercado é ouvir a todo instante um comerciante te abordando para ver ou experimentar os produtos, como as bancas onde se localizam os comerciantes de biscoitos. Os bares a partir da tarde aumentam o seu som ecoando para as proximidades som dos ritmos do pagode, sertanejo ou arrocha. Nos finais de semana encontra-se o som do cantor independente de música gospel vendendo seus cds e os encontros mensais de capoeira do Mestre Peixinho.

Ir para um lado e para o outro é ser abordada para comprar um celular suspeito, sem caixa ou nota fiscal, é observar estabelecimentos peculiares como um que só vende

café e pão na chapa mas que é ponto também para apostas no jogo do bicho, é ver uma chapelaria que só resiste pela tradição e pelas vendas de outros produtos que não são chapéus, como seda, incensos, colheres de pau e bacias. Sentir o mercado é senti-lo diferente nos diferentes turnos de movimento.

A partir das 18 horas muitas bancas e lojas do prédio histórico estão fechadas, mantêm-se o movimento de algumas bancas que ainda estão arrumando seus produtos e os bares, que no final do dia ficam mais cheios. No estacionamento que se encontra lotado por todo dia, os espaços vazios e o movimento lento de carroceiros que buscam papelão e caixotes é mais visível. Nas sextas, no bar do lado da avenida Formosa (Tenente Coronel Cardoso) torna-se ponto de encontro também para músicos e trabalhadores (apreciadores) do samba e do pagode, a sensação é de comemoração pelo descanso.

Pelo começo da madrugada, a partir de 01:00h da manhã, pequenos carros com jato d'água passam pelos corredores suados de resto de comida e pisadas, o mercado começara sua rotina de preparo para mais um dia. Os caminhões de pequeno porte e caminhonetes antigas com hortaliças, legumes e verduras estacionam em frente ao ponto de ônibus numa avenida Beira Valão muito tranquila. A partir de 02:00 da manhã o ambiente é de negociação e carregamento de caixas, chegada também dos caminhões frigoríficos com peixes. Naldinho³ que tem 20 anos de mercado, trabalha somente com o carregamento dos peixes, informou que os caminhões são de sua maioria de Grussaí, Atafona e Gargaú. Relatou também que vendedores que não são do mercado aproveitam o momento para negociar atacado com o fornecedor diretamente. O ambiente de negociação se mantém como um espaço extremamente masculino, se tornando um lugar hostil neste horário a uma mulher sozinha, caso desta pesquisadora que vos fala. Mas, mesmo passando este clima, era possível observar no mercado algumas gargalhadas, mulheres de sandália rasteira e vestidos ou shorts curtos no lado da rua João Pessoa. Pela hostilidade nunca observei o campo com calma, aproveitava o horário após ao emprego informal no caminho para casa ou para o lanche debaixo do viaduto Manoel Brizola, para observá-lo. Mesmo com o medo passado pelas ruas muito escuras e baixo movimento, o mercado junto com a prostituição das ruas do centro, o lanche embaixo

³ Entrevista (sem áudio) realizada no dia 10/10/2016

do viaduto Manoel Brizola e São Salvador com os Skatistas e os recentes caçadores de Pokémon Go, participa de uma silenciada paisagem noturna do centro antigo.

Às 04 horas da manhã os permissionários das bancas começam a chegar para arrumar suas praças, a parte da peixaria é a primeira ficar pronta. Às 5 horas a maioria das bancas da área da feira estão em processo de organização. Às 6 horas grande parte das lojas do mercado ainda estão fechadas, mas os consumidores ou os passantes começam a chegar. A parte da manhã é a mais cheia nos finais de semana onde além das lojas e bancas é possível também encontrar cantores/vendedores de música gospel independente com seu cd gravado na própria casa, como também – aos domingos – roda de capoeira do mestre peixinho na parte interna do prédio do mercado.

O horário do almoço, para muitos, começa a partir de 10:30 a 11:00 da manhã, neste horário é possível observar as marmitas sendo retiradas de sacolas, bolsas ou mochilas e também a chegada dos entregadores de quentinhas. O movimento nos corredores estreitos diminui. Principalmente nos dias mais quentes, é notável os corpos cansados sobre algumas bancadas após a refeição, é a partir do horário de almoço também que é observado a troca de alguns vendedores das bancas, muitos mais jovens, os abordados informalmente em uma compra ou dúvida sobre o preço (propositalmente) mostram-me que a relação de parentesco é presente também com os novos membros da família.

Uma marca já peculiar da planície, a temperatura elevada, principalmente no centro da cidade, junto com as ruas estreitas onde pedestres e carros competem por espaço, o barulho já citado do apito do guarda municipal na sua função de organizar a avenida Formosa e da Beira-Valão marcam o período da tarde. O ambiente quente prejudica os produtos, as hortaliças ganham mais jatos d'água feitos através das tampas furadas das garrafas pet's e na parte da peixaria chegam sacos de gelo para repor os isopores já com quantidade de água do degelo razoável. A perda de produtos é levado como um clique natural pros feirantes, por isso muitos fazem acordos de consignação com seus fornecedores para que se diminua o desperdício e deixam com naturalidade produtos para a xepa.

Se o espaço se torna lugar a partir dos significados e definições que lhe são atribuídos (TUAN, 2013), o Mercado se encontra identificado por esta fração de escala através do mundo de significados produzidos a partir da vivência com ela. Definir o mercado como lugar é identificar uma centro de significados presente nas transformações urbanas é um lugar com corpos que carregam experiência e constroem a essência do lugar (RELPH, 2013).

Esta colocação do Mercado como um lugar é fundamental para a discussão do seu uso como um espaço público de cultura perante as forças novas formas de trocas comerciais como os shopping centers e os supermercados. O que faz o mercado permanecer e como ele se estabelece em outras cidades do Brasil e do mundo? Se atualmente os mercados se perpetuam no espaço, deve-se ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas. Nos exemplos como o de Paris foi com a modernização e dinamização das estruturas e das atividades comerciais, mas em cidades como São Paulo e Belém, a ligação dá-se através da valorização do passado, da tradição, dos velhos costumes.

CÁPITULO 3 – O MERCADO COMO UM ESPAÇO PÚBLICO DE CULTURA

A discussão sobre espaço público é recente na geografia, de acordo com Valverde (2007), o conceito de espaço público tem sua matriz na ciência política moderna, com forte inspiração na Grécia Antiga, onde se discute o espaço público como lugar da política e da comunicação. Isto fez com que a ciência geográfica tivesse dificuldade de superar os limites conjunturais de associação da noção de espaço público com Estado, identidade nacional, leis, ordem, instituições e administração pública.

A noção clássica do espaço público de filósofos como Hannah Arendt e J. Habermas reflete sobre a condição de espaço político do espaço público, porém sendo superficiais nas dimensões espaciais e sociais do mesmo. Para Arendt, a dicotomia entre uma esfera pública e uma esfera privada no pensamento grego seria uma forma essencial de organizar a vida na cidade e de cuidar do bem comum e da liberdade. Mesmo utilizando o termo espaço, o que é discutido por Arendt é a esfera política, o "lugar da política" dos homens iguais, o espaço não possuía nenhuma importância específica, sendo apenas a estrutura reflexiva de uma ordem social pré-definida, sem qualquer valor próprio" (VALVERDE, 2007)

A esfera privada para os gregos estaria quase restrita a casa (Oikos), a noção de que um conjunto de atividades relativas do indivíduo com a família e sua sobrevivência de forma objetiva e subjetiva, no qual teria obrigações no lar e na sobrevivência ao mesmo tempo que chegara a ser controlado e diminuído pelos seus laços de parentais ao mesmo tempo que é obrigado e controlado pelos laços parentais e da organização do lar, a esfera privada se traduziria em uma prisão.

O espaço público para Arendt (apud Serpa, 2012) é o lugar da vocação política e de expressão de modos de subjetivação não identitário, em contraponto da esfera privada com os territórios familiares e de identificação comunitária. Para Habermas, o espaço público seria por vocação o lugar do agir comunicacional, o domínio historicamente constituído pela controvérsia a democrática e do uso livre. (SERPA, 2012)

Para Berdoulay o espaço público seria um produto material que revelaria uma capacidade de comunicação dos sentidos da vida pública dentro do planejamento, de uma visão do futuro de uma sociedade, segundo a interpretação dos seus governantes e as possibilidades de conjuntura social. Seria papel da Geografia analisar a qualidade destes espaços, mensurar os limites simbólicos, entender seu sentido político institucional e analisar sobre a aceitação desta proposta por parte do poder público. A necessidade de superação do conceito de território na análise do espaço público é fundamental para Berdoulay, que defende que o que estaria em evidência no espaço público seria o lugar. (VALVERDE, 2007)

O espaço público é concomitantemente um lugar material e imaterial. Como espaço físico pode ser uma praça, uma rua, um shopping, onde regras são estabelecidas por instituições públicas e/ou privadas com acesso aberto a população. Como espaço de vivência produz sentimentos íntimos que coabitam com as diferenças individuais construindo e constituindo um sistema de signos e imagens. (GOMES,2012)

O espaço geográfico é concebido por objetos intencionalmente estabelecidos para a prática de certos fins intencionalmente fabricados e localizados. Com a sociedade e a economia globalizada o espaço é imbuído de novo significado. Assim, assume importância essencial pois torna-se como um todo em uma força produtiva. (SANTOS, 2002)

Neste contexto, o espaço urbano capitalista é fragmentado, articulado, reflete a sociedades e suas contradições, é campo de lutas e disputas e cheio de símbolos. O espaço urbano é produzido pelos agentes: Estado, Promotores Imobiliários, Donos de Terra, Donos de Meios de Produção e pelos Grupos Excluídos. Os quatro primeiros são agentes econômicos e políticos e os grupos sociais excluídos são aqueles se apropriam do espaço que não há interesse - a priori- dos demais agentes e estão à parte do público de consumidores dos grandes produtos espaciais dos demais agentes. (CORRÊIA, 2004).

Não obstante, Serpa (2008, p. 174) afirma que o espaço público é o espaço da ação política ou da possibilidade da ação política, mas que contrasta nas cidades contemporâneas o fato do espaço ser cada vez mais disputado e conflituoso devido ao

processo de incorporação dos espaços públicos urbanos como mercadorias para o consumo, dentro da lógica de produção e reprodução do sistema capitalista na escala mundial. Pois ainda que sejam adjetivados como públicos, poucos se beneficiam desses espaços teoricamente comuns a todos.

Para Serpa (2012) na discussão sobre espaço público, material e imaterial (forma e conteúdo) são de forma conjunta produto e processos auto-condicionantes, auto-relevantes e historicamente determinados.

De acordo com GOMES (2012) o espaço público corresponde à dimensão espacial da política em sociedades democráticas ou republicanas .O conceito de espaço público relaciona-se ao da democracia moderna e à esfera pública, ao reino da opinião e da ação coletiva na qual a construção do conceito foi influenciada pelas discussões de Habermas sobre a esfera pública onde afirma que é a organização política que institui o espaço público.

De acordo com Gomes (2012) a política é entendida como a atividade que permite a vida em comum, compartilhada, respeitando as diferenças individuais e os conflitos que surgem nessa coexistência. Nesse modo, os espaços públicos são lugares onde os problemas assinalados e significados, um terreno onde se exprimem tensões, o conflito que se transforma em debate, e a problematização da vida social é posta em cena. Ele constitui, por isso, um espaço de debates, mas também um terreno de reconhecimento e de inscrição e de inscrição dos conflitos sociais. Por este motivo, esses espaços são marcadores fundamentais da transformação social.

Para Gomes (2012) outra característica é que as atividades do indivíduos adquirem o estatuto de públicas na medida em que se manifesta o princípio da publicidade, ou seja, da capacidade do indivíduo de fazer uso de sua razão em público sem obstáculos, de confrontá-la com outros indivíduos e, assim, contribuir na constituição de uma opinião pública. Assim, o espaço público é o lugar onde institui o debate, onde os conflitos tomam a forma pública, onde podem surgir soluções e compromissos, onde os problemas adquirem visibilidade e reconhecimento. Essas duas

qualidades são, ao lado da acessibilidade regulamentada e da isonomia, fundamentais atributos do espaço público.

Gomes (2012), sintetiza que esse espaço público é o terreno permanente de tensão entre as diferenças e a possibilidade da vida comum. Ele aparece, por isso, como condição primeira de expressão de uma individualidade que deve conviver com um universo plural – ele depende, pois, da permanente reafirmação do contrato social que o funda.

3.1 Um espaço público de cultura?

O conceito de cultura é polissêmico em definições e práticas e não está restrito a uma única área de conhecimento. A origem etimológica do conceito de cultura tem sua raiz inglesa *coulter*, do latim *culter*-relha de arado. Herda-se a origem do significado de "Cultivo" remetendo-se a identidade do homem sedentário, agricultor. O deslocamento do conceito de Cultura para além da ideia de cultivo e agricultura ocorreu lentamente e está relacionado com a mudança histórica da própria humanidade - do rural para o urbano (MIRANDA & ROCHA, 2011).

No espaço, a materialização das crenças, valores, costumes e ideias não deve ser concebida somente como reflexo das condições sociais de existência, mas como um reflexo, mediação e essencial na condição social de existência (CORREIA, 2003). Os tipos de produtos agrícolas, a comida, os artesanatos e artigos religiosos – destaque para a religião afrodescendente. - como também costumes dos inquilinos e fregueses fazem parte do sistema símbolos e significados do mercado produzido ao longo de um tempo histórico e legitimadores da identidade do lugar.

Em 2011 em Campos dos Goytacazes, a prefeitura no Governo de Rosinha Garotinho apresentou um projeto de revitalização do centro histórico onde o mercado municipal teria o prédio reformado e seu entorno reorganizado. A reforma implicaria na recuperação e preservação de itens antigos do projeto original, como as mãos-francesas, moldadas em desenho artístico em ferro fundido. Além dos reparos na alvenaria, intervenções nas redes de esgoto, elétrica, hidráulica (de água potável), no piso, no

vigamento e na estrutura que suporta o telhado, bem como na substituição das telhas desgastadas pela ação do tempo. (PORTAL DA PREFEITURA DE CAMPOS, 2011).

Sobre o interesse na revitalização do espaço urbano, Abreu (1998) aponta que a valorização do passado é algo inédito presente nos últimos anos do século XX. Se durante muitas décadas do século passado buscavam-se inovações na arquitetura, um movimento de valorização da memória das cidades de forma generalizada no mundo reflete a emergência de uma nova relação de identidade, pois a valorização do passado se relaciona com o fim da era do otimismo ilimitado pelo futuro, iniciada no iluminismo focada na ideia de futuro e progresso. A capacidade de autodestruição humana provida das guerras, holocaustos, crises ambientais, de fome foi percebida pela humanidade e a valorização da memória corresponde um momento de ruptura cujo a crise de concordância sobre o que foi feito no período passado é posta.

Com o projeto (Figura 6) aprovado pelo COPPAM em 2014 é anunciado que as obras do Mercado Municipal e do Shopping Popular Michel Haddad serão iniciadas. Para que fosse possível o início das obras seria necessário a transferência das atividades dos espaços. O Shopping Popular seria transferido para uma estrutura provisória no Parque Alberto Sampaio e para o mercado seria construído um espaço para sua transferência de suas atividades. (PREFEITURA DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, 2014)⁴

Entretanto, as iniciativas da prefeitura são recebidas com resistências por órgãos como o Observatório Social, a Associação de Imprensa Campista (AIC), o Instituto Histórico e Geográfico de Campos (IHGC), o Centro Universitário Fluminense (Uniflu) e Rotary Club. Para as entidades a aprovação deveria ser revista por ir de encontro à Lei nº 8487/13, elaborada pelo Coppam, que priva qualquer forma de bloqueio ou obstáculo próximo a bens tombados não podendo assim nada interferir na ambiência urbanística do bem tombado para que ele prevaleça na paisagem. (FOLHA DA MANHÃ, 09/05/2015)⁵

⁴ Sítio acessado em 21/11/2015

⁵ Sítio acessado em 21/11/2015

Figura 6: Projeto apresentado na reunião com os conselheiros do COPPAM



A relação dos permissionários também foi de resistência, como foi visto no trabalho de campo, os trabalhadores não são contra a reforma mas sim contra a forma como ela foi trazida pelo poder público. A construção de espaço provisório de acordo com Sidney Garzez⁶ não continha, por exemplo, as câmaras frigoríferas para os açougues além de ficar em uma esquina com movimento baixo comparado ao histórico local.

3.2 Se A Beleza Está Nos Olhos De Quem Vê, Qual É A Beleza Do Mercado?

Para entender a relação dos permissionários com o mercado e com a reforma indicada pelo poder público, fomos à campos colher entrevista para que ajudassem na compreensão deste centro de significados e forma do planejamento urbano. Foram questionadas cinco perguntas (ANEXO) que se baseavam nas transformações vividas e por isso, sentidas, sua perspectiva de melhora e qual é a beleza vista no mercado pelo permissionário.

A ida ao campo não foi floreada, as caras feias e em silêncio que indicavam negação a fazer entrevistas e o velho “não” foram presentes, assim como a necessidade de identificação junto com a carteira da universidade (principalmente no período anterior às eleições municipais) para se fazer a entrevista. Além disso, muitos não autorizaram a gravação da entrevista tendo que ser feita à mão, perdendo uma riqueza

⁶ Entrevista realizada no dia 23/10/2016 (sem áudio)

de detalhes. Mas os receios em dar opiniões a um desconhecido do dia-a-dia mostram, sobretudo, a presença de uma relação de ressalva entre a política municipal e o mercado.

Sobre as entrevistas colhidas observá-se

mercado Sidney Garcez

"O mercado para mim é um lugar agradável de trabalho, um lugar que me permite ter várias experiências com o ser humano porque aqui você encontra de tudo a qualquer pessoa. tem pessoas de nível superior e até analfabetas aqui dentro. Então é um treinamento muito grande você conviver com esse angulos de diferenças de um e outro, então para mim é um exercício muito bom de relacionamento"

A beleza do mercado é a própria origem do nome que canaliza a camada mas pobre, né!? porque o mercado centralizava essas camadas mais pobres para trabalhar e a sociedade foi crescendo e houve realmente um distanciamento de quem frequenta o mercado e quem frequenta os hortifrut. Você entra no Hort Fruit é eletizado, ar condicionado. No mercado você vê as pessoas mais humildes. e quem trabalha aqui são pessoas mais humildes fazendo compra e.. quem trabalha aqui são os mais humildes porque eles não tem vida civil, né? eles entram aqui 4 horas da manhã saem 20h da noite, vão para casa tomar um banho, cair e levantar às 3 pra chegar aqui as 4h. Então o local que cativa a gente, pq todos que trabalham no mercado trabalham além da cota normal para o ser humano,

"Justamente esse lado dificuldade de realmente receber um treinamento, que ainda não foi possível, para se tornarem comerciantes melhores. tudo que acontece de ruim na região o mercado é referencial, por exemplo, se alguém é assaltado perto da rodoviária dizem que foi próximo do mercado. O mercado também como a nova visão da cidade foi tirando determinados pontos de pessoas que trabalham com drogas, as prostitutas e como o mercado é público e aberto esse "povo" migrou para o mercado e temos que conviver com esse "povo". Não há realmente um trabalho que retire esse povo dessa vida que eles vivem. Então o mercado tem de tudo aqui, tem as pessoas que trabalham e que são honestas mas também tem as pessoas aqui dentro que sobrevivem de uma forma que a sociedade não gosta de ver."

Foi realizada entrevista da Barraca de legumes e verduras do seu rubens, o rubinho sá, barraca conhecida também como de rubens de márcia. O entrevistado trabalha desde os oito anos de idade no merca, possuindo cinquenta e um anos de mercado.

"Não é que eu trabalho (desde criança), eu acompanho desde 8 anos. Meu pai foi diretor daqui do mercado, foi administrador, meu irmão teve banca, eu vinha aqui ficar com ele e vim rebocando e vivendo daqui e... casei aqui.. e foi embora."

"A transformação é que de primeiro a gente não podia como lonar, tinha que guardar tudo. tabuleiro não era fixo, era montado e maior transformação foi essa né! porque a gente vivia no meio da lama, trabalhava no sol, isso em 70, 80, isso até... até o que... 80 pouco. antes de fazer a tapagem a gente, né, trabalhava no tempo. Trabalha e desmontava. Pra falar a verdade a gente até ganhava um pouco mais, né? Não tinha hortfruit e esse monte de coisa.

Administração mudou muito, né? Porque tinha gente que olhava pra gente, a prefeitura olhava mais pra gente, era mais administrado. agora praticamente não temos ninguém, o mercado está uma bagunça. A prefeitura hoje em dia não toma conta mais da gente.

Falta de administração é tudo! Administração geral, porque é tudo! Porque administração é que comanda tudo!

Nós não temos administração, não temos quem reivindicar. Todo ano de política vem um vereador perguntar o que a gente precisa, mas depois da eleição não aparece nunca mais volta."

- Aqui você não tem associação?

Lá é uma associação fajuta, só visa lado financeiro. mas você vê que é tudo a Bangu igual aqui do lado de fora

Tenda uma administração vamos ter um estacionamento, essas coisas que a gente precisa, porque aqui estamos entregue. o essencial que precisamos aqui é alguém que olhe o mercado pq estão fechando os olhos pro mercado, entendeu?

A reforma aqui no mercado não tem tanta necessidade de reforma, precisa de uma reforma na administração que possa impor, uma administração. Não é para tirar a gente daqui, assim, de pulso mas que proíba acontecer algumas coisa. por exemplo, eu tinha esse tabuleiro aqui e era mais avançado para frente, eles vieram aqui e me deram até

onde colocar. Preparei, deixei tudo direitinho..aí o povo voltou colocar pra frente..cadê alguém pra ver isso?

Sobre a reforma:

Teve uma reunião lá no rio branco com o Arnaldo, na época ele era prefeito. na época ele deu uma isenção de imposto que a gente pagava todo mês até uma reforma do mercado e até hoje não teve e até hoje ngm paga nada. eu queria pagar porque eu queria reivindicar. eu não tenho onde reivindicar, eu não pago nada!

(a beleza) é um patrimônio histórico ,né? um dos patrimônios históricos se chama mercado municipal. e uma beleza dos mercados é essa, é o mercado ser do povão. Aqui é. Outra é que se você vai ao supermercado e só acha um tipo de batata, aqui não, você vai ter variedade para comprar, do inferior do mais caro, mas a beleza do mercado é isso e do povão, é do povo. isso aqui ninguém paga nada para vim aqui, entendeu? anda de bicicleta, vem aqui comprar montado de bicicleta, vem com uma moto. E pra ir no supermercado, se vai como?

Referências Bibliográficas

ABREU, M.A. **Sobre a memórias das cidades**. Revista da Faculdade de Letras, Porto, v. 1, n. 14, 1998, p. 77-87

ARENT, H. **A condição humana**. 10ª Ed. São Paulo: Forense Universitária, 2004. 31-83p.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. 4ª Ed. São Paulo: Ática, 2004.

DARDEL, E. **O homem e a terra**. 4 ed. São Paulo: Vozes, 2005

FREITAS, R.B.F, **O mercado municipal de Campos dos Goytacazes: a sedução persistente de uma instituição pública**, 2006, 166p. Dissertação. Universidade Estadual do Norte Fluminense, Campos dos Goytacazes, 2006.

GOMES, P.C.C, **Espaço urbanos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço** In: CASTRO, I.E., CORRÊIA, R.L. e GOMES, P.C.C., (orgs) **Olhares geográficos - modos de ver e viver no espaço**, 1ªed, Rio de Janeiro, 2011. 189p.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. 5 ed. 2008: Centauro, 2010

MUNFORD, L. **A história das cidades**. 4ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004

PAES, S.M. **Os Impasses Da Revitalização Da Área Central Da Cidade De Campos Dos Goytacazes (1991-2005)**, 2006, 108p Dissertação. Universidade Cândido Mendes, Campos dos Goytacazes, 2006.

PINTAUDI, S.M. **Os Mercados Públicos: Metamorfoses De Um Espaço Na História Urbana**. Cidades, São Paulo, v. 3, n. 5, 2006, p. 81-100

RELPH, Edward. **Reflexões sobre a emergência, aspectos e essência de lugar**. In: MARANDOLA JR., Eduardo; HOLZER, Werther; OLIVEIRA, Livia (Orgs.) Qual o espaço do lugar? Geografia, Epistemologia, Fenomenologia. São Paulo: Perspectiva, 2012. p.17-32.

SANTOS, J. L. O que é Cultura. 14 ed. - São Paulo: Brasiliense, 1994

SERPA, A.C. **O espaço públino na Salvador Contemporânea** In: CARVALHO, IMM., e PEREIRA, GC., orgs. **Como anda Salvador e sua região metropolitana** 2nd. ed. rev. Salvador: EDUFBA, 2008. 228 p.

_____, A.C. **O Espaço Público na Cidade Contemporânea.** 1º Ed. São Paulo: Editora Contexto, 2007

TUAN, Y.F. **O espaço e lugar: a perspectiva da experiência.** 1º Ed (Brasil). Londrina: Eduel, 2013

Anexo 1 - QUESTIONÁRIO

NOME: _____

COMO É CONHECIDO: _____

IDADE: _____

TEMPO DE MERCADO: _____

FUNÇÃO: _____

1. Desde que chegou quais são as transformações que você acompanhou no Mercado?

2. Quais são os problemas que você sente no mercado?

3. O que você gostaria que melhorasse?

4. Em 2013 foi anunciado a reforma do mercado municipal e até agora não houve nenhuma alteração no prédio. Sobre este processo, houve participação nos debates? Qual é a sua opinião sobre o projeto?

5. O mercado é alvo de reclamações devido a organização do seu espaço e pela imagem produzida no centro. Acredita-se que a beleza está nos olhos de quem ver, por isso qual é a beleza do mercado para você?
