

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
MESTRADO EM MEMÓRIA SOCIAL E PATRIMÔNIO CULTURAL

**MERCADO CENTRAL DE PELOTAS:
A PERMANÊNCIA NO LUGAR DO CONSUMO**

PELOTAS

2010

GUILHERME RODRIGUES BRUNO

**MERCADO CENTRAL DE PELOTAS:
A PERMANÊNCIA NO LUGAR DO CONSUMO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Prof. Dr. Sidney Gonçalves Vieira – Orientador

PELOTAS

2010

Por

GUILHERME RODRIGUES BRUNO

Dissertação de Mestrado aprovada para obtenção do grau de Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural, pela Banca examinadora formada por:

Presidente: Prof. Sidney Gonçalves Vieira, Dr. - Orientador, UFPEL

Membro: Prof.^a Maria de Fátima Bento Ribeiro, Dr.^a, UNIPAMPA

Membro: Prof. Úrsula Rosa da Silva, Dr.^a, UFPEL

Pelotas, 2010

Dedico à memória dos meus falecidos tios Rui e Rosa André Bicho, como forma de reconhecimento ao tanto de amor e companheirismo que me dedicaram em vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao professor orientador, Dr. Sidney Vieira, pela competência e sensibilidade com que soube fazer emergir as virtudes deste trabalho, apesar das minhas limitações, única responsável pelas falhas possivelmente aqui encontradas. Agradeço também às professoras orientadoras das monografias de especialização, onde se iniciou esta pesquisa, as Dr.^{as} Ester Gutierrez e Neusa Félix. À professora orientadora do estágio em Buenos Aires, Dr.^a Mónica Rothman e à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), pela oportunidade de estudos na capital argentina.

Aos colegas de curso, em especial Andrea, Michel, Francine e Janaina, companheiros de estágio na UBA (Universidade de Buenos Aires), bem como à Janaína Xavier e Luciana Peixoto (essa última, em nome do Instituto Memória e Patrimônio), pelas informações compartilhadas, e a todos os demais colegas, pela inteligente presença em nossas aulas do Mestrado.

Ao meu chefe, o Secretário Municipal de Meio Ambiente de Bagé, Alexandre Melo, pelo grande apoio e incentivo prestados à realização desta pesquisa. Bem como aos demais colegas de trabalho, que não me deixaram esquecer de cumprir esta meta acadêmica.

À minha companheira Heleonisia Moreira, pelo carinho e tolerância com que sempre justificou minha ausência junto a nossa querida filha, Lilian Dalva. Aos meus pais, Oscar e Sônia Bruno, e ao meu irmão, Gabriel, por também incentivarem esta jornada, dentro do que lhes foi possível.

Aos amigos, muitos dos quais já mencionados, na forma de colegas, chefe, familiares e professores, mas também outros, como Roger Elias, companheiro de longa data, que me cedeu sua casa quando da minha estada para pesquisas em Porto Alegre; e Daniela Vieira, pelas conversas filosóficas desprovidas de vaidades e preconceitos.

A todos os funcionários de museus e bibliotecas consultados, sem os quais esta e muitas outras pesquisas não seriam possíveis. Também a todos os demais colaboradores, voluntários e involuntários, que, por cederem entrevistas, emprestarem um livro ou simplesmente responderem uma dúvida, acabaram prestando inestimável colaboração. Da mesma forma, por também terem contribuído de forma indireta, agradeço a todos os demais amigos não nominados, cujo afeto é a maior de todas as contribuições.

Onde estão os caras que acenavam com a mão invisível um mercado para todos nós?

Umberto Gessinger. Segunda-feira blues.

Não se trata de conservar o passado, e sim de realizar suas esperanças.

Theodor Adorno. *Dialética do Esclarecimento*.

RESUMO

A presente dissertação constitui-se num estudo interpretativo sobre os mercados públicos tradicionais. O trabalho usa como caso piloto o Mercado Central de Pelotas (RS, Brasil), mas relaciona-o com outros casos igualmente pesquisados, como os mercados de Buenos Aires e o antigo mercado de Bagé. A partir desse recorte singular, o trabalho se propõe a realizar uma interpretação dos fenômenos de consumo urbano, especialmente no tocante à construção, percepção e uso do espaço. Partindo da hipótese de que os mercados públicos tradicionais foram deteriorados para dar lugar aos supermercados, com prejuízos para a economia popular e a qualidade do espaço urbano, o trabalho procura justificar o entendimento de que a sociedade de consumo não edifica, e sim *reifica* a realidade, a partir da manipulação dos estímulos ambientais, com fins mercadológicos. Processo no qual os arquitetos teriam importância fundamental, como cúmplices ou críticos. Agindo em nome da segunda postura, propõe-se que a memória social dos mercados públicos deve ser preservada como representação do longo período em que o estado funcionou como promotor da economia popular. Os mercados públicos teriam sido equipamentos capazes não só de oferecer gêneros alimentícios a preços acessíveis, como também de promover o empreendedorismo; duas condições das quais carece a conjuntura atual, marcada pela alta dos preços dos alimentos e dos níveis de desemprego urbano. Se tal distorção fosse intrínseca à exploração econômica do solo urbano as cidades nem sequer teriam surgido, no entanto, o que uma breve caracterização das origens da atividade comercial revela é que as cidades se formaram justamente porque a troca permitiu um equilíbrio pacífico entre as demandas e ofertas dos gêneros necessários à preservação da vida. Essa função ancestral das atividades de troca se encontra preservada nos mercados públicos, onde a substituição da gôndola pela banca representa uma respeitosa aproximação face a face entre comerciantes, produtores e consumidores.

Palavras-chave: Patrimônio Cultural. Mercados Públicos. Consumo. Mercado Central de Pelotas.

ABSTRACT

This is an interpretive study on the traditional public markets. The study takes for a pilot case Pelotas Central Market (*Mercado Central de Pelotas*) in the state of Rio Grande do Sul, Brazil, but sets it against other equally surveyed facilities, like Buenos Aires markets and the old Bagé Central Market. Departing from this simple sketch, the task purported to perform an interpretation of the urban consumption phenomena, particularly those referring to the building, perception, and usage of public spaces. Taking the viewpoint that the traditional public markets were ruined to give room to supermarkets and the subsequent damage to the popular economy and deterioration of the urban space, the work means to justify the working hypothesis that the consumption society does not edificate, but *reificates* the reality from the manipulation of the environmental stimuli with marketing goals, a process in which architects have played a fundamental role as accomplices or critics. Acting in the name of the second ideological viewpoint, it is proposed that the social memory of public markets be preserved as a representation of the long period in which the State has acted as a promoter of popular economy. Public markets have been facilities prepared not only to supply foodstuffs for cheap pricing but to promote entrepreneurship as well, two conditions the present state of the market lacks, as it is marked by the raise of food prices and the levels of urban unemployment. If said distortion had been intrinsic to the economic exploitation of urban soil, towns would not even had been built in the first place. On the contrary, a brief characterization of the origins of commercial activities reveals to us that towns have actually been established because the exchange of goods allowed for a peaceful balance between demand and offer of goods necessary to life preservation. This ancestor role of exchange activities is still preserved in the public markets where the substitution of gondolas by stands represents a respectful approach to the face-to-face dealings between vendors, producers, and consumers.

Keywords: Cultural Heritage, Public Markets, Consumption, Pelotas Central Market.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
À GUIA DE PREFÁCIO	13
Escolha e Definição do Objeto de Estudo	15
Definição do Marco Teórico	18
REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	20
1 O CASO DO MERCADO CENTRAL DE PELOTAS	25
1.1 ORIGEM DO MERCADO	25
1.2 MORFOLOGIA E FUNCIONMANTO	28
1.3 AMEAÇAS E RESISTÊNCIA	31
1.4 PATRIMONIALIZAÇÃO	34
2. AS ORIGENS ANCESTRAIS DOS LUGARES DE COMÉRCIO	36
2.1 A INFLUÊNCIA DAS ESCOLAS FRANCESAS.....	40
2.2 A INFLUÊNCIA GRECO-ROMANA.....	43
2.3 A INFLUÊNCIA ÁRABE	50
2.4 “HOJE, VIOLENTO MOCOTÓ”	54
3. PROBLEMATIZAÇÃO	67
3.1 PRODUÇÃO E CONSUMO DO HOMEM.....	67
3.2 PRODUÇÃO E CONSUMO DO LUGAR	70
3.3 O PAPEL NORMATIZADOR DO ARQUITETO	72
3.3.1 Humano, Anormalmente Humano	75
4. O PAPEL DOS MERCADOS PÚBLICOS NO CONFLITO ENTRE SOCIEDADE DE CONSUMO E O DIREITO À AUTODETERMINAÇÃO	78
4.1 A DIFÍCIL VIDA NA CIDADE-FETICHE.....	79
4.2 FETICHE, FICÇÃO E FATO: TRÊS DIMENSÕES DA CIDADE	82
4.2.1 Total Recall dos Mercados Públicos	84

5. DA REDUÇÃO À REDENÇÃO	
DO HOMEM NA SOCIEDADE DE CONSUMO	87
5.1 A REDENÇÃO DO CORPO FÍSICO	90
5.1.1 Memória e Alteridade Física	90
5.1.2 Memória Biogenética	94
5.2 A REDENÇÃO DO AVATAR	95
5.2.1 Uma Aposta nas Tecnotopias	97
5.3 A REDENÇÃO DOS MERCADOS	104
6 O MERCADO E A CIDADE	108
6.1 O CASO ARGENTINO	109
6.2 CONDIÇÕES PARA A SOBREVIVÊNCIA.....	115
6.2.1 Os Controles da Pluralidade	116
6.2.2 Os Domínios da Aura	118
6.2.3 As Apropriações da Memória.....	118
CONSIDERAÇÕES FINAIS	126
REFERÊNCIAS	130
APÊNDICES	131
APÊNDICE A - Entrevistas realizadas com permissionários do Mercado Central de Pelotas	138
APÊNDICE B - <i>Explicação das Estampas do Projeto para a Praça do Mercado desta Cidade de Pelotas</i>	177

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Ata de promulgação da Lei Provincial nº 11 de 14 de abril de 1846	27
Figura 2 -	Cartão postal mostrando a antiga Praça do Mercado de Pelotas, em meados de 1900	28
Figura 3 -	Chegada das tropas do General Zeca Netto em frente ao Mercado Central	29
Figura 4 -	Colunas originais do Mercado Central de Pelotas e após o incêndio de 1969	30
Figura 5 -	Fachada do projeto para o novo Centro Administrativo de Pelotas	32
Figura 6 -	Obras de reforma no interior do edifício do Mercado Central de Pelotas	35
Figura 7 -	Antiga <i>Place Marché</i> de Liège, na Bélgica	41
Figura 8 -	Reconstituição artística de um antigo Fórum Romano	45
Figura 9 -	Antigo Mercado de Florianópolis	46
Figura 10 -	Fachada principal do projeto para o Mercado Público de Salto	47
Figura 11 -	Antiga Praça do Mercado de Pelotas	47
Figura 12 -	Mercado de Jaguarão no início do século XX	49
Figura 13 -	Plano de abastecimento alimentar do centro de Buenos Aires	50
Figura 14 -	Propostas apresentadas para a ampliação do Mercado de Abasto Provedor	50
Figura 15 -	Antigo caravançarai, em Tin Mal, no Marrocos	54
Figura 16 -	Planta de acampamento militar renascentista	55
Figura 17 -	<i>Les Halles</i> de Hector Horeau	57
Figura 18 -	Mercado <i>Les Halles</i> , de Paris, em meados de 1940	58
Figura 19 -	Residência chinesa do século XVII	58
Figura 20 -	Mercado Central de Valência (à esquerda) e Zaragoza (à direita)	58
Figura 21 -	Antigo Mercado de Abasto Provedor, em Buenos Aires	58
Figura 22 -	Antigo Mercado Municipal do Rio de Janeiro	59
Figura 23 -	Fachada para Mercado oferecida no catálogo da Cia. Metalúrgica de <i>Pedro Vasena</i>	59
Figura 24 -	Antigo Mercado do Porto de Pelotas, em 1914	60
Figura 25 -	Gravura mostrando o antigo <i>Covent Garden Market</i> , de Londres	60
Figura 26 -	Gravura mostrando o antigo <i>Quincy Market</i> , em Boston	61
Figura 27 -	Antigo Mercado da Candelária (à esquerda) e da Glória (à direita)	61
Figura 28 -	Antigo <i>Mercado del Centro</i> , em Buenos Aires	62
Figura 29 -	Mercado <i>do Bolhão</i> , em Porto, Portugal	63
Figura 30 -	Mercado <i>David Alves</i> , em Póvoa do Varzim, Portugal	63
Figura 31 -	Antigo Mercado <i>da Figueira</i> , em Lisboa	63
Figura 32 -	Alterações no Mercado de Pelotas, na virada do século XIX para o XX	63
Figura 33 -	Mercado Central de Itaquí, em 1909	65
Figura 34 -	Mercado de Bagé, antes (à esquerda) e após (à direita) a reforma de 1917	65
Figura 35 -	Maquetes eletrônicas do Mercado Central e da antiga Praça do Mercado de Pelotas	97
Gráfico 1 -	O fenômeno da “cauda longa” (<i>long tail</i>) do mercado	98
Gráfico 2 -	Tendência de alta nos preços dos alimentos	99
Figura 36 -	<i>Pornocenografia</i> arquitetônica <i>kitsch</i> no interior do <i>Shopping Abasto</i>	109
Figura 37 -	Inauguração do Mercado Bonpland, em 1914	111
Figura 38 -	Cerimônia de descerramento da placa alusiva ao tombamento do Mercado Bonpland	112

Figura 39 -	<i>Antigo Mercado Ciudad de Buenos Aires</i>	112
Figura 40 -	Mercados Uriarte e Centenera, em Buenos Aires	114
Figura 41 -	Implante de orelha humana nas costas de um camundongo	114
Figura 42 -	Antigo Mercado de Bagé, em meados de 1940	124
Figura 43 -	Projeto anunciado para o Cine-Hotel Consórcio de Bagé	124
Figura 44 -	Obra inacabada do Cine-Hotel Consórcio de Bagé	125

INTRODUÇÃO

À GUISA DE PREFÁCIO

Nestas primeiras páginas permitam me manifestar em voz ativa (primeira pessoa), em detrimento do que se recomenda como a boa redação científica, embora essa também seja uma regra a que cada vez mais se aplicam exceções, assim como toda concepção de rigor metodológico cartesiano, que, afinal, nem sempre nos trouxeram os benefícios prometidos pelo ideal iluminista em que se apoiam, como contestam diversos pensadores da evolução científica das últimas décadas do Século XX, desde Feyereband (2007) e Thomas Kuhn (2003), passando por Boaventura Santos (2010), Jean Lyotard (2010) e Edgar Morin (2002), dentre outros. Desde já, portanto, é importante esclarecer que é sobre este cenário de fluidez pós-moderna que se assenta o desenvolvimento metodológico desta dissertação, até porque entendo que as circunstâncias não permitiriam outra opção, tanto pelo fato de que se pretende um estudo *multi* ou quiçá transdisciplinar, conforme preconiza a igualmente pós-moderna proposta do Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural (ao qual ela se destina), como pelo fato de que as condições de trabalho não permitem a dedicação disciplinar exigida pela metodologia científica tradicional.

De fato, os múltiplos papéis e lugares extra-acadêmicos pelos quais um mestrando passa ao longo dos dois anos de curso condicionam o seu trabalho: eu tive três empregos, concorri a uma dezena de concursos públicos, fui praticamente obrigado a fazer pelo menos outros dois cursos em paralelo, além de ter recebido todo devido apoio (e pressão) por parte de professores, instituições e orientador, para que fizesse, enfim, o trabalho a que me havia proposto quando ingressei no Curso. Ao que, reforço aqui, meus sinceros agradecimentos a todos. A “condição pós-moderna”, duplamente identificada por Jean Lyotard (2010) e David Harvey (1992), se faz presente com todo o seu peso sobre as linhas deste trabalho, mas, conforme também recomenda um clichê igualmente difundido nos últimos anos, é necessário “transformar os cenários de crise em oportunidade”.

Sendo assim, o ano de atuação como professor substituto dos Cursos Técnicos em Design de Móveis e Programação Visual do Instituto Federal Sulriograndense, ministrando as disciplinas de Ergonomia, Computação Gráfica, Técnicas de Representação Gráfica e Desenho Geométrico, serviu de oportunidade para repensar as relações entre os conceitos de inteligência visual, representação gráfica, percepção ambiental, produção industrial, mercado, consumo e espaço; sob um viés crítico, reforçado pela conseqüente passagem pelo Curso de Formação Pedagógica daquele mesmo Instituto, de onde trago também as bases teóricas acima tratadas.

Posteriormente, a atuação como bolsista em um programa de Mestrado Sanduíche,

com estágio de três meses na Argentina, obviamente acrescentou novas oportunidades ao desenvolvimento de estudos comparativos, e igualmente agregou conceitos, vindos da Antropologia, unidade acadêmica da UBA a qual o convênio se vinculava, especialmente da *Antropologia Econômica*, área de atuação dos orientadores argentinos (aos quais, aqui também renovo meus agradecimentos).

Ainda mais recentemente, o trabalho como arquiteto da Secretaria Municipal de Meio Ambiente da Prefeitura Municipal de Bagé, apesar de me afastar fisicamente do objeto de estudos original (o Mercado Central de Pelotas), oportunizou um reencontro com a temática do espaço público *versus* relações de poder: Um dos principais focos do meu trabalho na Prefeitura é o projeto de praças públicas, numa cidade que visivelmente ainda se recente pela ausência da sua antiga Praça do Mercado, constantemente *re-presentada* em murais públicos, fotos históricas e exposições, apesar do meio século que se separa de sua demolição, em 1953.

Essa relação com a memória, certamente, foi o fio condutor buscado por muitas das várias leituras auto-sugeridas. Compartilhadas com o Professor Orientador, a essas leituras se acrescentaram as já indicadas por ele e as desenvolvidas nas onze disciplinas do próprio curso, as quais não resisti à oportunidade de assistência, apesar do tempo cada vez mais escasso. A essas onze disciplinas ainda se somaram mais duas, no curso de Mestrado em Arquitetura, inconclusas, mas que serviram para definir um parâmetro de contraponto crítico: Uma arquitetura feita somente a partir das tendências de gosto, supostamente atentas a uma condição inata do ser humano, é, em essência, redutora da própria condição humana. Tal dilema, entre quem é o contendor e quem é o conteúdo, o agente ativo ou o passivo, na relação do ser humano com o seu ambiente, é o ponto de partida do problema que se pretende desdobrar aqui – o conflito entre a memória e o mercado.

Escolha e Definição do Objeto de Estudo

Afinal, porque, dentre tantos outros edifícios históricos para servirem como estudo de caso, fui escolher o Mercado Central de Pelotas? Muitas das melhores pesquisas partem das indicações de um professor mais experiente, que identificaria um objeto de estudos em evidência e um determinado enfoque para, já a partir daí, criar um proveitoso diálogo com o prudente candidato a mestrando que lhe procurou. Outras vezes um vínculo familiar, que desde a infância lhe põe em contato com a temática escolhida, seria uma razão para a escolha, e esse é o caso de alguns dos poucos pesquisadores da memória dos espaços comerciais. Por fim, há também a escolha apaixonada, movida por razões ideológicas, que, se a princípio parecem trazer consigo o benefício da motivação, na prática trazem dificuldades descompensadoras, pois a máxima sartriana “a existência precede a essência”

ainda é inescapável a qualquer pesquisa acadêmica conduzida com o mínimo de seriedade.

No meu caso não fiz uma escolha baseada por indicação; após ter contato com a obra de Umberto Eco (2007, p. 32), considerei que essa não seria uma atitude razoável. Outrossim, os espaços de comércio, ao menos nas ciências humanas, nunca foram um tema em evidência, possivelmente devido à influência do paradigma crítico, de viés pseudomarxista, que dominou o campo durante muito tempo. Enquanto que, do lado familiar, afora os impressionantes passeios por dentro do Mercado Central, durante minha mais remota infância, acompanhado de um tio recentemente falecido, não tenho nenhum outro vínculo “familiar” com a atividade comercial para mencionar, embora eu admita que os passeios de infância pelo então gigantesco e bizarro Mercado me marcaram da mesma forma que o cineasta alemão Wim Wenders (1994) menciona em seu artigo *A paisagem urbana*, transcrito na 23ª edição da *Revista do Patrimônio Histórico*, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN):

As paisagens e as imagens urbanas despertam nas crianças emoções, associações, idéias e histórias. Temos a tendência de esquecer-las quando envelhecemos. Aprendemos a nos proteger dos nossos conhecimentos de infância, da época em que tínhamos bastante confiança em nossos olhos e em o que víamos determinava nossa concepção de nós mesmos. (WENDERS, Wim. *A paisagem Urbana*. In: IPHAN, 1994, p. 186)

Na infância aquelas estruturas do Mercado me pareciam como máquinas, que iriam se transformar em alguma outra coisa a qualquer momento. Talvez por não serem comuns, pois suas formas não eram próprias nem do metal, nem da alvenaria: eram meio orgânicas, meio maquinicas. O Mercado também possuía uma acústica própria, onde os sons ficavam sobrepostos e irreconhecíveis, assim como os aromas, por isso me recordo que, em meu imaginário de infância, o interior do Mercado remetia às entranhas de um grande monstro, meio robô, meio bicho.

Igualmente, não posso negar que, ao menos inicialmente, tive algum tipo de “razão ideológica” para escolher o Mercado Central de Pelotas como objeto de estudos: Em 2003, ano em que me formei em Arquitetura pela UFPEL, trabalhava como assessor técnico da Prefeitura Municipal de Pelotas. Naquela ocasião, toda a equipe de arquitetos do Departamento de Planejamento e Desenho Urbano da Secretaria de Planejamento Urbano (SEURB) estava empenhada em desenvolver projetos para requalificação da área central da cidade. O objetivo era captar verbas disponibilizadas pelo Banco Mundial, especificamente para a recuperação de centros urbanos, em conformidade com recomendações dos órgãos da ONU que analisam o desenvolvimento urbano no mundo todo. Ou seja, fazíamos parte de um esforço global por salvar “a parte civilizada” das cidades, já que as periferias seriam casos perdidos ou, como ocorre no discurso neoliberal “socialmente comprometido”,

deveriam ser “puxadas” pelo desenvolvimento dos centros. Onde supostamente estão as mentes capazes de levar adiante o sonho iluminista de progresso “civilizatório”.

Acontece que, estranhamente, todos os projetos começavam, com pouca ênfase, no entroncamento das ruas Andrade Neves com Lobo da Costa, na esquina do Mercado Central, e evoluíam na direção oposta, rumo à Avenida Bento Gonçalves, com especial atenção para os quarteirões onde se localizam as grandes lojas. Da mesma forma, diversas outras intervenções pontuais pelo Centro completavam o, apesar disso, competente e necessário programa de intervenções urbanas, em algum momento batizado como *Pelotas, shopping a céu aberto*.

Para minha frustração, o único resquício de presença e domínio territorial das classes subalternas no Centro da cidade parecia isolado das pretensões do dito Programa: o Mercado Central, por se tratar de prédio histórico, diziam, ficaria inteiramente a cargo da Secretaria de Cultura (SECULT) que, se precisasse, solicitaria o apoio da equipe de planejamento. Um levantamento, encomendado pela SEURB e realizado pelo Instituto de Pesquisas Opinião (2003), era a única menção ao Mercado que vagava pelas mesas do ateliê da SEURB. Até o dia em que o copiei, assim como o levantamento arquitetônico já realizado pela equipe da SECULT e os usei, no ano seguinte, como fontes para as monografias de duas especializações bastante díspares, que cursaria até o ano de 2006: História do Brasil e Gráfica Digital.

Naquele momento e até o ingresso no Mestrado, a escolha pelo Mercado Central sempre se justificou quase como um gesto de protesto contra um processo de gentrificação social velada, que estaria se processando com o consentimento elitista das pranchetas eletrônicas dos arquitetos, supostamente mais interessados em copiar modelos europeus de ambiente urbano, do que em desenvolver a identidade local. O *Programa Pelotas Shopping a Céu Aberto* faz diversas citações arquitetônicas de exemplos espanhóis, ingleses e também portenhos, inclusive o próprio nome do programa é copiado de uma iniciativa da capital argentina. Ademais, isso não era privilégio nosso, pois a homogeneização dos centros urbanos mundo afora, criando espaços atraentes – porém não chocantes – aos olhos da pujante indústria do turismo, era, no fim, o objetivo “desenvolvimentista” de organismos financiadores, em escala mundial.

Porém, à medida que as formas tridimensionais do Mercado eram manipuladas na confecção de uma maquete eletrônica, no Curso de Especialização em Gráfica Digital e sua história era explorada no de História do Brasil, a simples solidariedade às chamadas classes e categorias sociais “subalternas” tornava-se um motivo secundário. Afinal, por que a prostituição, venda de *pinga* e pirataria industrial, dentre outras atividades igualmente desprestigiadas, deveriam ser fomentadas, numa localização com vocações econômicas muito mais promissoras, quiçá até mesmo para essas minorias?

Por outro lado, a reconstituição gráfico-digital do edifício proporcionava a singular experiência de se partir do zero rumo à realidade (virtual) de um determinado objeto. Isso, para além do exercício computacional, interessava especialmente suas implicações filosóficas; uma vez que para elaborar o modelo visual não bastaria computar as características mensuráveis do edifício, como dimensões, características das texturas, geometria dos volumes, graus de opacidade, transparência, brilho e refração das superfícies, espectro das cores frente cada condição lumínica etc. Todos esses, aspectos visuais parametrizáveis pelos softwares de modelagem visual, que partem da premissa positivista de que o objeto é a soma de suas características mensuráveis, o que, para surpresa da “ciência normal”, não se confirma.

Ao contrário, a constatação de que a realidade do lugar contitui-se num objeto de estudo que vai além da soma das suas características mensuráveis orientou a definição do marco teórico da pesquisa que se sucede. Mais do que as representações técnicas, tanto da história como da gráfica digital, foi necessário olhar para o lugar do Mercado Central como objeto de memória, que na verdade sempre foi, desde a sua fundação até os dias de hoje.

Definição do Marco Teórico

Naquele momento, portanto, cabia ainda fazer novas considerações sobre a arquitetura, funcionamento e ocupação do Mercado Central de Pelotas, o que remetia também a uma reconstituição mnemônica, pois o Mercado não é como ele se encontra hoje, ele apenas *está* como se encontra hoje. Saber como ele de fato é implicaria um olhar tanto para seu passado quanto para seu futuro. Portanto, dizer como o Mercado é constituía-se numa tarefa ainda mais complexa porque, assim como o olhar para o passado não deve levar em conta apenas a história, mas também as memórias, o olhar para o futuro não deve levar em consideração apenas os planos oficiais, mas também os desejos.

Olhares que atravessam as políticas de preservação e educação patrimonial vigentes, e que apontam para os usos de poder e autoridade sobre o domínio, apropriação e controle daquele espaço, bem como da memória aderida e atuante sobre ele. Essas serão minhas premissas de análise; sua abordagem, óbvio, será multidisciplinar¹ e, igualmente, pretende-se que seja *transparadigmática* (GIL, 2009, p. 32). Ou seja, apesar de partir de um paradigma interpretativo, o trabalho não se furtará a fazer formulações dialéticas ou

¹ Para facilitar a compreensão perante todos os possíveis leitores, todos os autores citados, na medida do possível, serão situados quanto ao lugar de onde falam, tanto geográfica, quanto cronológica e profissionalmente. Tal localização se limitará a transcrever as informações trazidas pela própria obra citada ou em rápidas pesquisas pela internet, o que pode trazer junto consigo algumas inconsistências. Ainda assim, preferi fazê-lo, pois entendo que esse é um procedimento extremamente útil em trabalhos multidisciplinares.

positivistas, quando a circunstância de análise o exigir.

“O meu método é o trapézio”, frase da Doutora em Filosofia pela UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (e apresentadora de televisão!) Márcia Tiburi, sintetiza a atitude real de muitos mestrandos. De barra em barra, no balançar imprevisível das cordas, o presente trabalho é mais um a tentar produzir a performance ensaiada no plano de pesquisa.

Dessa forma, dizer que “o pesquisador deve fazer ajustes diante das situações imprevistas”, como recomendam muitos manuais de metodologia científica, se revela um eufemismo. O procedimento ora utilizado é muito mais próximo a se lançar sobre as situações imprevistas, coletando dados nos próprios incidentes experimentados, posto que são intangíveis. Ainda assim, afora tal descompasso entre o planejado e o executado, em tudo o mais se buscou ser tão rigoroso quanto foi possível. Nas entrevistas, observações participantes e pesquisas, bibliográficas e documentais, técnicas usadas nesta pesquisa, sempre se buscou atender aos requisitos de objetividade, precisão, operacionalidade, credibilidade e transferibilidade dos resultados obtidos (GIL, 2009, p. 32-38).

Por outro lado, este trabalho apresenta os limites comuns aos piores trabalhos teóricos desenvolvidos por arquitetos. Como a arquitetura não possui (nem tampouco deve possuir) um estatuto de conhecimentos teóricos restritos à própria arquitetura, seu discurso sempre se pretende transdisciplinar, e, mais que isso, normalmente se permite conjecturas holísticas. Ocorre que o discurso arquitetônico nem sempre requer apoio em comprovações lógicas: por se pretender arte, muitas vezes é pura expressão.

Acostumados a lidar com os nuances da percepção humana, os arquitetos nem sempre encontram na verificabilidade científica uma virtude inabalável. Tão importantes quanto as afirmações verificáveis seriam aquelas que dinamizam o pensar, mesmo que ao fim sejam superadas. Desse modo, o campo multidisciplinar da memória social e patrimônio cultural fica, assim como a arquitetura, mais esclarecido à sombra. O deslumbramento do iluminismo científico muitas vezes esconde frestas, reentrâncias, saliências e outros detalhes que, ao final, são o essencial da obra. Por outro lado, o fundamento holístico é apenas o extremo a que se deve permitir chegar quando a análise interpretativa revela-se insuficiente, ou seja, assim como não se deve lançar mão de formalismos excêntricos em arquitetura, não se deve chegar às tais “conjecturas holísticas” gratuitamente.

Por fim, é preciso esclarecer que, no decorrer da pesquisa, o Mercado Central de Pelotas tornou-se apenas o estudo de caso piloto da dissertação, uma vez que outros casos foram estudados, como outros mercados públicos do Rio Grande do Sul e de Buenos Aires, na Argentina. Da mesma forma diversas temáticas transversais balizarão os argumentos aqui apresentados, pois, nos capítulos seguintes, os mercados serão o ponto de referência para reflexões que vão desde as origens das suas formas arquitetônicas, o perfil de seus

usuários e ocupantes, à degeneração urbana, a crise econômica e a evolução digital dos dias atuais. Enquanto arquétipos da trajetória parabólica do capitalismo moderno, os mercados exigem uma abordagem mais ampla, como sugere a variedade de obras já publicadas a seu respeito, conforme se verá a seguir.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Internacionalmente, a arquiteta italiana Donatella Calabi (2004) com certeza seria uma importante referência. Em seu livro *The Market and the City: Square, Street and Architecture in Early Modern Europe* a autora faz um estudo sobre os lugares de comércio em diversas cidades européias desde a Idade Média aos dias de hoje. Paris, Veneza, Florença, Nuremberg e Antuérpia estão entre os casos analisados por Donatella. No entanto, a ausência de uma versão traduzida para o Português e o custo impeditivo da versão em inglês, o colocaram de fora das obras realmente lidas para o presente trabalho². Outra importante publicação que acabou não sendo consultada foi o trabalho de Samuel Gorberg e Sergio Fridman (2003), *Mercados no Rio de Janeiro: 1834-1926*. Desta vez, por estar esgotado na Editora, não foi consultada a interessante recapitulação histórico-fotográfica dos mercados fluminenses daquela virada de século.

Igualmente em âmbito nacional, a publicação mais “antiga” sobre os mercados públicos é uma espécie de manual institucional para a instalação e gerenciamento de mercados públicos e feiras livres, *O que é preciso saber sobre mercados e feiras livres*, publicado pela Secretaria de Planejamento da Presidência da República e o Instituto Brasileiro de Administração Municipal (1982). A publicação “chapa branca” demonstra que, apesar da tendência de fechamento e abandono dos mercados públicos desde a década de 1950, o governo brasileiro, pelo menos oficialmente, se mostrava favorável à sua abertura e preservação na década de 1980, ao contrário do governo argentino que, na mesma época, obrigou ao fechamento de todos os mercados públicos da província de Buenos Aires.

Na década de 1980 os mercados públicos do Brasil ainda ocuparam todo um capítulo do livro de Geraldo Gomes de Azevedo (1987), *Arquitetura do Ferro no Brasil*, onde são apresentados todos os mercados brasileiros que foram construídos fazendo uso de estruturas de ferro, incluindo o de Pelotas, que o autor classifica como detentor de “interessantes características morfológicas”. Entretanto, ele compara o Mercado pelotense ao *Mercado da Carne*, de Belém, o que as próprias fotos usadas para apoiá-lo acabam por rechaçar. Aparentemente sua hipótese estaria estritamente baseada numa análise primária das duas plantas-baixas e, além disso, apesar da importante contribuição ao estudo da

² Na realidade, foi acessada somente a versão resumida da obra, disponível no endereço eletrônico <<http://books.google.com.br>>.

arquitetura do ferro no Brasil, revelada no todo da obra, o autor ainda comete outros equívocos históricos a respeito do Mercado Central de Pelotas, cuja ocorrência é prevista por ele, justificando-se pelo pouco tempo que teve para verificar suas hipóteses de estudo.

Ainda em âmbito nacional se deve destacar dois importantes trabalhos jornalístico-fotográficos. O primeiro deles é a publicação bilíngüe *Mercados Populares do Brasil / Popular Markets of Brasil*, com fotos de Bubby Costa (1993) e o texto agradável, ainda que extremamente informativo, de Carlos Moraes. Nesse trabalho são apresentados os mercados de sete capitais brasileiras: Porto Alegre, Fortaleza, Recife, São Paulo, Belém, Florianópolis e Salvador. Quase vinte anos depois foi a vez dos mercados de Manaus, Cuiabá, Belo Horizonte e Rio de Janeiro se acrescentarem à lista, agora no trabalho do fotógrafo Cyro José Soares (2009), *Mercados do Brasil de Norte a Sul*. Ao contrário do trabalho anterior o destaque desse fica por conta das imagens, enquanto os textos são escritos por uma equipe de jornalistas “correspondentes” em cada mercado.

Essas duas publicações foram realizadas com apoio institucional: a primeira do grupo empresarial Eucatex e a segunda, de uma parceria entre a Universidade Estácio de Sá e o Ministério da Cultura do Brasil. Ambas têm a virtude de fornecer amplo material comparativo, e, apesar do viés “promocional” das duas publicações, as descrições são bastante autênticas. Tanto as imagens quanto os textos não mascaram nem omitem as mazelas, como tampouco ufanam os mercados públicos brasileiros.

Numa linha mais crítica, e acadêmica, se encontra o livro da doutora em comunicação e semiótica Raquel Rennó (2006), *Do Mármore ao Vidro: Mercados Públicos e Supermercados, Curva e Reta Sobre a Cidade*, onde a autora faz um estudo de caso sobre o Mercado da Lapa, em São Paulo, de onde extrai reflexões muito interessantes. Sua comparação crítica entre o espaço dos supermercados e o dos mercados públicos foi muito inspiradora para esta dissertação, embora ela empregue categorias de análise mais próximas à história da arte, como por exemplo a classificação dos mercados públicos como *espaços barrocos*. A crítica aqui colocada será igualmente transdisciplinar, porém as categorias artísticas não receberão a mesma ênfase.

Igualmente crítica, porém com objeto de estudos bem mais amplo, é o trabalho da arquiteta e economista Heliana Comin Vargas (2001), *Espaço Terciário: o Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio*, citação obrigatória em todos os mais importantes trabalhos acadêmicos sobre espaços comerciais no Brasil (inclusive o de Raquel Rennó). Heliana revela-se uma apaixonada pela atividade comercial, e sua crítica aos *shoppings* e supermercados aponta como culpada a especulação imobiliária, promovida por incorporadoras e empreiteiras, desinteressadas em criar espaços realmente qualificados para a cidade. Sabiamente ela reúne as características de sua dupla formação acadêmica para diagnosticar a baixa qualidade arquitetônica dos espaços comerciais da atualidade e

identificar a distorção superestrutural que a gera; não sem antes fazer todo um apanhado histórico desses espaços.

Em âmbito estadual não foi encontrada nenhuma publicação que falasse exclusivamente sobre os mercados públicos, nem mesmo sobre o Mercado Central da capital gaúcha. O trabalho mais completo nesse sentido é a dissertação de mestrado da arquiteta Leonora Romano (2004), *Edifícios de Mercado Gaúchos: Uma Arquitetura dos Sentidos*, que, embora não esteja publicada como livro, encontra-se disponibilizada, na íntegra, no endereço eletrônico <www.dominiopublico.gov.br>. Nesse trabalho, a autora faz uma análise morfológica e funcional dos cinco mercados históricos que ainda mantêm-se em pé no Rio Grande do Sul: Rio Grande, Jaguarão, Pelotas, Porto Alegre e Itaqui, com destaque para os três últimos. Usando categorias de análise típicas da arquitetura, Romano analisa o que ela denomina funções *sintática* e *pragmática* dos mercados públicos. De resto, como todo bom trabalho acadêmico, deixa transparecer ambições e potencialidades ainda maiores do que aquelas realmente exploradas em sua dissertação.

De volta ao terreno das obras publicadas, ainda encontram-se diversas menções aos mercados públicos gaúchos, praticamente todas de viés historiográfico, como em alguns livros de autores como Sérgio da Costa Franco (2000), Sandra Pesavento (1994), Günter Weimer (1992 e 2004), e, especificamente sobre o Mercado Central de Bagé, Elizabeth Macedo de Fagundes (2005) e, sobre o de Pelotas, Ester Bondjuya Gutierrez (2004). Essa última, professora da Universidade Federal de Pelotas, dedica ao edifício um capítulo inteiro de sua preciosa pesquisa *Barro e Sangue: Mão-de-obra, Arquitetura e Urbanismo em Pelotas (1777 – 1888)*, sendo atualmente a referência mais atualizada sobre a história do mercado público pelotense.

Especificamente sobre o Mercado Central de Pelotas, além do quinto capítulo do livro de Ester Gutierrez ainda se encontram importantes menções nos trabalhos de Mário Osório Magalhães (2000), *Pelotas: Toda a Prosa*; Eduardo Arriada (1994), *Pelotas: Gênese e Desenvolvimento Urbano*; Francisca Michelin (199_), *Imagens de Pelotas*; Rosa Rolim de Moura (2005), *Protomodernismo em Pelotas*; Nelson Nobre Magalhães (1991 e 2000), *Pelotas Memória*; e Sidney Gonçalves Vieira (2005), *A Cidade Fragmentada*. Esse último, geógrafo professor da Universidade Federal de Pelotas, contribui para o estudo dos fenômenos de comércio e consumo urbano, nos três países por onde se estende o bioma pampa (Brasil, Uruguai e Argentina), através das pesquisas de seus orientandos no Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais (LEUR), que dirige. O status das pesquisas desenvolvidas na área é divulgado a cada dois anos nos *Colóquios Internacionais Sobre o Comércio e Consumo Urbano*, cujos anais são outra boa referência para o estudo dos lugares de comércio na região, sob foco multidisciplinar.

Outras importantes pesquisas acadêmicas sobre o Mercado Central de Pelotas são

os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) a seu respeito. Pelo menos dois deles são do Curso de Licenciatura em História: o de Marcia Vieira Rochefort (1994), *O mercado Central de Pelotas (1846-1994)*, e o de Lucio Juarez Dornelles Ramos (2004), *Apontamentos para Uma História do Mercado Central de Pelotas*, e um do Curso de Licenciatura em Geografia, de Melissa Hassan Cohen (2006), *Apontamentos para Uma Reflexão Sobre a Revitalização do Mercado Central de Pelotas*. Além desses, merecem destaque os trabalhos acadêmicos das alunas da Faculdade de Arquitetura, orientadas da professora Ester Gutierrez, Cristiane Gehrke, Patrícia Dode e Paula Moreira (1999), *Mercado Central de Pelotas: Seu Uso Através dos Tempos*, e Adriane Denardi César (2003), *O Mercado Público, Arquitetura e seus Espetáculos Circenses (1850-1914)*. Além da monografia de Especialização em História do Brasil do arquiteto Guilherme Bruno (2006), igualmente orientando de Gutierrez, *Mercado Central de Pelotas (1846-1969): Explorações Sobre a Representação Virtual da História*. Do mesmo autor (2006) ainda há sua monografia de Especialização em Gráfica Digital, *A Representação Histórica do Mercado Central de Pelotas Através da Simulação Gráfico-Digital*.

Apesar de os cinco mercados históricos gaúchos (seis, se incluir o demolido da cidade de Bagé) formarem interessante objeto para uma publicação específica, isso ainda não ocorreu. O trabalho de Leonora Romano, que mais se aproximaria desse objetivo, é, como já mencionado, muito voltado à experimentação dos métodos de análise arquitetônica, e não exatamente ao valor patrimonial desses edifícios. Tal valor se ressalta devido ao fato de que, pelo que pode ser apurado, mercados públicos no Brasil construídos ainda no século XIX é um fenômeno menos comum do que se costuma pensar. Para se ter idéia, o antigo Mercado Público de Porto Alegre (1844), já demolido, talvez tenha sido o terceiro do Brasil, ficando atrás só dos Mercados *da Candelária* (1835) e *da Glória* (1840), ambos do Rio de Janeiro. Enquanto o de Pelotas, construído entre 1849 e 1856 é anterior a muitos outros, que se pensaria mais antigos, como o de Manaus (1883), Recife (1875), e Florianópolis (1898), além do antigo *Mercado Modelo* de Salvador, já demolido, de 1853, e o atual Mercado de Porto Alegre, de 1869.

Os mercados de São Paulo, Belém, Fortaleza, Belo Horizonte e Rio de Janeiro (nesse último, tanto o antigo *Municipal* quanto o atual *Feira de São Cristóvão*) são todos do século XX, assim como todos os treze mercados paulistas citados por Raquel Rennó, dos quais, três foram construídos após a década de 1980, o de Guaianazes (1989), Abastecimento Leste (1995) e o Sapopemba (2000), assim como o de Cuiabá (1994), no Mato Grosso. Essa situação contrasta com o já mencionado fechamento compulsório dos mercados portenhos, a partir da concentração do sistema metropolitano de abastecimento alimentar no novo Mercado Central, construído na região de Ezeiza, em 1981.

Curiosamente a capital Argentina talvez seja pioneira, em toda a América Latina, na

edificação da tipologia arquitetônica conhecida como mercado público³, o que provavelmente inspirou o pioneirismo sulriograndense dentro do Brasil. As obras mais relevantes, que abordam os mercados públicos argentinos, que também são casos de estudo desta dissertação, são os livros de Sonia Berjman e José Fiszlewe (1999), *El Abasto: Un Barrio y Un Mercado*, e o primeiro volume da coleção *Los Lugares para el Comercio*, de Carlos Moreno (2004), intitulado *Del Mercado a la Pulperia*. Mas a maior pesquisa sobre os mercados portenhos, segundo a opinião do próprio arquiteto Moreno é o trabalho não publicado de Raúl Piccioni, arquiteto e diretor do *Museo de la Ciudad*, onde encontram-se disponibilizadas as anotações, rascunhos e muitas das fontes utilizadas por ele, além de alguns artigos publicados em periódicos científicos, onde, invariavelmente Piccioni (1988) faz análises histórico-tipológicas dos mercados argentinos. Cabe ainda mencionar o trabalho do historiador uruguaio Juan Antonio Varese (2010), *Mercado del Puerto: Historia, gastronomía y cultura en el corazón de Montevideo*, sobre os mercados públicos da capital do seu país.

Com exceção dos trabalhos de Rennó (2006) e Vargas (2001) a maioria dos demais é essencialmente descritiva, pelo menos no tocante aos mercados públicos; De forma que a interpretação desses equipamentos públicos, enquanto fenômenos urbanos necessários, apresenta-se como uma contribuição aditiva à sua compreensão. Ademais, problematizar a preservação patrimonial dos mercados públicos sob as categorias de espaço, poder e consumo ergue hipóteses para a abordagem da função social da memória nas cidades no século XXI. Nesse sentido é que, apesar do foco menos centrado nos mercados públicos do que os seus precedentes, o presente trabalho espera somar a sua contribuição.

³ Outros espaços urbanos, como praças ao ar livre e armazéns, certamente funcionaram como mercados públicos antes de 1823, quando foi erguido o *Mercado del Centro*, em Buenos Aires, no entanto aqui está se falando da tipologia arquitetônica definida pelas *École* de arquitetura francesas, no início do século XIX.

1. O MERCADO CENTRAL DE PELOTAS

1.1 ORIGEM DO MERCADO:

Segundo o historiador Sérgio da Costa Franco (2000, p. 115) foi o Presidente da Província empossado em 24 de junho de 1839, o jurista fluminense Saturnino de Souza e Oliveira Coutinho, quem primeiro chamou a atenção para a ausência de mercados públicos nas cidades do Rio Grande do Sul imperial. Vindo do Rio de Janeiro para tomar posse em Porto Alegre, ao adentrar pela boca da barra do Rio Grande, teria se surpreendido, assim como em Porto Alegre, ao constatar a inexistência de mercados nas duas cidades. Imediatamente ele teria ordenado a construção do equipamento na capital gaúcha, o que se realiza entre os anos de 1842 e 1844, com a construção do primeiro mercado público de Porto Alegre.

Os mercados realmente eram equipamentos importantes para as cidades da época. Sua ausência representava descontrole das atividades urbanas, sem falar nos prejuízos econômicos advindos da sonegação de impostos, por parte do comércio irregular. Ainda assim, em 1839 faziam apenas quatro anos desde que o Rio de Janeiro, capital nacional à época, havia construído seu primeiro edifício de mercado público, o da Candelária, o que torna relativo o suposto espanto do presidente forasteiro. Além disso, a Revolução Farroupilha certamente era uma pauta mais urgente para tratar naquele momento.

É possível que Saturnino quisesse deixar a marca do progresso, da novidade da capital nacional para as distantes terras litigiosas. Por outro lado, o investimento em infraestrutura nas cidades alinhadas com a coroa poderia afetar o apoio à revolução nas demais cidades, controladas pela já cambaleante República Farroupilha. De qualquer forma, a rapidez com que foi erguido (apenas dois anos) e a alcunha popular de *pardieiro*, sugerem que o primeiro edifício de mercado público do estado, em Porto Alegre, não era exatamente uma obra de invejável vulto arquitetônico.

Porém, em 11 de abril de 1846, exatamente um ano e seis semanas depois de ter sido selada a paz entre imperiais e farrapos, a presidência da Província do Rio Grande de São Pedro, nas mãos de Patrício José Correia da Câmara há exatamente um mês, autoriza, através da Lei nº 11 de seu mandato (Figura 1), que se construa a Praça do Mercado da cidade de Pelotas:

Lei n. 11 de 8 de Abril de 1846.

Patrício Corrêa da Camara, Vice-Presidente & &.

Art. 1º O Governo da Provincia despenderá a quantia de dez contos de réis com a compra de um terreno em que deve ser edificada a Praça do Mercado, na cidade de Pelotas.

Art. 2º Este terreno será comprado quanto antes pela Camara

Municipal d'aquella cidade.

Art. 3º A mesma Camara poderá contrahir um emprestimo da quantia precisa para a edificação da Praça do Mercado, mediante um premio razoavel, e tanto este como o capital serão amortizados pelo rendimento da mesma Praça, que lhes ficará servindo de garantia.

Art. 4º Fica tambem autorizada aquella Camara a contractar a edificação da Praça por empreza, quando se não possa verificar o emprestimo de que trata o artigo antecedente, devendo n'este caso submeter o contracto á approvação da Assembléa Provincial com uma exposição circunstanciada das condições, taxa, modo e tempo por que fôr feito o contracto.

Art. 5º Na futura sessão legislativa será presente á Assembléa a planta e orçamento da Praça do Mercado e tudo o mais que acerca d'ella se tenha feito em virtude d'esta lei.

Mando, &.

Patricio Corrêa da Camara.

N'esta Secretaria da Presidencia foi sellada e publicada a presente lei aos 14 de Abril de 1846.

João da Cunha Lobo Barreto.

Na sequência, a Câmara de Pelotas utiliza-se de todas as autorizações concedidas pela Lei Provincial para fazê-la cumprir, mas enfrenta dificuldades para encontrar empreiteiros interessados em edificar e explorar o empreendimento. No dia 4 de junho de 1846 o terreno onde seria erguido o edifício já estava escolhido e, em 10 de novembro, Rafael Mendes de Carvalho *tira* a primeira planta para a construção, que é apresentada à Câmara com a seguinte descrição:

Ilmos. Encarregados por vós para apresentar uma idéia ou plano para a praça do mercado que a Câmara Municipal desta cidade pretende aqui erigir, eu de simples curioso em semelhante ramo, fiz em minha débil imaginação um esforço e estudo quanto pude obter [ilegível] senhores desculpa pelos erros que nela encontrardes, pois substituirão esses defeitos o desejo de concorrer para o engrandecimento e próspera civilização do nosso Paiz. Deis (ilegível) Pelotas, 10 de novembro de 1846. Ilmos. Srs. membros da Comissão da Praça do Mercado – Rafael Mendes de Carvalho.

Provavelmente seja precipitado imaginar que Rafael Mendes de Carvalho fosse um leigo em artes ou arquitetura pelo simples fato de ele próprio se apresentar como um “simples curioso em semelhante ramo”. Na mesma ata em que é transcrita a carta de Rafael, a Câmara decide que sua planta será adaptada e “executada em toda sua plenitude”, porém, o voluntarioso autor do projeto seria pago com o registro na memória da casa legislativa: “e que se oficiasse a seu Autor, agradecendo a sua generosidade, que por essa Câmara seria sempre louvada e lembrada”.

No dia 13 de julho finalmente é remetida para apreciação da Assembléa Provincial a planta do Mercado (provavelmente já com as recomendadas adaptações). No ofício em anexo os vereadores comunicam as dificuldades encontradas para contratar a obra, por não haverem financiadores nem empresários interessados:

A Camara Municipal da Cidade de Pelotas para dar cumprimento ao disposto na Ley Provincial N. 11 de 8 de Abril de 1846, mandou levantar a planta para o edificio da Praça do Mercado, e fazer o respectivo orçamento e depois de terem nenhum sucesso de lic. em dia da factura da obra por empréstimo na forma do art.º 3º da referida ley tentou concontratala por impresa, mas infelizmente tão bem lhe não aparecerão licitantes.

A Camara reconhecendo que a população desta Cid.e está convencida da necessidade d'um estabelecimento deste gênero, e que as dificuldades que encontramos são devidas, senão a não estar ainda introduzido entre nós o espírito de impresa, continua suas diligencias a este respeito, no entanto que segundo o disposto no art.º 5º remete a V. Ex.ª a Planta e orçamento da obra para ser presente a Assembléia Prov.ª [ilegível]. Pelotas 13 de julho de 1847.

Ilmo. e Exmo. Sr. Conselheiro Manoel Antonio Gulart
Prezidente desta Província

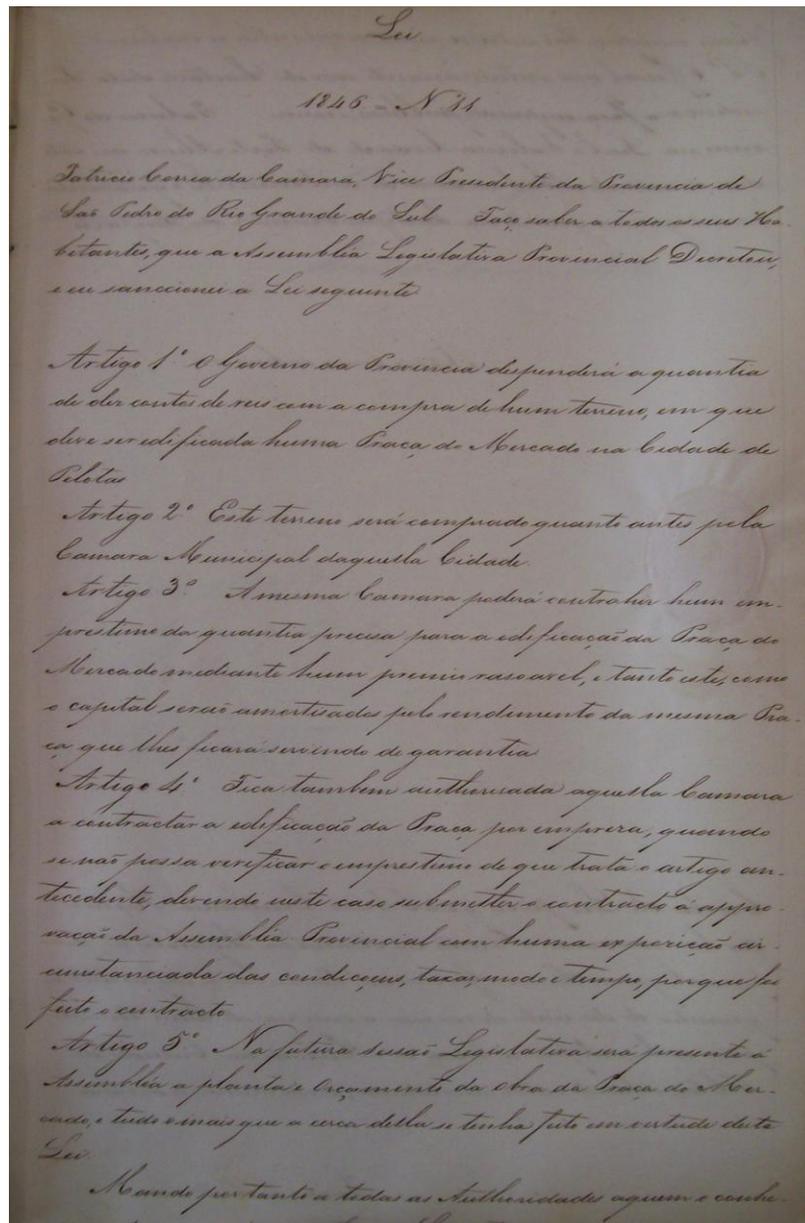


FIGURA 1: Ata de promulgação da Lei Provincial nº 11 de 14 de abril de 1846, que autoriza a contração de empréstimo para a construção da praça do Mercado de Pelotas.
FONTE: Arquivo Histórico do Rio Grande do Sul.

Nos dias 10, 11 e 13 de setembro daquele ano mais uma vez tenta-se arrematar a contratação da obra, mas não aparecem interessados. Somente em 1849, num processo que se estende de fevereiro a outubro, é que a Praça do Mercado, agora com planta *tirada* por Roberto Offer em julho daquele ano, é finalmente arrematada, em parcelas, o que provavelmente tornou o empreendimento menos arriscado e, portanto, mais atraente aos arrematantes, José Vieira Pimenta, que se responsabilizou pela construção da cisterna ainda em março, e Theodolino Farinha, que assumiu um contrato, correspondente a duas faces do edifício, em 13 de outubro, e às outras duas em 30 de janeiro de 1850. Ano em que, até o seu final, a obra estaria concluída.

Na década de 1890 ainda seria construída a torre central, que encerrou o acesso à cisterna e deu ao edifício o aspecto com que ele é visto nas fotos mais antigas, normalmente cartões postais do início do século XX (Figura 2).



FIGURA 2: Cartão postal mostrando a antiga Praça do Mercado de Pelotas, em meados de 1900.
FONTE: Acervo pessoal historiador Eduardo Arriada.

1.2 MORFOLOGIA E FUNCIONAMENTO

O Mercado Central de Pelotas é um edifício que ocupa 4084 m² somados a 3853 m² de área livre circundante imediata que, por sua vez, sempre esteve integrada ao seu funcionamento, seja como Praça de Carretas (estacionamento de veículos de tração animal, normalmente usado por agricultores) no Século XIX, estacionamento de veículos automotores, estação de bonde, ponto de ônibus, e camelódromo, ao longo do século XX, até chegar à condição de largo (praça seca adjacente à construção), nos dias atuais. O uso

deste entorno imediato para manifestações, sobretudo de caráter político, também é uma longa tradição que perdura até os dias atuais, como atestam antigas fotografias e relatos, onde o chamado “Largo do Mercado”⁴ serviu de palco tanto para as mobilizações da Revolução de 1923 (Figura 3) como para as mais recentes eleições.



FIGURA 3: Chegada das tropas do General Zeca Netto em frente ao Mercado Central, durante a “Revolução” de 1923.
FONTE: MAGALHÃES, 1991, p. 15

Mas, se o anel quadrático com aproximadamente 62 m de lado que contorna o volume do edifício afasta-se do alinhamento predial induzido pelos quarteirões lindeiros, por sinal criando o distanciamento perspectivo que lhe permite uma apreciação visual quase perfeita. Internamente o dito anel também cria novo espaço a céu aberto, cercado por um conjunto de arcadas neoclássicas, o que ficou menos evidente desde 1914, quando o referido pátio interno passou a ficar 70% encoberto por águas de telhados. Essa nova cobertura do pátio interno protege uma larga circulação, de planta cruciforme e eixos paralelos às fachadas externas, e que se cruzam exatamente no centro de toda a construção, local de onde ergue-se uma torre metálica com 23 metros de altura, índice da Torre Eiffel parisiense. Monumento popular no simulacro de *Belle Époque* que florescia em Pelotas às vésperas da 1ª Guerra Mundial. O arquiteto Manuel Itaquí emprestou traços *art-*

⁴ Oficialmente denominado Largo Edmar Fetter desde a década de 90 do Século XX, quando deixou de se denominar Praça 7 de Julho (afinal nunca chegara a se caracterizar exatamente como uma “praça”, mas a partir de 1993, com a sua total peatonalização, viria a se configurar definitivamente como largo).

*nouveau*⁵ à nova fisionomia do prédio, na reforma de 1911 a 1914 que, de certa forma, se preservam até os dias atuais.

Atualmente, debaixo desta cobertura interna, e entre as ornamentadas colunas metálicas que a sustenta (que já não são exatamente os mesmos trazidos de Hamburgo em 1911, junto com a torre central, pois aqueles foram quase totalmente derretidos no incêndio de 1969, como atestam os registros fotográficos do episódio – Figura 4) se acomodam 20 bancas comerciais. Algumas delas são as mais tradicionais do Mercado, como a de temperos e castanhas, da família Real, de 1948 (v. APÊNDICE A, p. 158).

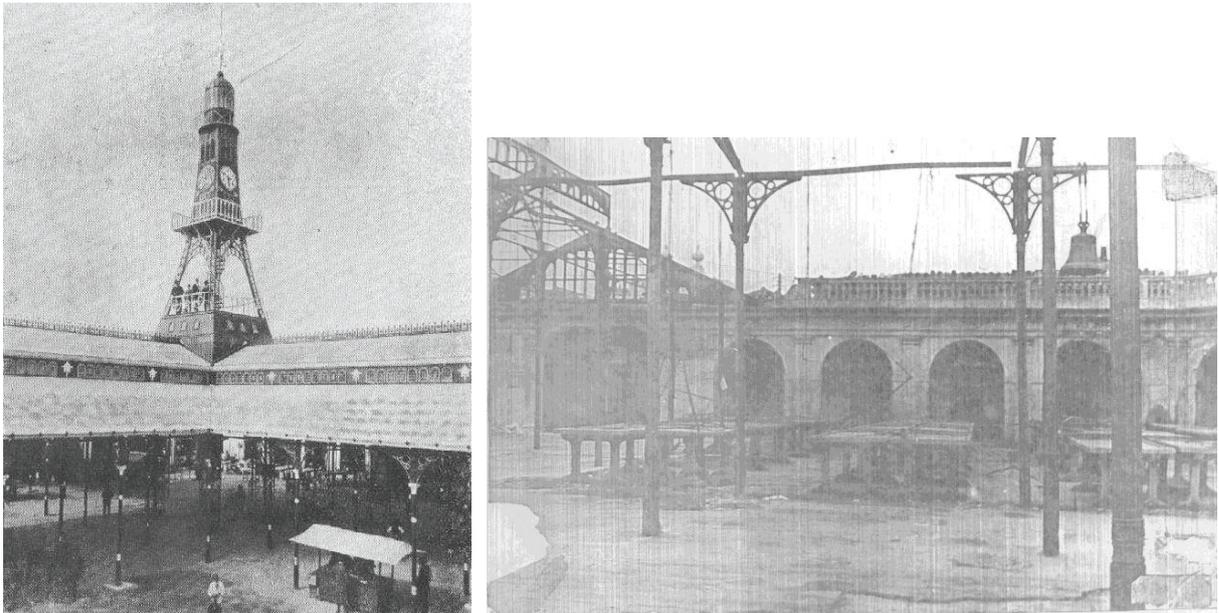


FIGURA 4: Colunas originais do Mercado Central de Pelotas (à esquerda) e após o incêndio de 1969 (à direita).

FONTES: Respectivamente, Acervo da Secretaria Municipal de Cultura de Pelotas e ROCHEFORT, 1994, p. 24

Enquanto que, dentro do que se poderia chamar “corpo da construção”, o anel quadrático de alvenaria que contorna o pátio interno, acomodam-se mais 84 estabelecimentos, dos quais 45 ocupam os históricos quartos remanescentes (cômodos ainda preservados dentre os 54 da construção original), principalmente barbearias, restaurantes e floriculturas que se pode ver e visitar a partir de seus acessos voltados para a rua. Além de duas peixarias, no volume em avanço sobre a Rua Andrade Neves, e outras 39 bancas internas, que ocupam a antiga circulação periférica e onde se concentram a maioria das atividades consideradas inadequadas para o local, como sapatarias e utensílios domésticos.

Em outras épocas, sobretudo ao longo do Século XX, que é até onde alcança a memória vivida dos mais antigos permissionários entrevistados, a situação era diferente:

⁵ Ou seriam neomanuelinos? A estilística é um saber que confere autoridade cultural à quem o detém ou é arbitrado por quem supostamente tem autoridade cultural para fazê-lo?

basicamente o comércio se dava em cima de gêneros alimentícios *in natura*, que era o modo corrente de comercialização dessa categoria de produtos (ou, dito de outra forma, como correntemente os alimentos deveriam ser comercializados até os dias de hoje). Ocorre que desde a década de 60, com a abertura do primeiro supermercado na cidade de Pelotas, o *Supermercado Xavier*, instalado nas imediações do Centro, os comerciantes permissionários do Mercado Central, pouco a pouco, tiveram que procurar alternativas ao comércio de alimentos (v. APÊNDICE A, p. 140, 151 e 162-163).

1.3 AMEAÇAS E RESISTÊNCIA

Se as décadas de 50 e 60 do Século XIX constituem um momento chave na proliferação de mercados públicos mundo afora, desde os pioneiros exemplos da Paris *haussmanniana* até as suas replicações latinoamericanas, todos impulsionados pelo mesmo sentimento de modernização urbana (em que pesem as conjunturas econômicas díspares), do mesmo modo, exatamente cem anos depois, se vê um novo fenômeno de replicação, só que a partir do supermercado estadunidense, cujo exemplo pioneiro foi o *Big Bear*, de Nova Iorque.

Se o modelo francês do Século XIX foi uma forma de o emergente Estado positivista ordenar a distribuição e consumo de bens nas cidades recém expandidas pela Revolução Industrial, e, por consequência, controlar as *microfísicas* relações de poder presentes na sociedade, o supermercado, fruto do capital acumulado pelos países ricos nas primeiras décadas do pós-guerra⁶, constitui-se numa forma de concentrar as redes de produção, distribuição e venda de alimentos nas mãos de poucas corporações privadas. Dessa forma, o supermercado restringe as opções de consumo e as possibilidades de troca ou, melhor, afasta da sociedade a possibilidade de autonomia sobre a atividade comercial, o que, diga-se de passagem, também não era exatamente o objetivo dos mercados públicos estatais; Porém ao menos sua configuração podia incubar embriões de novas empresas e associações, cooperativadas ou não, que sem o apoio do Estado, inclusive no que concerne ao provimento da estrutura física, não surgiriam, como é o caso de algumas lojas do Centro da cidade e até mesmo de alguns pequenos supermercados.

É verdade que, muito antes do fim do estado de bem-estar-social *keynesiano*, a intervenção arquitetônica de 1911 na Praça do Mercado de Pelotas já sugeria sinais de um afastamento social no Mercado Público de Pelotas: em lugar dos acolhedores portais que marcavam as esquinas desde 1850 foram colocados quatro belos, porém sociofugos,

⁶ Materializando a política Keynesiana estabelecida no acordo de Breton Woods, segundo o qual o consumo deveria ser incentivado (e aperfeiçoado) para que o excedente de produção não levasse a novas crises, como a de 1929.

torreões de 13 metros de altura, que, aliados ao novo rusticado dos rebocos, literalmente “encastelam” o novo e esquadrihado interior da construção, ao qual passa-se a acessar através de portais centralizados nas fachadas, desviados do fluxo natural das ruas adjacentes. Exemplo claro de cerceamento à benjaminiana apropriação *flâneur* do espaço urbano oitocentista em nome da moderna sociedade disciplinar.

Já no ano de 1945, provavelmente insuflados pelos últimos ventos da burocracia do Estado Novo, os governantes locais projetam um novo Centro Administrativo (Figura 5), a ser construído sobre o Mercado Central da cidade. No que restou do antigo projeto não fica evidente se a atividade comercial seria retirada do local ou não, mas certamente aquele foi um ano em que a municipalidade resolveu regularizar a atividade comercial, não só dos permissionários do Mercado (algumas bancas foram disponibilizadas naquele ano, conforme sugere entrevista com um antigo permissionário, v. APÊNDICE A, p. 161-162), como também dos feirantes, como chama a atenção a pesquisa de professores da Faculdade de Agronomia (UFPEL), *As Feiras Livres de Pelotas sob o Império da Globalização: Perspectivas e Tendências* (ANJOS, GODOY e CALDAS, 2005).



FIGURA 5: Fachada do projeto para o novo Centro Administrativo de Pelotas.
FONTE: MOURA, 1998, p. 142.

Já para os técnicos do Poder Público Municipal do ano de 1968, último do mandato do então Prefeito Edmar Fetter, a questão do mercado só tinha uma solução: a remoção total e imediata da atividade ali desenvolvida, por só atrair “atividades gregárias com acentuadas características de deterioração social” (PELOTAS, 1967, p. 105 e 109), para ali instalar, enfim, o projeto de Centro Administrativo, engavetado há 23 anos. No entanto, no ano seguinte um grande incêndio destruiria boa parte do prédio, matando animais, que eram vendidos no Mercado, destruindo bancas inteiras e acarretando prejuízos inestimáveis à vida material de vários permissionários, conforme contam as várias testemunhas do evento⁷.

As imagens chocantes, de animais alvoroçados tentando escapar das chamas ou de permissionários sendo afastados do foco de incêndio à força, por soldados do exército,

⁷ Ao que parece todo morador do Centro, à época, saberia contar onde estava naquele final de tarde do dia xx de agosto de 1969, quando, de alguma forma (rádio, conversa ou avistamento das chamas) tomou conhecimento do sinistro.

para que não se tornassem vítimas fatais durante a tentativa desesperada de recuperar mercadorias, parecem ter sensibilizado a opinião pública, gerando um movimento de solidariedade popular em prol dos permissionários afetados, diante do que o novo governo de Francisco Lousada Alves da Fonseca (1969-1972) decide arquivar os planos anteriores, de reconversão do prédio, preservando para a posteridade seu uso original, de Mercado Público.

O evento do incêndio de 1969, pelos fatos que o antecederam, como também pelo incêndio em si, ou os desdobramentos que se sucederam, já seria tema mais que suficiente para um bom trabalho acadêmico (monografia ou dissertação), ainda mais se considerada a conjuntura econômica e política, nacional⁸ e internacional, sob a qual se deu. Dentre os atuais permissionários que já trabalhavam no local à época, por exemplo, não foi encontrada nenhuma suspeita em relação ao motivo oficial do incêndio⁹, que teria sido um curto-circuito na fiação de um aparelho refrigerador, conforme apurou perícia policial vinda de Porto Alegre, algum tempo depois do incêndio, conforme atesta Márcia Rochefort (1994).

Embora provavelmente o incêndio tenha ocorrido realmente devido um curto-circuito nas precárias instalações elétricas do edifício, como já prenunciavam matérias do Jornal Diário Popular menos de um mês antes, é evidente que a necessidade de resistir frente aos planos de reconversão é apenas um dos oportunos motivos para a geração de teorias conspiratórias que, no entanto, são completamente descartadas pelos permissionários ainda atuantes (v. APÊNDICE A, p. 149), que constituem a principal amostra das entrevistas realizadas na pesquisa, mas que, por outro lado, também foram alguns dos principais beneficiados com a permanência das funções originais do prédio.

Uma pesquisa mais apurada entre não permissionários e uma olhada no inquérito de investigação aberto pela polícia, à época, poderiam trazer novos elementos para essa análise, não exatamente das causas, que parecem de fato circunstanciais, mas sobretudo dos discursos em torno deste marcante episódio da história urbana recente de Pelotas.

Curiosamente, o antigo Mercado Modelo de Salvador, construído em 1912, foi totalmente destruído após um incêndio, exatamente um mês e quatro dias antes do incêndio do Mercado de Pelotas. No caso do mercado baiano, no entanto, até hoje existem controvérsias sobre as causas do sinistro. No dia seguinte ao incêndio, 2 de setembro, o Jornal do Brasil já apresentava a defesa do Prefeito à época, Antônio Carlos Magalhães, que alegava estar se manifestando para precaver-se dos “boatos maldosos” que

⁸ Só para se ter ideia, no mesmo dia 4 de setembro de 1969, militantes do MR-8 sequestraram o Embaixador estadunidense Charles Burke Elbrick, no Rio de Janeiro.

⁹ Porém pelo menos uma entrevistada, octogenária, ex-garota de programa das imediações, conta que o incêndio estaria relacionado à “coisa de política da época”, cujos principais mentores seriam “dois irmãos, alemães [sic] da Santa Terezinha...”, segundo ela, famosos pela militância política dentro do Mercado, com o que ela associa à II Guerra Mundial!

possivelmente iriam surgir, pois todos sabiam que a administração municipal não via com bons olhos o edifício, que atrapalhava a execução de um novo projeto viário.

Segundo a mesma matéria jornalística, o Mercado Modelo seria responsável por 64% do abastecimento alimentar de Salvador, à época, o que o colocaria como um obstáculo não só à passagem de veículos, como também à expansão supermercadista dos anos 1960. Ainda naquela mesma década, em 18 de agosto de 1966, havia sido a vez do antigo Mercado Central de Porto Velho, construído em 1917, ser totalmente consumido pelas chamas.

1.4 PATRIMONIALIZAÇÃO

Em 4 de maio de 1985 o Mercado Central de Pelotas foi tombado por Decreto Municipal do então Prefeito Bernardo Olavo Gomes de Souza, assinado no ato de entrega de nova reforma do prédio, o que veio a se repetir em 1994, quando fazia um ano desde que o espaço se viu livre dos vendedores ambulantes (camelôs), que lhe cercavam o entorno desde o fim da década de 80, bloqueando por vários anos todas as perspectivas visuais tão bem pensadas na implantação planejada por Roberto Offer, ainda em 1849, sufocando o edifício cartão-postal da cidade. A redescoberta do efeito perspectivo original, para ser completa e justificada, sobretudo frente à insatisfação dos ambulantes removidos, exigiu a remoção também do antigo terminal de bondes, construído sobre o Largo do Mercado provavelmente na década de 40, e convertido em terminal de ônibus desde a década de 60 até aquele ano de 1993, quando os coletivos, que até então concluíam seu trajeto ali, foram transferidos para outros pontos do Centro. Tal transferência ainda hoje é apontado pelos permissionários mais antigos como uma das causas principais da gradual perda de atração que se sucedeu, pois o referido terminal seria a porta de entrada de uma clientela tradicional das bancas do Mercado, vinda sobretudo dos bairros Fragata¹⁰ e da Zona Rural do município,

Outra razão apontada por alguns permissionários para o atual estado de abandono do Mercado teria sido a *peatonalização*¹¹ do Largo, devido à subtração de todas possíveis vagas de estacionamento para automóveis que a atividade comercial exige. No entanto, hoje as autoridades locais¹² costumam assinalar que o motivo da perda de clientela foi outro, no que também concordam muitos dos permissionários: teria sido a transferência do controle

¹⁰ O Bairro Fragata teria um vínculo histórico com o Mercado porque teria surgido a partir de vários Armazéns Coloniais dispostos ao longo da atual Avenida Duque de Caxias, que era a antiga rota de entrada do município para os produtores rurais que traziam seus produtos para a venda na cidade.

¹¹ Neologismo que significaria transformação em tráfego exclusivo de pedestres.

¹² Palestra proferida pelo Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico, em 4 de dezembro de 2009, durante o III Colóquio sobre o Comércio e o Consumo Urbano, em Pelotas, RS.

das atividades do Mercado para as mãos dos próprios permissionários, por meio de sua Associação, ocorrida junto com as reformas do início da década de 1990. Deficiência que, segundo os planos atuais, será corrigida logo após a conclusão das reformas que se encontram em andamento (Figura 6). A ideia é promover a retomada do controle condominial do Mercado pelo seu proprietário de direito, a Prefeitura, juntamente com a correção de todos os principais problemas, físicos e administrativos, que inviabilizam a pleno funcionamento do equipamento público.

Os recursos, superiores a um milhão de reais, para uma reforma que finalmente vai além das obras de manutenção “cosmética” como as realizadas até então, foram captados junto ao Programa Monumenta do Governo Federal. O processo de captação se desenvolve desde 2001, quando a municipalidade começou a tomar as primeiras medidas para atender às exigências do programa, como comprovação de capacidade para aplicar verbas de contrapartida sobre o custo final da obra e capacidade técnica para elaboração de projeto de reforma detalhado, com a participação da comunidade.



FIGURA 6: Atuais obras de reforma no interior do edifício do Mercado Central de Pelotas.

2. AS ORIGENS ANCESTRAIS DOS LUGARES DE COMÉRCIO

Para Jean Baudrillard, o conflito entre consumo e autodeterminação humana, que enfim solapou os mercados públicos ao resultar na vitória do primeiro sobre o segundo, não passa de uma transferência das esquerdas por sobre o mundo capitalista. Sua superação não seria necessariamente revolucionária, bastaria que o capitalismo se submetesse à “fórmula tradicional da troca”:

E toda a recriminação que é considerada como pensamento revolucionário volta hoje a incriminar o capital por não respeitar as regras do jogo. (...) como se o capital estivesse ligado por um contrato à sociedade que rege. É a esquerda que estende ao capital o espelho da equivalência, esperando que ele vá virar-se contra este, mas (...) ao mesmo tempo não há necessidade de revolução: basta que o capital se submeta à fórmula tradicional da troca. O capital, esse, nunca esteve ligado por contrato a esta sociedade que domina. É uma feitiçaria da relação social, é um desafio à sociedade e deve ser-lhe dada uma resposta em conformidade. Não é um escândalo a denunciar segundo a racionalidade moral ou econômica, é um desafio a aceitar segundo a regra simbólica. (BAUDRILLARD, 1991, p. 24)

Essa “fórmula tradicional da troca” com certeza se faz presente na maioria dos mercados públicos, feiras livres e similares, e suas raízes são profundas. A antropologia econômica demonstra que, mais do que angustiar as pessoas em busca dos últimos lançamentos, a troca, substituição e renovação permanente de objetos acompanha o homo-sapiens desde suas origens como ser social, por isso o comércio se constitui num dos mais valiosos legados da humanidade.

Segundo Marcel Mauss (1974, p. 63), foi com os deuses que os seres humanos primeiro estabeleceram relações de troca, uma vez que eles eram “os verdadeiros proprietários das coisas e dos bens do mundo”. Num segundo momento, a adoção do tabu do incesto e a consequente fundação da vida em sociedade, fazem surgir o culto aos rituais de reciprocidade entre os homens, intermediados por objetos, conforme relata o antropólogo argentino Alejandro Balazote, professor da Universidade de Buenos Aires, com base no trabalho do etnólogo francês:

La reciprocidad [expressa na troca de “regalos” entre as pessoas] es pues la explicación última de la cohesión comunitaria y es debido a ella que la “antisociedad” se convierte en sociedad (se civiliza?). El “estado de naturaleza” entendido como el aislamiento y como la individuación se supera a partir del reconocimiento del otro (el pacto de Hobbes), a partir del establecimiento de vínculos recíprocos. (BALAZOTE, 2007, p. 53)

Naquele momento, Marcel Mauss indica que havia uma *economia do dom*, em oposição à economia de economia de mercado, predominante hoje no mundo ocidental.

Esse modelo primitivo de economia, também traduzido como *economia da dívida* ou *da doação*, é, segundo a enciclopédia cibercolaborativa *Wikipédia*¹³, “uma forma de organização social na qual os membros fazem doações de bens e serviços valiosos, uns aos outros, sem que haja, formal ou explicitamente, expectativa de reciprocidade imediata ou futura, como no escambo ou num mercado [grifo meu]. Todavia, a obrigação de reciprocidade existe, não necessariamente envolvendo as mesmas pessoas, mas como uma corrente contínua de doações”.

Desta forma, o princípio de urbanidade (convívio cordial, tolerante e respeitoso entre as pessoas), segundo a análise de observações etnográficas, seria criado e *comemorado* em rituais de trocas de presentes, comuns às origens de diversos sistemas civilizacionais. Isso porque, em suas origens, o comércio seria uma prática essencialmente cooperativa, que substitui, desde o nascimento da civilização, a subjugação física do outro e a pilhagem dos seus recursos como meios de garantir a sobrevivência. O que viabilizaria a trégua necessária para a fixação de assentamentos humanos e praças de mercado, ou, melhor dizendo, para a fixação de praças de mercado e, conseqüentemente, assentamentos humanos. Daí o porque de, ainda hoje, o termo “praça” ser usado para se referir a toda uma cidade, especialmente no jargão das instituições monetárias (ALEX, 2008, p. 25).

Apreciável também é a definição segundo a qual *co-mércio* significaria “mercê compartilhada”, isto é, uma relação entre sujeitos que, devido sua dependência mútua, vêm-se à *mercê* uns dos outros, portanto, a atividade comercial dependeria, até mesmo em termos etimológicos, dos valores de respeito, tolerância, solidariedade, etc. Em outras palavras, dos valores inerentes à urbanidade – ou, por paralaxe, não será a urbanidade quem prescinde de alguma forma de *co-mércio*? Segundo a indicação do geógrafo francês Paul Claval, professor da *Université Paris IV (Sorbonne)*, sim:

...os pastos dos criadores nômades serviam para pastagens dos rebanhos e para a circulação das caravanas; as praças dos países mediterrâneos podiam ser utilizadas para reuniões políticas e para as feiras e favoreciam todas as formas de interação informal. Em geral, porém, as coisas são menos simples e uma utilização impede outras; entre a semeadura e a colheita, as terras agrícolas devem estar fechadas aos rebanhos e aos caminhantes.

A valorização e a utilização do solo implicam, portanto, um mínimo de ordem. (CLAVAL, 1979, p. 15)

O processo descrito por Mauss refere-se a observações etnográficas de aldeias primitivas ou arcaicas, da Melanésia, Polinésia e nordeste dos Estados Unidos, e seriam referências para a compreensão da formação dos aldeamentos pré-mesopotâmicos, ou

¹³ Citando como referência o livro *The Gift Economy*, do sociólogo canadense David Cheal, professor da *University of Winnipeg*.

seja, anteriores ao IV milênio a.C., os mais antigas construídas pelo homem (BENEVOLO, 2009, p. 27). Já o ciclo urbanizatório da era moderna, que se iniciou na Idade Média, mais precisamente entre os séculos IX e XIV d.C., na chamada *Revolução Comunal*, obedeceria ao nascente paradigma da economia de mercado capitalista, conforme descreve Claude Jessua:

A economia dos domínios fechados, que caracterizava o mundo feudal, alcançou seus limites quando alguns dos habitantes dos domínios feudais começaram a sentir desejo de melhorar sua condição de vida passando a morar nas antigas cidades romanas ou em burgos fortificados a fim de lucrar com as possibilidades de trocas abertas por essas aglomerações. Uma aglomeração urbana ou quase urbana se encontra de fato nas encruzilhadas, à beira-mar ou à margem de um rio e é constituída por pessoas que exercem profissões diversas, de tal modo que enfim se torna possível sair da situação de bloqueio, de autoconsumo e de autarquia a qual as pessoas estão efetivamente condenadas a se submeter quando pertencem a um domínio. (JESSUA, 2009, p.18)

A ideia de aglomeração urbana formada no lugar geométrico definido pelo cruzamento de diferentes rotas comerciais é cara também à definição de “lugar antropológico”, em oposição à de “não lugar”, categorias espaciais definidas pelo antropólogo francês Marc Augé, professor da *l'École des Hautes Études en Science Sociale de Paris*:

Se nos detivermos, por um instante, na definição de lugar antropológico, constataremos que ele é, antes de mais nada, geométrico (...), trata-se da linha [caminhos que eram o itinerário do homem nômade], da intersecção das linhas e do ponto de intersecção, (...) cruzamentos e praças onde os homens se cruzam, se encontram e se reúnem, que desenharam conferindo-lhes, às vezes, vastas proporções para satisfazer principalmente, nos mercados, necessidades do intercâmbio econômico, e, enfim, centros mais ou menos monumentais, sejam eles religiosos ou políticos, construídos por certos homens e que definem, em troca, um espaço e fronteiras além das quais outros homens se definem como outros, em relação a outros centros e outros espaços. (AUGÉ, 1994, p. 55)

Da proposição de Augé surge a compreensão de que não só as encruzilhadas definem praças comerciais que serão as futuras aglomerações urbanas, como cada aglomeração dessas desenvolve suas próprias fronteiras identitárias ou, até mesmo, institucionais, formando uma cidade-estado, berço de processos políticos e econômicos mais complexos:

(...) Uma dessas especulações é que a cidade surgiu ao redor do mercado enquanto sítio (*market-place*), em função do desenvolvimento do comércio, e assim pode ter sido em numerosos lugares. (...) A cidade comercial é fruto, portanto, de uma cidade-estado, que domina um certo território, dele extraindo um mais-produto que possa ser trocado pelo mais-

produto de outros territórios. A cidade não inventa o comércio, mas muda-lhe o caráter, transformando-o de mero escambo irregular de excedentes agrícolas em intercâmbio regular de bens de luxo, em geral manufaturados. Com a cidade surge a produção regular e especializada de bens mais sofisticados (amuletos, jóias, armas) de cujo intercâmbio generalizado se destaca uma mercadoria que, pouco a pouco, se transforma em equivalente geral de todas as outras, tornando-se moeda, e é a troca monetária que finalmente torna possível a ampliação da divisão social do trabalho (SINGER, 1990, p. 14).

É claro que nem todas comunidades arcaicas evoluíram a esse ponto ou nesse sentido, o que não significa que o comércio realizado, por exemplo, por povos indígenas da América do Sul, seja desprovido de interesses, por assim dizer, econômicos. As observações etnográficas de Mauss já se ocupavam de desconstituir esse mito, como observa o arquiteto Fernando Garrefa, professor da Universidade Federal de Uberlândia:

Para Mauss, as sociedades primitivas e arcaicas não são destituídas de mercados econômicos, embora seu regime de troca possa ser diferente do nosso. Considera que o mercado é um fenômeno humano presente em todas as sociedades, sendo sua existência anterior ao surgimento dos mercados e da moeda. Mauss acredita que jamais tenha existido algo que se aproxime de uma economia natural. Ou seja, nunca aconteceram simples trocas de bens, de riquezas ou de produtos no decurso de um mercado entre indivíduos. Mesmo porque, não eram indivíduos que se relacionavam, a princípio, e sim coletividades (clãs, tribos, famílias) que se obrigavam mutuamente, trocavam e contratavam. Além disso, as trocas não se restringiam apenas a bens materiais mas, também, incluíam toda uma gama de ações e serviços: desde gentilezas e ritos até a oferta de crianças e mulheres, onde o mercado é apenas um momento. (GARREFA, 2007, p. 23)

Tampouco se deve subestimar a influência que os processos de troca exerceram sobre a configuração do espaço pré-colombiano. O historiador chileno Miguel Rojas Mix, professor da Universidade de La Plata (Argentina), levanta considerações antieurocêntricas sobre as influências que o espaço pré-colombiano poderiam ter exercido na configuração das cidades européias, sobretudo espanholas. Para o autor é possível que a Plaza Mayor, espaço que acolheu a atividade comercial espanhola durante muito tempo, seja, na verdade, de origem pré-colombiana, até porque a primeira dessas estruturas, “*la Plaza Mayor de Madrid, sólo fue comenzada durante Felipe III, a partir de 1617*” (MIX, 2006, p. 49).

Como se vê, traçar um itinerário unívoco para as memórias definidoras dos espaços comerciais, bem como dos espaços comerciais definidores de memórias sociais, seria uma atitude imprudente, no mínimo. Dos longínquos mercados *sino-lusitanos* do século XV aos vizinhos mercados *hispano-pampeanos* de Uruguai e Argentina; dos distantes bazares mesopotâmicos às *Market Farmers* estadunidenses, muitas são as referências, mais puras ou hibridizadas, que podem ajudar a compreender e interpretar os mercados públicos enquanto fenômeno urbano *transdisciplinar*.

2.1 A INFLUÊNCIA DAS ESCOLAS FRANCESAS

A superação da *Economia de Troca* pela *Economia de Mercado* exigiu, num curto período de tempo, a criação e aperfeiçoamento dos sistemas monetários, parâmetros comuns das relações comerciais. O processo de monetização é descrito mais detalhadamente por Michel Foucault, em sua *Análise das Riquezas*, onde o pensador francês foca os séculos XVII e XVIII, quando os temas essenciais da economia política teriam se estabelecido:

Uma economia científica se tornara durante muito tempo impossível graças a uma problemática puramente moral do lucro e da renda (teoria do preço justo, justificação ou condenação do interesse) e, em seguida, por causa de uma confusão sistemática entre moeda e riqueza, valor e preço de mercado (...). Mas, pouco a pouco o século XVIII teria assegurado as distinções essenciais e discernido alguns dos grandes problemas que a economia positiva, em seguida, não cessaria de tratar com instrumentos mais bem adaptados: a moeda teria assim descoberto seu caráter convencional, ainda que não-arbitrário (...); ter-se-ia também começado a distinguir, uma da outra, a teoria do preço de troca e a do valor intrínseco; ter-se-ia definido o grande “paradoxo do valor”, opondo à inútil carestia do diamante a barateza dessa água sem a qual não podemos viver; ter-se-ia começado a vincular o valor a uma teoria geral da utilidade; ter-se-ia compreendido a importância dos preços altos para o desenvolvimento do comércio; enfim (...) ter-se-ia encetado a análise do mecanismo de produção. (FOUCAULT, 1999, p. 228-229)

Portanto, não é por acaso que, exatamente ao final desse período, no ano de 1809, o arquiteto francês Jean-Nicolas-Louis Durand publicou seu tratado de arquitetura *Précis des leçons d'architecture données à l'École royale polytechnique*, no qual propõe, dentro de sua própria concepção de método projetual, um novo modelo de mercado público, que viria a superar as supostas deficiências dos modelos anteriores. Outrossim, em 1771 o arquiteto Jacques-François Blondel já denunciava, em seu *Cours d'Architecture*, que os mercados existentes até 1770, inclusive os mais novos, eram equipamentos “totalmente inadequados” às novas necessidades da época (ROMANO, 2004, p. 49).

Blondel era neto e sobrinho de dois outros grandes arquitetos em suas respectivas épocas, no que ele seguiu os seus passos, tornando-se um arquiteto de grande influência na França. Seus tratados serviram de referência para os cursos da *École Polytechnique de Paris*, de caráter militar, onde estudou e lecionou J.N.L. Durand. Os mercados criticados por Blondel eram estruturas a céu aberto, como o de Liège (Figura 7).



FIGURA 7: Antiga *Place Marché* de Liège, na Bélgica. Gravura de Nabholz, entono de 1737.
 FONTE: <<http://commons.wikimedia.org>>. Acesso: 14 de setembro de 2010.

A atitude de institucionalização das relações comerciais proposta por Blondel, através de grandes estruturas específicas para a atividade, antecipava uma tendência que seria comum após a Revolução Francesa, com a ajuda do tratado de Durand, de 1809, e na Grã-Bretanha, após um Ato Governamental local, de 1858, conforme observa Heliana Vargas:

Desde o estabelecimento de um sistema moderno de governo local, depois da Revolução Francesa e, na Grã-Bretanha, com o Ato do Governo Local, em 1858, houve uma tendência para institucionalizar os antigos mercados e de diminuir as desvantagens dos mercados ao ar livre, criando espaço reservados onde as barracas poderiam ser permanentes e onde fossem providenciados serviços para coleta de lixo e controle sanitário. O mercado coberto era, pois, um edifício capaz de acolher um grande número de lojas e atrair um público diversificado.

Dois aspectos assumiram importância considerável. O aumento numérico de mercados para abastecer uma população que crescia e se urbanizava fortemente e a preocupação com as questões sanitárias dos espaços de mercados abertos. (VARGAS, 2001, p. 160)

Com base na pesquisa do arquiteto Rosenthal Schlee, professor da Universidade Federal de Santa Maria, Leonora Romano aponta o tratado arquitetônico de Durand, de 1809, como a referência essencial para o projeto da Praça do Mercado de Pelotas. No entanto, além de não apresentar uma semelhança inequívoca entre os dois casos, o método de J.N.L. Durand foi importante, na época, não apenas para os mercados públicos cobertos como para toda a arquitetura eclética oitocentista (PATETTA *In*: FABRIS, 1987, p. 12). Ao que parece a proposta de Durand fica muito mais evidente em galerias e *passages*, como

Au Bon Marché, na França, ou a Galeria Pacífico, em Buenos Aires, do que na arquitetura dos mercados públicos gaúchos do século XIX.

A proposta de Durand, enquanto metodológica, previa mecanismos de adaptação aos condicionantes de cada projeto. Para ele “a finalidade da arquitetura é a utilidade pública, conservação e bem-estar dos indivíduos e da sociedade através de princípios construtivos, respeitantes à conveniência: solidez, saúde, conforto, economia familiar, simetria, regularidade e simplicidade.” Exatamente é essa a estratégia projetual que fica evidenciada na *Explicação das Estampas do Projeto para a Praça do Mercado desta Cidade de Pelotas* (Apêndice B, p. 177), de autoria desconhecida, encaminhada pela Câmara Municipal de Pelotas para a Presidência da Província, em 12 de fevereiro de 1849, onde seu desconhecido autor se mostrava preocupado com a pouca ventilação dos quartos, e questionava as razões de tal ordenamento “em um país quente como o Brasil”:

Hé o interior do edifício quase sempre a parte menos pensada, no entanto dahi nace a salubridade ou as epidemias, como se poderá em um país quente como o Brasil. Conservar os viveres abafados em pequenos quatinhos só abertos por uma miseravel portinha que nem o ar necessário aos pombeiro lhe dá!

E disto um exemplo o mercado de Porto Alegre e Rio Grande.

Para corrigir então esse defeito dei ao interior deste mercado uma fachada composta por um entablamento continuo, sustentada por uma columnata formando uma galeria aberta de 12 palmos de passeio, sendo as paredes colaterais a estas columnas abertas por arcos de dez palmos, só feichados por uma grade de pau para melhor giro do ar interno, e conservação dos viveres. Cada um destes arcos, ou portas, designa um dos pequenos armazens com quinse palmos em quadro, e vinte um de pé direito só assoalhado na galeria, este assoalho deverá ser pela parte superior para que as linhas formem com o assoalho uns [caixões?], gênero de forros próprios as galerias, rezultando disto não só a perfeição como a utilidade de servir como rezervatório de generos seccos.

O autor da “Explicação das Estampas” estava mais preocupado em dominar os condicionantes locais, como o clima, do que em obedecer às ordens clássicas, como fariam, mais tarde os arquitetos *tardosetecentista*, formados na civil *École Supérieure des Beaux-Arts*. Ao contrário de seus colegas civis, amantes da ornamentação efusiva, inspirada em modelos *neogregos*, *neorromanos* e *neorrenascentistas*, Durand e sua *École Royale Polytechnique* antecipava o racionalismo pragmático que iria se adaptar perfeitamente aos métodos industriais nascentes em sua época, configurando-se num prelúdio do futuro Movimento Moderno:

Não devemos nos esforçar por tornar um edifício agradável, já que, se houver unicamente a preocupação com o preenchimento dos requisitos práticos é impossível que não se torne agradável. (...) Tampouco devemos buscar a variedade, o efeito ou o caráter nos edifícios, posto que é impossível que o arquiteto não tenha tido no mais alto grau todas essas

qualidades quando, fazendo uso somente dos verdadeiros meios desta arte, tenha lhes dado tudo que a eles faz falta, nada mais do que o necessário. É portanto, apenas da disposição que deve se ocupar o arquiteto (...). (DURAND *apud* ROMANO, 2004, p. 48)

No entanto, a postura dos engenheiros militares *eurogaúchos*, além de se referirem ao “novo” racionalismo de Durand, se refere também às recomendações dos tratadistas militares da Roma Antiga, reproduzidas e adaptadas por vários outros estrategistas militares ao longo da história, como o italiano Maquiavel, no século XIII e o prussiano Carl Von Clausewitz, contemporâneo de Durand. Mais do que ser vanguarda do pensamento racionalista, ditado por novas condições econômicas e tecnológicas, em oposição à ornamentação da *Beaux Arts*, a escola de arquitetura militar francesa colocava em prática antigas recomendações romanas que, por sua vez, objetivavam superar o pensamento grego.

2.2 A INFLUÊNCIA GRECO-ROMANA

Em síntese, à diferença dos gregos, os militares romanos criavam cidadelas independentemente dos locais de implantação, criando artifícios arquitetônicos que compensassem ou anulassem as características desfavoráveis do local, como argumenta Maquiavel, nesta apresentação de seu modelo de acampamento militar, ou *castrum* (de onde se identifica uma tradição arquitetônica dita *castrense*):

...digo que para o alojamento ser seguro convém que seja fortificado e ordenado. Ordenado o faz a indústria do capitão, fortificado o faz o lugar ou a arte da guerra. Os gregos cercavam-se de lugares fortificados e jamais ficavam onde não houvesse uma grota ou margem de rio ou mata, ou outra defesa natural que os protegesse. Já os romanos tornavam seus alojamentos seguros não tanto pelo lugar como pela arte, e tampouco permaneceriam alojados em lugares onde ele não pudessem, segundo sua disciplina, espalhar todos os seus homens. Disso decorria que os romanos tinham uma forma de alojar-se em que o lugar obedecesse a eles e não eles ao lugar. (MAQUIAVEL, 2009 [1520], p. 155)

A tradição arquitetônica castrense pode ser entendida dentro daquilo que Riana Eisler chama “cultura de dominação”, militar, autoritária, disciplinadora (e, para ela, “masculina”), que acabou por dominar a humanidade, em diferentes culturas, até o advento da pós-modernidade. Em oposição, o ágora grego seria, ao menos em termos de organização do espaço, o arquétipo de um outro modo de pensar e organizar a sociedade, em sua relação com o ambiente natural. Segundo Angélique Trachana (2008, p. 22) “*El espacio del ágora que constituía al entorno de estos edificios era un espacio fluido y abierto que se fundía con la naturaleza. Esta imagen era representación también de un orden*

inestable como es habitual en la democracia. La organización del espacio según este orden 'natura', correspondía con un comportamiento humano libre, espontáneo e igualitario."

Conforme acrescenta a historiadora Loiva Félix (1989, p. 112), "O ágora era a praça pública principal da cidade grega antiga, seu centro comercial e social, lugar de reunião ou assembléia. Era, por excelência, o espaço urbano que tinham lugar as reuniões políticas, as cerimônias religiosas e, nos primeiros tempos, as representações teatrais. Desde o séc. VI a.C., foi também a praça do mercado e o ponto nevrálgico da cidade grega". Portanto, a atividade comercial acompanhou o ágora grego em suas melhores fases, de onde as duas autoras retiram sua avaliação:

A forma mais característica da ágora era uma ampla superfície aberta de forma retangular ou trapezoidal, rodeada de *stoas* (galerias com colunatas abertas para proteção contra o tempo, sol e chuva. Às vezes tinha mais de um andar e também podia abrigar lojas, barbearias, etc.). (...) No final do séc. VI a.C. (...) em algumas cidades, construiu-se um mercado separado do ágora.

(...) Na época de Homero, tal como se depreende de seus cantos, só se dava cunho político, mas, depois de meados do séc. VII a.C., o comércio invade o ágora e os pequenos mercadores com seus artigos de consumo, suas cerâmicas, seus vinhos e perfumes pregoam e vendem livremente sua mercadoria dentro desta área (...) Em geral pode afirma-se que o ágora ocupava um lugar central no plano da cidade, ainda que no caso dos portos marítimos com um só ágora este se achava comumente nos molhes. (FÉLIX, 1989, p. 112-113).

Assim como o ágora grego nem sempre foi um espaço democrático, estando restrito ao uso de políticos e sacerdotes até os tempos de Homero (século VII a.C.), na Roma do séc. IV a.C., o Senado exige a remoção das atividades comerciais mais populares, assim como daquelas de cunho artesanal, que até então eram praticadas entre o pátio e a basílica do *Fórum Magnum*. Segundo Trachana (2008, p. 26) "*Cuando en el foro romano dejaron de ofrecerse raros albaricoques de Esmirna o testículos de toro, la votación y la discusión política también lo abandonaron*", reservando-o prioritariamente para as atividades de natureza política e religiosa, ou seja, na forma que o filósofo Aristóteles recomendava, mais ou menos na mesma época, segundo menciona o arquiteto italiano Aldo Rossi:

Por volta do século IV, o Foro cessa sua atividade como lugar de mercado (isto é, perde uma função que tinha sido fundamental) e se torna uma verdadeira praça, quase seguindo o ditado de Aristóteles, que mais ou menos naquela época escrevia: "A praça pública... nunca será sujada por mercadorias e a entrada nela será vedada aos artesãos... Distante e bem separada da cidade será a que é destinada ao mercado..." Precisamente nessa época, o Foro vai se cobrindo de estátuas, de templos, de monumentos. (ROSSI, 2001, p. 175)

No séc. I a.C., época em que viveu o arquiteto Marco Vitrúvio Polião, grande

tratadista e, provavelmente, o maior responsável pela transmissão dos princípios da arquitetura clássica romana às gerações seguintes, o fórum romano servia também para abrigar “espetáculos” de luta entre gladiadores, além de negócios financeiros, como se depreende pelo livro quarto do *De Architectura*:

Os gregos construíram foros em formas retangulares, com enormes pórticos duplos, ornamentaram-nos com numerosas colunas, arquitraves de granito ou mármore, e executaram passeios no pavimento superior. Nas cidades da Itália, seguramente, não se fará a a mesma coisa, e isso porque o costume estabelecido pelos antepassados é que os combates de gladiadores sejam dados no foro. Por conseguinte, distribuir-se-iam intercolúnios mais espaçosos ao redor dos locais de espetáculos; ao longo dos pórticos, poder-se-iam instalar as bancas dos cambistas; e, nos pavimentos superiores, galerias que estariam corretamente dispostas tanto para os negócios privados quanto para o proveito dos cofres públicos. (POLIÃO, 1999, p. 120).

Aproximadamente cem anos depois de Vitruvius é inaugurado o Coliseu, para onde seriam transferidos os combates de gladiadores e outros espetáculos; e o apogeu urbano de Roma só ocorreria ainda mais tarde, por volta dos séculos II e III d.C., quando todos os equipamento básicos que proviam a melhor fase da vida romana estavam construídos (TAVARES, 2005, p. 165-166). Provavelmente é referente a esse período a representação de David Macaulay (Figura 8), ou seja, de um dos mercados “especializados” para onde foram transferidas as atividades comerciais antes concentradas no *Forum Magnum*. Esses novos equipamento foram chamados, respectivamente, *Forum Piscarium*, mercado do peixe; *Forum Holitorium*, mercado dos legumes; *Forum Pistorium*, mercado de trigo e farinhas; *Forum Suarium*, mercado de porcos; *Forum Vinarium*, mercado de vinhos e *Forum Boarium*, mercado de bois (ROMANO, 2004, p. 19).

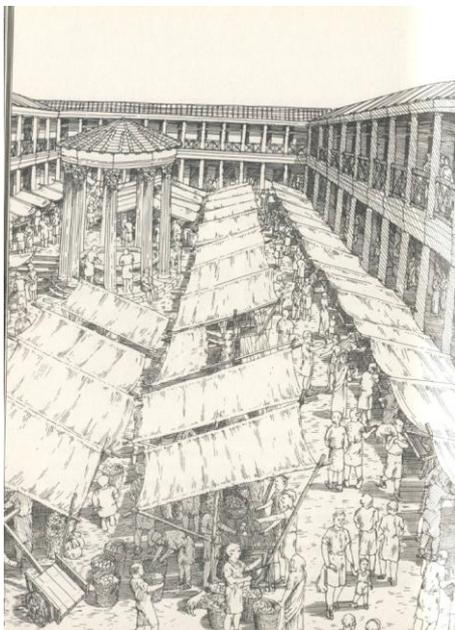


FIGURA 8: Reconstituição artística de um antigo Fórum Romano.
FONTE: MACAULAY, 1989, p. 60.

O *Fórum Magnum* foi construído sobre onde nos primórdios de Roma (algo em torno do século VIII a.C.) existia o *Fórum Boarium*, num vale alagadiço, considerado o lugar de origem da cidade, onde as tribos latinas se encontravam para comercializar gado e enterrar seus mortos (ROMANO, 2004, p. 19 e ROSSI, 2001, p. 174).

A complexidade do *genius locci* grego, em continuidade com seu entorno, se opõe aos espaços fechados e descontínuos da cidade romana, que prevaleceram sob o traço dos engenheiros militares *euro-gaúchos*, por serem mais úteis à missão de dominar o território e controlar a população. Leonora Romano, por exemplo, concorda com a utilidade dessas tipologias fortificadas para o estudo dos mercados públicos (ROMANO, 2004, p. 24), até mesmo porque a autora gaúcha estuda os mercados do Rio Grande do Sul, que, muitas vezes, apresentavam a curiosa peculiaridade de não possuírem portas abertas para o exterior, exceto os portões de acesso, constituindo-se em verdadeiras “fortalezas”, como se pode ver pelas imagens do antigo mercado de Florianópolis (Figura 9) e do projeto do Mercado de Salto, no Uruguai (Figura 10).



FIGURA 9: Antigo Mercado de Florianópolis, em torno de 1896.
FONTE: Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina.

Ainda no Uruguai, em maio de 1836 o antigo forte que deu origem à cidade de Montevideu foi convertido em mercado público (VARESE, 2010, p. 28). Chamado *Mercado de La Ciudadela*, essa conversão de usos é emblemática para ilustrar o fenômeno de passagem da cidade militar para a cidade comercial, em idos do século XIX na região do pampa. Tal passagem não foi exatamente tranquila e inesitosa, pois, como se verá, ao passo em que fortificações foram convertidas em mercados, novos mercados foram construídos como se fossem fortificações.

A arquiteta e historiadora Ester Gutierrez, professora da Universidade Federal de Pelotas, identifica o encontro das diferentes vertentes arquitetônicas em vigor à época no projeto da Praça do Mercado de Pelotas, com destaque para a vocação castrense (militar)

do partido arquitetônico adotado:

Não fosse o grande conjunto de portas e de portões, o Mercado poderia ser confundido com uma fortaleza, onde até água poderia ser armazenada. Mais do que a dos outros prédios públicos ou privados da cidade, a arquitetura do Mercado fez referência aos tempos difíceis de guerra, da qual o Rio Grande acabara de sair em frangalhos. A sobriedade, as paredes grossas, poucos traços e muito corpo, os cheios prevalecendo sobre os vazios, a matéria sobre a luz, o todo sobre o detalhe, demonstraram uma afinidade entre a solução encontrada para o Mercado e as arquiteturas que experimentaram o classicismo, como, por exemplo, a arquitetura chã, pombalina, ou a dos militares. Romantismo e classicismo não eram excludentes, em Pelotas eram complementares. (GUTIERREZ, 2004, p. 318)



FIGURA 10: Fachada principal do projeto para o Mercado Público de Salto, no Uruguai, de autoria do arquiteto ítalo-brasileiro Pedro Obino. Meados de 1909.
FONTE: Arquivo Histórico do Rio Grande do Sul.

Nas fotos da antiga Praça do Mercado de Pelotas é possível ver, também, alguns quartos, como eram chamadas as lojas do mercado, sem portas para a fachada externa (Figura 11), o que faz crer que, originalmente, seriam todas assim, uma vez que as fotos são

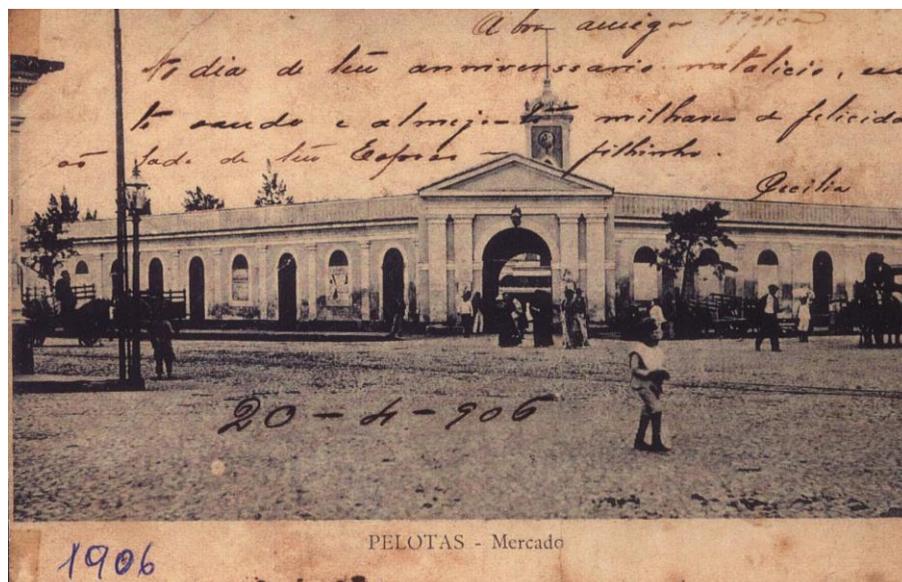


FIGURA 11: Antiga Praça do Mercado de Pelotas, com diversos vãos cegos no lugar das futuras portas. Meados de 1906.
FONTE: Acervo pessoal historiador Eduardo Arriada.

de quase 50 anos após sua inauguração e, outrossim, essa era uma característica do projeto original¹⁴, o que leva à hipótese de que as referências arquitetônicas para os mercados do século XIX estejam mais próximas das fortalezas militares do que dos mercados de Durand. Segundo Geraldo Gomes da Silva (1987), antes do sino-francês *Les Halles* ser construído, um outro edifício de mercado havia sido erigido sobre o espaço da medieval *Place Les Halles*, porém foi mandado destruir por Napoleão III, pois seu aspecto fortificado lhe teria rendido o apelido de *Fort Les Halles* (SILVA, 1987, p. 37).

Já pelos pagos pampeanos do sul do *Novo Mundo*, Patrício Everard, engenheiro militar, autor do primeiro projeto para o mercado da cidade de Jaguarão, em correspondência enviada à presidência provincial, em agosto de 1856, deixa claro quais as razões para o aspecto castrense daquele e, por indução, dos demais mercados “sem portas”, como o de Artigas, Florianópolis e outros que se construíam nas fronteiras meridionais do país:

Tenho a honra d'invier a VE. a planta, e orçamento d'um Mercado publico para a cid.^e de Jaguarão, conf.^e a exigencia da Cam.^a Mun.^{al} da dita cid.^e, coberto de soteia geral, e tanto esta como o muro que a fexa, seteirados, oferecendo afsim uma fortificação em que pofsa intrinxeirar-se a guarnição e povo, caso a d.^a cid.^e seja atacada.

Se VE. o approvar o que terá a bond.^e de comunicar-me remetteria copias exatas á sobre dita Camara.

Menos de um ano depois, em 11 de julho de 1859, o Major Inspetor de Obras da Província, Eng.º Jose Maria Pereira de Campos, critica o projeto da “fortaleza comercial” desenhada por Patrício, em correspondência que recomenda à presidência da Província a confecção de um outro projeto para o Mercado de Jaguarão (Figura 12):

Por esta occasião permita-me ponderar a V.E.^a, que pelo exame que fiz na planta desse edificio, julgo-o bastante imperfeito para o fim a que se destina, não só por sua construcção pouco resistente e não existir nelle huma varanda coberta, que sirva de abrigo nos dias de chuva aos diversos vendedores do d.^o mercado, como por ter em todo o seu desenvolvimento exterior, huma segunda ordem de quartos com portas, que o tornou preciso segundo a m.^{ma} planta, circundal-o de hum muro com frontões, afim de que podesse ser feixado quando se quisesse, perdendo com isso toda a sua belleza exterior, e augmentando [a] despesa.

Em consequencia pois do que levo expendido, parece-me mais convincente projectar-se hum outro edificio para o mercado daquella cidade, que reunindo mais resistencia e belleza, offereça ao m.^{mo} as commodidades que são precisas a hum tal edificio, podendo talvez obter-se o seu orçamento por menos quantia, ainda m.^{mo} com o augmento de valores, em que hoje se achão os materiais naquella cidade.

¹⁴ Na correspondência intitulada *Explicação das Estampas do Projeto para a Praça do Mercado desta Cidade de Pelotas*, o autor do primeiro projeto inicia sua descrição da seguinte forma: “278 palmos tem o Edifício em quadra, adornando estas paredes uma meia colunata cujos intervalos são ocupados por portas só abertas nas partes superiores que formão os arcos [grifo meu], estes arcos são ocupados por grades de ferro.”

Interessante salientar que Campos não critica a função militar atribuída por Everard ao mercado, o que sugere que essa era, de fato, vista como uma função necessária para o equipamento. É claro que outras razões podem ser colocadas para o fato daqueles mercados não possuírem portas voltadas para a rua, como o melhor aproveitamento do já escasso espaço interno ou o isolamento mútuo de interferências indesejadas, como o barulho ou a poeira, sem falar na simples proteção contra o roubo comum.



FIGURA 12: Mercado de Jaguarão no início do século XX.
FONTE: Instituto Histórico e Geográfico de Jaguarão.

Outrossim, através de documentos oficiais do século passado, tanto da Intendencia de Buenos Aires quanto da Prefeitura do Rio de Janeiro (GORBERG e FRIDMAN, 2003) vê-se que o objetivo dos mercados públicos, ao menos nessas duas cidades, era proteger a economia popular da ação de atravessadores e especuladores, além de garantir o abastecimento alimentar próximo à moradia de cada cidadão (Figura 13). Os administradores municipais ainda aproveitavam a construção dos edifícios para promover referências de boa arquitetura e o embelezamento das cidades (e junto, sua própria imagem, é claro).

Os mercados públicos eram empreendimentos grandiosos, vitrines das inovações arquitetônicas de cada época, mobilizavam a criatividade dos melhores técnicos e o espírito crítico dos munícipes. Constantemente eram comparados entre si e geravam várias versões de projeto antes de serem executados. Enquanto em Paris Hector Horeau e Victor Baltard se sucediam em diferentes propostas para agradar às pretensões de Napoleão III, por aqui Rafael Mendes de Carvalho e Roberto Offer cumpriam o mesmo itinerário, pelos idos do mesmo ano de 1849, para satisfazer vereadores municipais e deputados provinciais. No ano de 1921 foi realizado concurso público para escolher o melhor projeto à ampliação do Mercado de Abasto Provedor, em Buenos Aires, onde foram apresentadas várias propostas (Figura 14).

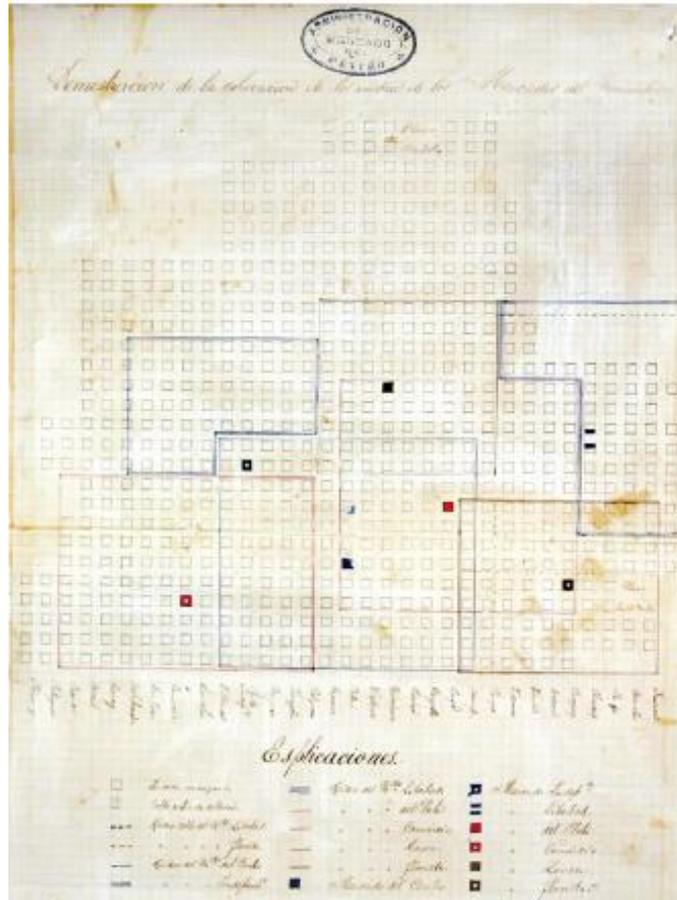


FIGURA 13: Plano de abastecimento alimentar do centro de Buenos Aires (limites de ação definidos para cada mercado público).
 FONTE: Biblioteca da *Legislatura* de Buenos Aires.

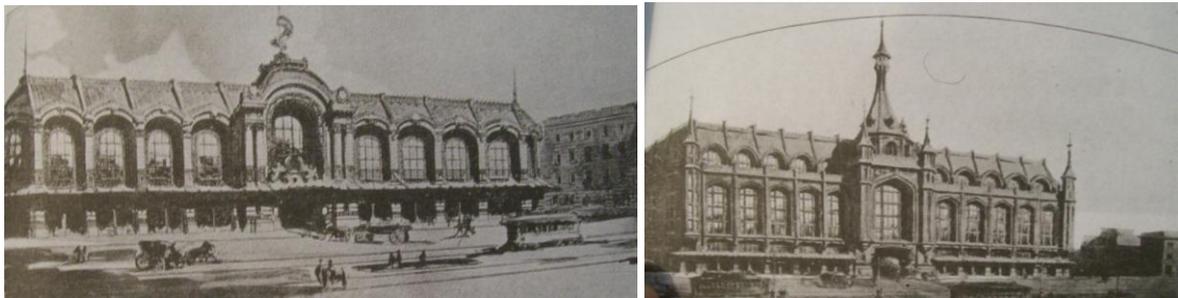


FIGURA 14: Propostas apresentadas para a ampliação do Mercado de Abasto Provedor, em 1921.
 FONTE: (BERJMAN e FISZELEW, p. 135 e 137, 1999).

2.3 A INFLUÊNCIA ÁRABE

Inicialmente, pela duradoura presença dos povos *mouros* na Península Ibérica, o bazar árabe pode ser uma das primeiras influências ancestrais que, assim como os caravançarais, de mesma origem, definem a constituição dos mercados públicos no Novo Mundo. Como atesta Raquel Rennó (2006, p. 29): “Pode-se encontrar as raízes dos mercados públicos atuais nos *bazaares* árabes, com seus produtos expostos em excesso, (...) a profusão de odores, sons e cores entre outros elementos.”

O arquiteto Günter Weimer, professor da UFRGS, por outro lado, relativiza as possibilidades de influência *berbere* (islâmico-marroquina) no traçado urbano português, apesar dos quase 800 anos de domínio, exercido por essa cultura sobre o território ibérico. Para Weimer as cidades portuguesas foram assentadas sobre uma base construída nos 300 anos anteriores à “invasão” árabe, de 409 a 711 d.C., quando a antiga província do império romano encontrava-se dominada por povos germânicos, mais exatamente visigodos e suevos, que teriam sido os reais idealizadores dos dois modelos de traçado urbano “livre”, típicos de Portugal, respectivamente, as aldeias-rua (*strassendorf*) e as aldeias-monte (*haufendorf*), que caracterizariam o urbanismo português antes e depois da expulsão definitiva dos mouros, no século XIII.

Esses últimos, mais do que implantar seu modo de construir cidades, teriam adaptado as conurbações germânicas, tornando-as “bairros 'tipicamente' islâmicos” (WEIMER, 2004, p. 61-68), o que, por outro lado, não reduz sua influência sobre a arquitetura lusitana vindoura, por exemplo, com a adoção do costume de implantar uma igreja católica em cada bairro, a modo do que fazem os muçulmanos em relação às suas mesquitas. Da mesma forma algumas tipologias arquitetônicas, como os mercados, podem ter sofrido influências dos edifícios berberes, como os já mencionados bazares e caravancerais.

O bazar seria um conjunto de ruas cobertas (galerias ou recovas), ao longo de um bairro com uma praça seca ao centro, onde se (des)ordenam as tendas de vendedores. Mais do que um edifício, os bazares seriam, portanto, todo um bairro que, no caso do islã, tem a extensão do alcance da voz do *muezin*: fiel responsável pela chamada, do alto do minarete da mesquita local, dos demais “irmãos de fé” aos encontros diários de orações.

É interessante notar que, sob o olhar ocidental, a interpretação da cidade islâmica nem sempre é esclarecedora. Muitas vezes o Bazar árabe é apresentado como uma única construção, que teria inclusive influenciado os mercados cobertos europeus, como sugere a confusa assertiva da publicitária Raquel Rennó, pesquisadora do *Institut Català D'Antropologia*: “A Europa ocidental também possui seus mercados cobertos (*halle*), derivados de Roma, que apareceram por volta do século XIII, por influência dos mouros” (RENNÓ, 2006, p. 29). Na verdade o edifício que, dentro do Bazar, mais se assemelharia aos mercados europeus se chamaria *zoco*, conforme explica o arquiteto argentino Carlos Moreno (2004, p. 30), professor da *Universidad de Buenos Aires*. Moreno também usa a palavra *alcaicería* para designar um termo genérico, que corresponderia tanto a um bairro (bazar), edifício (*zoco*) ou rua comercial.

Afora questões toponímicas, outras afirmações confusas sobre a cidade

muçulmana¹⁵ dizem respeito, por exemplo, à relação entre as atividades comerciais e religiosos nessas cidades. Günter Weimer, comparando as influências de germanos e berberes, é categórico ao afirmar que “Para os germanos, a praça fica na frente da catedral, dentro do possível, é arborizada e serve de mercado; nas cidades berberes, o zoco é seco, serve de mercado, mas está longe da mesquita em cuja proximidade é terminantemente proibida qualquer atividade comercial. [grifo meu]” (WEIMER, 2004, p. 68). Além de contrariar a ideia de zoco, que para Moreno é uma construção e não uma praça de mercado (essa última se chamaria *rahaba*), Weimer propõe uma interpretação do espaço da cidade berbere que se opõe frontalmente à caracterização recorrentemente encontrada, que coloca a mesquita justamente no centro do bazar comercial:

Isto podia ser observado pela própria configuração do *bazaar*, que incluía desde os *sucks*, que vendiam de alimentos a joias, até casas de banhos, hospital e abrigo para os sem-teto. O espaço congregava edifícios comerciais e não-comerciais no mesmo centro. A mesquita era localizada no centro do bazaar [grifo meu] para destacar sua relevância diante do resto, mas próxima a ela estavam as casas de penhores e empréstimos por razões de segurança (estariam mais cercadas de gente). Não há, no espaço, a separação matéria (que levaria fatalmente à condenação) e espírito. (RENNÓ, 2006, p. 28)

Raquel Rennó apresenta a expressão *suck*, que seria cada tenda ou loja do bazar; além de alterar a grafia da própria palavra *bazar* para, assim como Heliana Vargas (2001), “*bazaar*”. Na mesma linha da autora paulista, a catalã Angelique Trachana faz a sua descrição da cidade islâmica:

...Por eso la forma islámica característica, de crecimiento orgánico, de tipo celular y aditivo carece de una estructura cívica expresada en el espacio público. El núcleo de la ciudad, la medina, contenía la principal Mezquita del viernes, el mercado central y el complejo comercial apretadamente cercados por los barrios residenciales, que eran lugares de aglomeración y que la única vida social estaba determinada por el ritual religioso o el comercio. (...) La Mezquita con sus patios porticados junto con el mercado como lugares públicos eran lugares cerrados y restringidos y no permitían ninguna expresión libre y diferenciada de la impuesta por un código espacial. (TRACHANA, 2008, p 40)

Trachana apresenta o conceito de *medina*, que seria o bairro onde está localizada a principal mesquita da cidade muçulmana. As diferentes interpretações sobre a cidade muçulmana devem-se, provavelmente, ao fato de que cada autor infere suas induções a partir de um caso específico, sobre um fenômeno muito mais amplo. Assim, Carlos Moreno estuda as antigas cidades berberes situadas no sul da Espanha, Günter Weimer fala de

¹⁵ Aliás, no que se refere aos lugares de comércio os autores pesquisados nunca são claros em definir se a descrição se refere à cidade muçulmana, em específico, a qualquer cultura árabe ou, ainda, uma particularidade de mouros e berberes.

observações pessoais feitas no Marrocos atual, enquanto Raquel Rennó e Heliana Vargas, apesar de terem tido contato com cidades marroquinas, ibero-mediterrâneas e turcas, fazem suas afirmações também com base em fontes secundárias, embora, assim como Leonora Romano, não deixem claro se falam dessas cidades na atualidade ou em que outro período histórico. Já Trachana deixa evidente que fala da cidade islâmica “medieval”, melhor dizendo, da cidade islâmica que existiu durante o período da Idade Média, embora elas tenham mudado muito pouco ao longo do tempo, como qualquer um pode ver pela exuberante fotografia do filme *Sob o céu que nos protege*, do cineasta italiano Bernardo Bertolucci (1990).

Em uma passagem desse filme, um dos principais protagonistas agoniza de tifo no interior da última tipologia arquitetônica que, por ora, vale a pena descrever, pela sua semelhança formal com os objetos de estudo aqui tratados. São os caravançarais (Figura 15), literalmente “palácios de caravanas”, ou seja, estalagens fortificadas para uso dos mercadores viajantes da *Rota da Seda*, que se estenderia da China ao Marrocos (extremo oeste africano) e a Península Ibérica, e de outras rotas comerciais complementares.

Construídas a cada 30 ou 40 quilômetros desses percursos, o que corresponderia a um dia de viagem montada, carregada, essas estalagens eram constituídas basicamente por uma planta retangular ou quadrática, com um único portal, largo o bastante para permitir a entrada de animais de grande porte, como camelos. Seus interiores eram equipados com um número suficiente de estábulos, zonas de abastecimento, banheiros públicos e acomodações para abrigar os viajantes e seus empregados, animais e mercadorias. O pátio podia abrigar rebanhos de mais de cem camelos, cavalos e mulas. O caravançarai dispunha de água para os seres humanos e animais beberem, e também para banhos e rituais de ablução¹⁶. Oferecia-se ainda forragem para os animais e lojas para os viajantes, onde eles poderiam adquirir suplementos e víveres para prosseguir viagem. Em algumas dessas lojas o própria viajante poderia vender ou trocar com outros viajantes a mercadoria que trazia (CIOLEK, 2006).

¹⁶ Ritual de purificação obrigatório na religião muçulmana.



FIGURA 15: Antigo caravançarai, em Tin Mal, no Marrocos. Meados de 1150 d.C.
 FONTE: HATTSTEIN y DELIUS, 2007, p. 329.

2.4 “HOJE, VIOLENTO MOCOTÓ!”¹⁷

Se, com isso, os mercados públicos ficaram semelhantes aos antigos caravançarais (literalmente “palácios de caravanas”) da Rota da Seda, como observa L. Romano (2004, p. 24), outra referência arquitetônica que não pode ser descartada são os “palácios” de outras caravanas, as militares, que desde a antiguidade romana eram projetados pelos legionários de César. Esses acampamentos militares, que podiam durar décadas, originaram muitas cidades europeias e serviram de inspiração para os tratadistas militares da posteridade, dentre os quais Maquiavel, que em 1520 descrevia seu modelo de *castrum* (Figura 16):

Dessa Via da Cabeça, começando pelo alojamento do capitão, riscaria uma outra via que fosse daquela à porta do poente, com trinta braços de largura, e correspondesse pelo lugar e pelo comprimento à Via Capitã, chamando-a de a Via da Praça. Feitas essas duas vias, ordenaria a Praça do Mercado, que colocaria na cabeça da Via da Praça, defronte ao alojamento do Capitão e partindo do ponto da Via da Cabeça, e gostaria que ela tivesse a forma de um quadrado, com noventa e seis braços de lado. (MAQUIAVEL, 2009 [1520], p. 160)

Ao contrário das praças de mercado medievais e das ágoras gregas, a tradição castrense romana não favorecia o encontro democrático das diferenças. No entanto, na evolução da história esse modelo autoritário acabou predominando. A Igreja o adotou nas cidades que ela ajudou a criar na Europa e na América, replicando a influência de tal modelo

¹⁷ O anúncio sincero do típico prato de mercado público esteve fixado no *Bar Naval*, do Mercado Público de Porto Alegre nos anos 1990 (MORAES e COSTA, 1993, p. 48). Seu uso como título da seção passa a idéia da diversidade de influências arquitetônicas que atravessa os mercados públicos. De resto, tal diversidade é também comum aos próprios usos e usuários desse equipamento público, ao que parece, desde sempre.

romano sobre a configuração espacial de ruas e edifícios, como mercados e universidades:

El papel de la iglesia fue muy significativo en este período. La iglesia adoptó las circunscripciones administrativas del imperio como base de su organización eclesiástica haciendo corresponder cada diócesis a una civitas. Pronto las sedes episcopales se convertirían en centros de actividades productivas y comerciales (...)

La vida monástica tendría también una gran influencia como paradigma social para las nacientes ciudades. Los siglos XII y XIII fueron el período de las grandes formaciones urbanas de Europa. Los monasterios, por otro lado, se convertían en una especie de ciudades autónomas donde se reproducían incluso los espacios urbanos porticados de la descendencia romana. Entre sus muros se encerrarían los extraordinarios peristilos (...). Se transfería así una tipología de espacio público en el espacio interior de estas comunidades con un cambio de significado, para después proyectarse de nuevo hacia fuera. (...) Así que los edificios monásticos influyeron en el establecimiento de un modo de vida comunal e inspiraron la forma arquitectónica de edificios organizados alrededor de patios. (TRACHANA, 2006, p. 35-36)

Não demorou muito para que, dos monastérios, o espaço descontínuo da cidade romana influenciasse a configuração espacial dos locais de comércio, que ocorria de forma espontânea até então. Movimento que, segundo Raquel Rennó, permaneceu até os dias atuais, na arquitetura de supermercados e *shopping centers*.

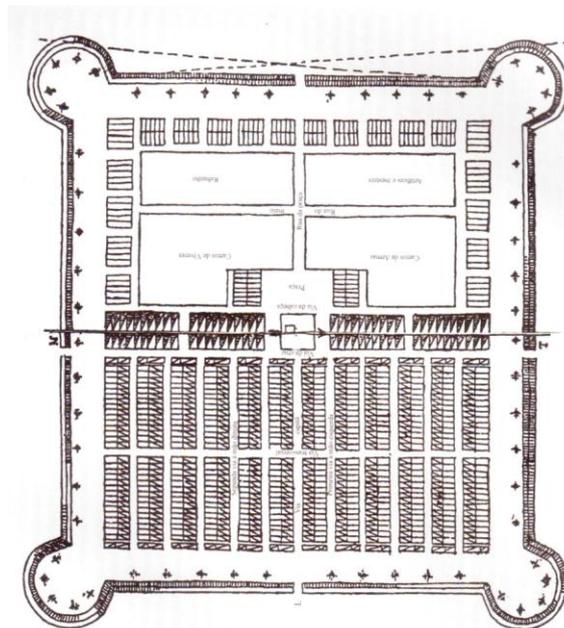


FIGURA 16: Planta de acampamento militar renascentista.
FONTE: MAQUIAVEL, 2009, p. 162-163.

Apesar da imagem de todo o comércio, sobretudo o de alimentos, ocorrendo sob o abrigo de barracas ao ar livre, ser uma idéia nonsense nos dias de hoje, a doutora em semiótica Raquel Rennó demonstra boa percepção arquitetônica ao propor que, ao invés

disso, houvesse, ao menos, configurações espaciais mais permeáveis, que dialogassem melhor com o restante da cidade. Nas palavras dela, uma proposta *barroca*, que se aproximaria mais ao legado deixado pelos mercados públicos:

As ágoras gregas eram inicialmente em forma de U e incorporavam o entorno da cidade em sua construção. Após a influência romana, elas foram fechadas. Para os romanos, os locais públicos deviam ser fechados de modo a se criar um ambiente de tranqüilidade. O clero, nas cidades medievais, utilizava o fechamento do espaço, o claustro, como uma das formas de identificar pureza, santificação e distanciamento da vida desequilibrada do resto da urbe. Este isolamento com relação à cidade, a valoração da interrupção do espaço da cidade, é um conceito que acabou influenciando, ainda que por razões diferentes, grande parte das formas de organizações espaciais de comércio do ocidente, desde as próprias basílicas e fóruns romanos até as galerias, os *grand magasins*, os *shopping centers* e os supermercados. (RENNÓ, 2006, p. 29-30)

Nos espaços comerciais da era moderna, desde aquelas propostas do *Traité* de J.N.L. Durand aos supermercados de hoje, se percebe um racionalismo neorromano. A análise que, a seguir, Angelique Trachana faz da arquitetura templária romana poderia se aplicar perfeitamente aos supermercados. A origem familiar de muitas grandes redes de comércio varejista só reforça a analogia dinástica. Nesse espaço, o poder da corporação deve ser reverenciado, sua ordem de consumir, obedecida:

El templo griego, hemos visto, estaba concebido para ser visto desde muchos puntos de la ciudad y para que el ojo del espectador recorriera el exterior del edificio. El templo romano, por el contrario, pretendía situar al espectador sólo de frente; toda su decoración ceremonial estaba en la fachada del frente. En el interior del templo, o de la basílica o del propio Panteón el edificio ordenaba la mirada y el movimiento en una dirección. La geometría del espacio romano transmitía su disciplina al movimiento corporal y, en ese sentido, comunicaba la orden de mirar y obedecer. (...) El propósito era exhibir el poder del César, su linaje (linaje de dioses), al situar al espectador directamente frente al templo, subrayando los orígenes supuestamente divinos de su familia (...).

En este mundo tan planificado había poca necesidad de los valores ambiguos de la estoa griega. (TRACHANA, 2008, p. 25-26)

Inspirada em César outra linhagem de imperadores que também quis afirmar seu poder através da arquitetura foi a dos ítalo-franceses Bonaparte, principalmente Louis Bonaparte, o Napoleão III, que ordenou a reconstrução do traçado urbano de Paris ao seu Prefeito, o Barão Haussmann. Plano que incluiu a construção de um novo sistema de abastecimento alimentar para a cidade, com a edificação de um grande Mercado Central, o *Les Halles*. Se César podia contar com os discípulos de Vitrúvio para construir sua “cidade de mármore”, Napoleão Bonaparte tinha os discípulos de Durand, dentre os quais Hector Horeau, autor do primeiro projeto para o equipamento (Figura 17). Inexequível para os padrões construtivos da época, foi substituído, ainda no mesmo ano de 1849, pelo projeto

de Eugène Flachet, também descartado, embora esse segundo fosse tecnicamente viável. O projeto enfim executado, a partir dos primeiros anos da década de 1850, foi o proposto pelo arquiteto Victor Baltard (Figura 18), que mesclava as novas possibilidades da arquitetura industrializada (estruturas metálicas pré-fabricadas fora do canteiro de obras), com traços da arquitetura asiática (Figura 19), onde a França manteve colônias e protetorados até meados do século XX.

Certamente o *Les Halles* influenciou a arquitetura de muitos outros mercados que vieram depois, como os de Valência, Málaga e Zaragoza, na Espanha (Figura 20), de *La Abundancia*, no Uruguai, o antigo *Mercado de Abasto*, na Argentina (Figura 21), o de Manaus (*Mercado Adolpho Lisboa*), Recife (*Mercado São José*) e *Municipal* do Rio de

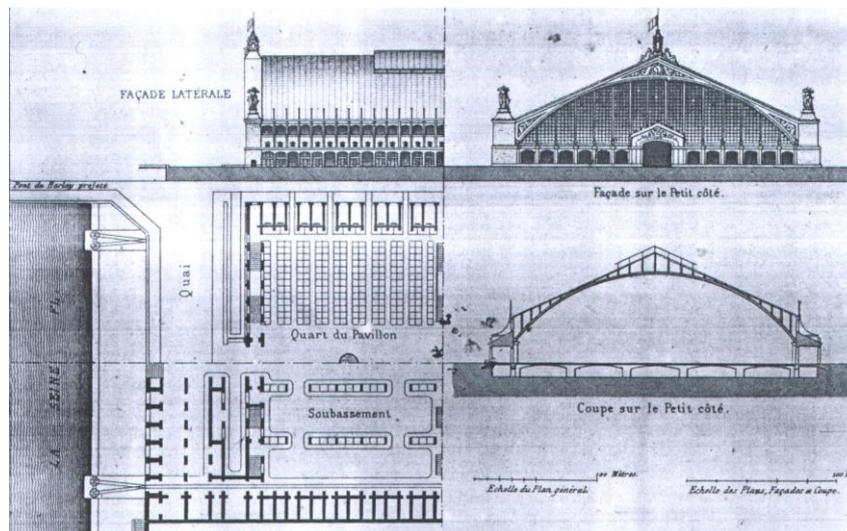


FIGURA 17: *Les Halles* de Hector Horeau. Empuxo lateral excessivo para a época (1849).
 FONTE: GIEDION, 2004, p. 258.

Janeiro (demolido na década de 1950), no Brasil (Figura 21), além do próprio Mercado Central de Pelotas, onde foi empregada uma evolução do mesmo sistema pavilhonar em ferro, na reforma de 1914. É claro que a necessidade de vencer grandes vãos e disponibilizar a maior superfície livre possível para a instalação das bancas leva, até hoje, à adoção de estruturas metálicas como solução para praticamente qualquer central de abastecimento. Mas esses mercados, do final do século XIX e início do século XX, trazem soluções padronizadas, produzidas e catalogadas por indústrias metalúrgicas do mundo todo, à época, o que os caracteriza como uma tipologia arquitetônica distinta.



FIGURA 18: Mercado *Les Halles*, de Paris, em meados de 1940.
FONTE: <www.zolaandme.wordpress.com>.

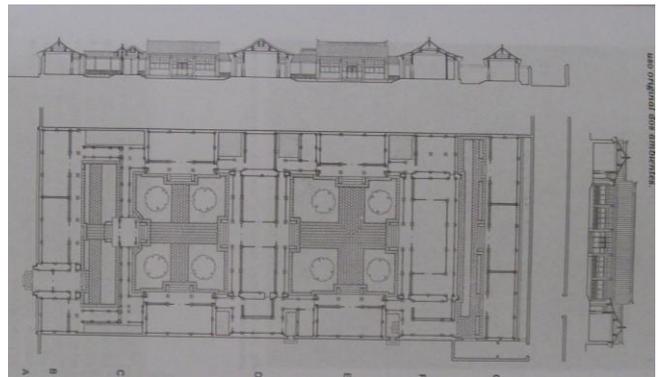


FIGURA 19: Residência chinesa do século XVII.
FONTE: BENEVOLO, 2009, p. 61.



FIGURA 20: Mercado Central de Valência (à esquerda) e Zaragoza (à direita).
FONTE: <www.flickr.com>. Acesso: maio de 2005.



FIGURA 21: Antigo Mercado de Abasto Proveedor, em Buenos Aires.
FONTE: BERJMAN e FISZELEW, 1999, p. 115.



FIGURA 22: Antigo Mercado Municipal do Rio de Janeiro.
FONTE: GORBERG e FRIDMAN, 2003, p. 54.

A evolução do sistema construtivo proposto por Baltard para os mercados públicos pode ser rastreada através desses documentos, como o catálogo da Indústria Metalúrgica anglo-argentina de *Pedro Vasena e Hijos*, de 1902 (Figura 23), ou o *Traité d'Architecture*, de Louis Cloquet, de 1900, onde esse arquiteto belga, construtor de pontes e estradas, sintetiza as soluções mais eficientes em estruturas metálicas para, dentre outros usos, os mercados públicos. Tanto o catálogo quanto o tratado apresentam soluções para duas classes de mercados: os permanentes, como o *Les Halles*, e os provisórios, que serviriam para a venda eventual de produtos frescos. Esses últimos seriam praticamente abrigos fixos para feirantes, como já existiu em Pelotas, até meados de 1920, às margens do Canal São Gonçalo (Figura 24).



FIGURA 23: Fachada para Mercado oferecida no catálogo da Cia. Metalúrgica de *Pedro Vasena e Hijos*, de Buenos Aires, em 1909.
FONTE: Acervo *Museo de la Ciudad*.



FIGURA 24: Antigo Mercado do Porto de Pelotas, em 1914.
FONTE: MAGALHÃES, 2000, p. 4.

Precedentes ao *Les Halles* parisiense (e ao Mercado de Pelotas, pois ambos são do mesmo ano de 1849) houveram pelo menos outros dois mercados em ferro: o de Madeleine, em Paris (1824) e o de Hungerford, em Londres (1834). Em alvenaria, como foi o construído em Pelotas pelo empreiteiro Teodolino Farinha a partir daquele ano, podem ser apontados alguns outros mercados importantes para o repertório dos arquitetos oitocentistas: O parisiense *Mercado Saint Germain*, de 1813, o londrino *Mercado de Covent Garden*, de 1825 (Figura 25) e o *Quincy Market*, em Boston (Figura 26), também da década de 1820. Além dos mercados *da Candelária*, de 1820, e o *da Glória*, de 1840, ambos no Rio de Janeiro (Figura 27), e o *Del Centro*, de 1823, em Buenos Aires (Figura 28), com acessos pelas esquinas, como a Praça do Mercado de Pelotas, de 1849.

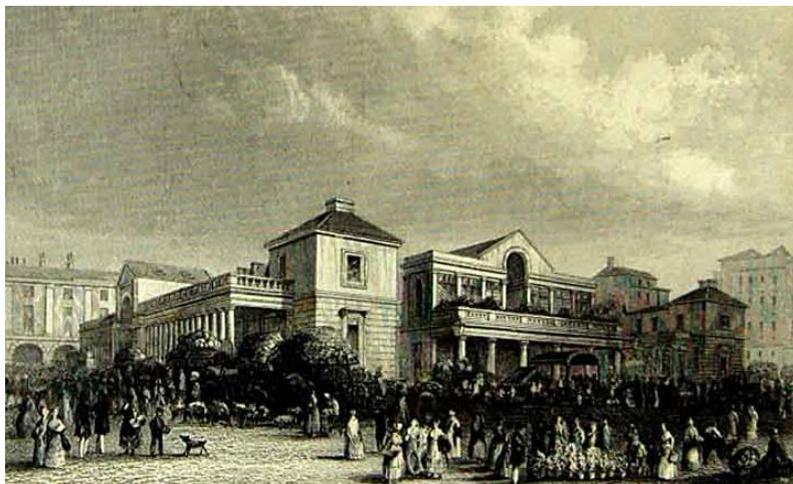


FIGURA 25: Gravura mostrando o antigo *Covent Garden Market*, de Londres.
FONTE: <www.prints-4-all.com>. Acesso: Agosto de 2010.

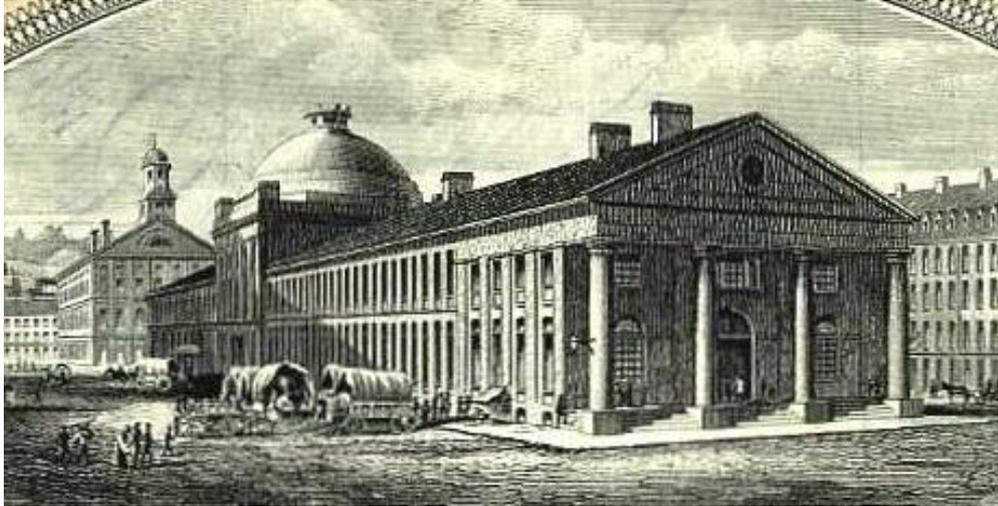


FIGURA 26: Gravura mostrando o antigo *Quincy Market*, em Boston.
FONTE: <<http://scripophily.net>>. Acesso: Agosto de 2010.

No que se refere ao “novo” Mercado Central de Pelotas, construído entre 1911 e 1914 sobre o casco da antiga Praça do Mercado, de 1849, pode-se classificar a marcação das esquinas do mercado com torreões como um traço tipicamente português, talvez herdado da arquitetura militar daquele país, onde as torres de vigilância exerceram importante papel nas guerras de reconquista e mesmo após, como é o caso da famosa Torre de Belém, e, séculos depois, nas guerras napoleônicas, com a estratégia militar anglo-lusitana das chamadas *Linhas de Torres Vedras*. De fato, comparando-se as imagens de mercados portugueses, como *Bolhão* (Figura 29), *Loule* e os antigos mercados de *Póvoa do Varzim* (Figura 30) e *da Figueira*, em Lisboa (Figura 31), com os demais mercados latinos, a presença dos torreões, elemento igualmente comum nos mercados brasileiros, diferenciam lusos de não lusos.



FIGURA 27: Antigo Mercado da Candelária (à esquerda) e da Glória (à direita).
FONTE: GORBERG e FRIDMAN, 2003.



FIGURA 28: Antigo *Mercado del Centro*, em Buenos Aires.
FONTE: PICCIONI *In*: DANA 25, 1988, p. 37.

No caso de Pelotas eles só passaram a compor o edifício a partir de 1914, quando foi concluída a reforma iniciada em 1911, que acrescentou, além dos ditos torreões, a cobertura metálica sobre o pátio interno e os novos acessos centralizados nas fachadas, além de toda uma nova redistribuição do *layout* interno das bancas, em adaptação à planta cruciforme da nova cobertura (Figura 32). A grande torre central, pastiche da *Tour Eiffel*, ao contrário do que se pode pensar, não foi uma inovação do novo projeto. Foi muito mais uma continuidade, da torre de alvenaria que foi construída na década de 1890, por sobre o acesso à cisterna do Mercado, gerando críticas que repercutiram na imprensa da época, como atesta o editorial do *Jornal Diário Popular*, de 19 de abril de 1894:

...por infelicidade, na deficiência absoluta de algum manancial, de que se abasteça a população, desde o desaparecimento das cacimbas do matto, e da collocação do escarneo da torre Eifel sobre o algibe do mercado [grifo meu], que forneceu ao publico 900 pipas d'agua mais de 20 annos, ficara ella [a população] escravizada aos cálculos financeiros e caprichos da companhia [Companhia Hidraulica Pelotense], se a autoridade competente desviar a vista dos soffrimentos deste povo, digno de melhor sorte, ou não protestar elle energicamente contra a expoliação e attentado. Tratando do algibe do mercado, não hesitamos lembrar a sua restituição ao uso e gozo do publico, embora seja preciso demolir o espantelho, cujo único préstimo é atравancar a praça, attestar o atrazo da engenharia civil em nossa terra, e proteger a feliz companhia, em prejuízo dos que não tem a ventura de ser seus sócios [grifo meu], e principalmente do proletarismo.



FIGURA 29: Mercado *do Bolhão*, em Porto, Portugal.
 FONTE: <www.portovivosru.pt>
 Acesso: Agosto de 2010.



FIGURA 30: Mercado *David Alves*, em Póvoa do Varzim, Portugal.
 FONTE: <www.commons.wikimedia.org>
 Acesso: Agosto de 2010.



FIGURA 31: Antigo Mercado *da Figueira*, em Lisboa.
 FONTE: <www.commons.wikimedia.org> Acesso: Agosto de 2010.

O autor do projeto de reforma do mercado foi o arquiteto Manuel Itaqi, natural de Itaqi (seu verdadeiro nome era Manuel Barbosa Assumpção), cidade onde, poucos anos antes, em 1909, foi construído um dos cinco mercados sul-fronteiriços do Estado (Figura 33). Com marcação das esquinas (que não chegavam a ser propriamente torreões), e mais ornamentado que todos os demais no Rio Grande do Sul à época, foi considerado mais elegante que seus “concorrentes”, conforme atesta o historiador Hemetério José Velloso da Silveira, que percorreu a região na época de sua inauguração. No entanto, rapidamente ele foi seguido pelas intendências de Porto Alegre, que reformou seu Mercado em 1910, Pelotas (1911-1914), e Bagé (1917). Esse último, construído em 1862, até a reforma de 1917 possuía acessos pelas esquinas, quase como uma réplica do de Pelotas, no que igualmente foram substituídos por torreões (Figura 34).

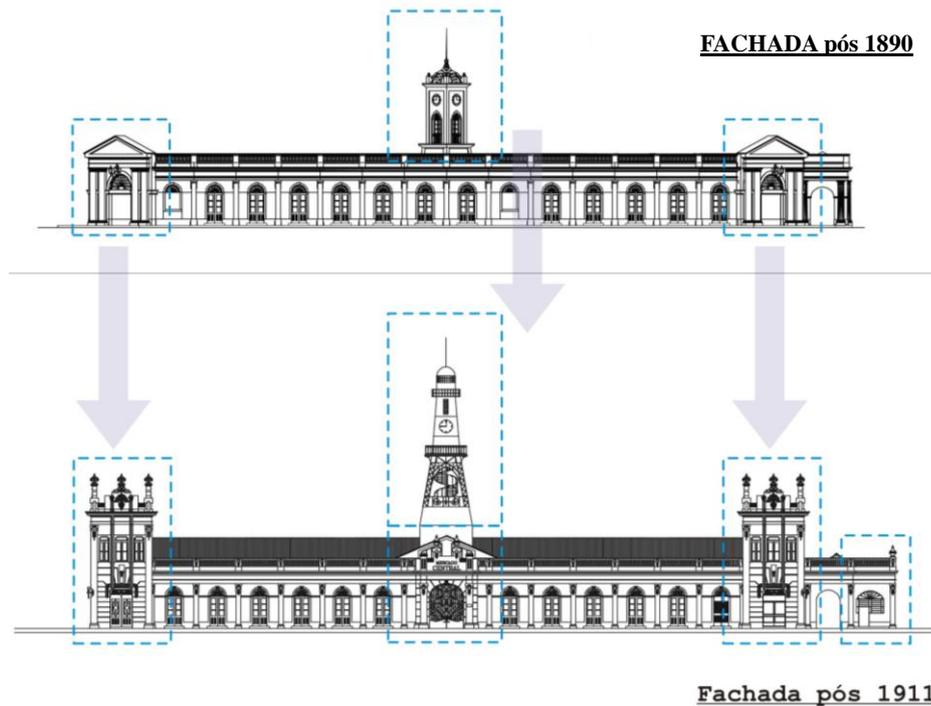


FIGURA 32: Alterações no Mercado de Pelotas, na virada do século XIX para o XX.
 FONTE: BRUNO, 2006, p. 19.

Os acessos pelas esquinas na antiga Praça do Mercado de Pelotas foram uma novidade implantada entre o projeto enviado à capital da Província, em fevereiro de 1849, e o início das obras, no final daquele mesmo ano. Provavelmente passou a constar no novo projeto, apresentado em julho para a Câmara Municipal, de autoria daquele que é considerado o autor do projeto da Praça do Mercado de Pelotas, o arquiteto Roberto Offer. Como era oriundo de Montevideú (GUTIERREZ, 2004, p. 314), o arquiteto, um engenheiro militar, de nascimento e formação europeia, talvez tenha se inspirado num exemplo próximo, o do *Mercado del Centro*, da vizinha Buenos Aires. Até fevereiro de 1849 a idéia era de que os acessos fossem centralizados, conforme atesta a descrição das fachadas, no projeto enviado à Presidência da Província: “No centro de cada lado está o portão que dá entrada para o edifício, tem este portão dez palmos de largo, fechado por uma grade de ferro além das meias columnas, tem o portão outras salientes, que sustentão a ogiva, tendo no centro em relêo a [ilegível] Nacional e servem tãobem a formar um pequeno peristilo, para o qual sobe-se por três degraus.”



FIGURA 33: Mercado Central de Itaqui, em 1909.
 FONTE: <www.defender.org.br> Acesso: Agosto de 2010.

A verdade é que os acessos pelas esquinas proporcionavam uma conexão muito mais eficiente com a malha urbana da cidade. Numa tentativa de explicação semântica para o fenômeno da continuidade espacial, pode-se dizer que o Mercado Central, de Manuel Itaqui, é um espaço fechado, com quatro acessos centralizados, enquanto a Praça do Mercado, de Offer, seria um espaço aberto, envolvido por quatro blocos de construção. Enquanto texto essa diferenciação é quase um mero trocadilho, mas enquanto obra arquitetônica é, ainda que uma diferença sutil, fundamental para o estudo da evolução dos espaços públicos.

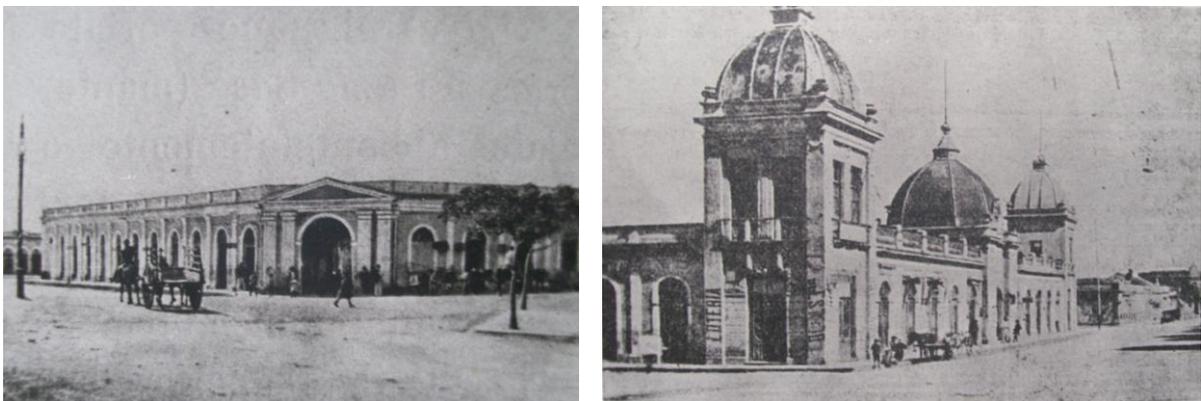


FIGURA 34: Mercado de Bagé, antes (à esquerda) e após (à direita) a reforma de 1917.
 FONTE: Acervo do *Museu Histórico Dom Diogo*, em Bagé (RS).

A continuidade espacial da Praça do Mercado (1849) é herança arquitetônica do ágora grego, enquanto a serialização do Mercado Central (1914) é como o fórum romano. Mais do que “transparente”, como se costuma cobrar das democracias hoje em dia, o espaço grego, e neogrego, é permeável, acessível, contínuo; em sociologia se diria

participativo, colaborativo, democrático... Portanto, não é apenas como metáfora artística, mas como reais indutores desses valores na sociedade que os mercados públicos devem ser valorizados, pois uma obra de arquitetura nunca é apenas estética, ela sempre traz consigo uma proposição ética, e política. Para o caso específico da evolução urbana da América Latina, o arquiteto Luiz Fernando Rhoden (1999, p. 123) é categórico: “Em ambos os casos, Brasil e América Espanhola, o urbanismo foi utilizado como expressão de dominação e de controle social.”

Para além dos limites geográficos traçados por Rhoden, tanto Napoleão III quanto os vereadores da Câmara de Pelotas acompanharam de perto os projetos, respectivamente, do *Les Halles* parisiense e da Praça do Mercado pelotense. Na França, há indícios de que o próprio Imperador teria determinado como deveria ser o novo mercado (SILVA, 1987, p. 37), em contradição com as primeiras propostas de Baltard, enquanto em Pelotas as atas da Câmara registram as diversas ocasiões em que os edis pelotenses definiram alterações no projeto de Roberto Offer:

A Comissão da Praça do Mercado tendo considerado a dúvida suscitada pelo arrematante desta obra quanto a altura do edifício, entende que ela não procede a vista da letra do contrato e da planta de Roberto Offer, a que nesta parte explicitamente se refere o mesmo contrato, todavia querendo a Comissão conciliar o interesse do arrematante com a necessária elegância do edifício, é de parecer que se resolve a dúvida do modo seguinte: que o pé direito dos quartos desde a soleira será de quinze palmos [3,30m], começando daqui a abobada de ponto redondo¹⁸ conforme a referida planta, de maneira que da superfície do ladrilho até a parte interior mais alta da abobada haja nada menos de 22 ½ palmos [4,95m] craveiros [medida, bitola], considerando o exterior do edifício a mesma altura de 24 a 25 palmos [5,28 a 5,50m] estabelecidos compreendido o parapeito, que se sobrepujará as abobadas quando preciso seja para fazer a altura de 25 palmos [5,50m].

Em outra ocasião os mesmos vereadores teriam determinado a eliminação de uma varanda externa, que deixaria a praça pelotense semelhante aos mercados de Saint Germain, Covent Garden ou, num exemplo mais próximo, ao *del Norte*, da capital argentina. As idas e vindas no projeto da Praça do Mercado de Pelotas, da primeira planta, apresentada pelo desenhista Rafael Mendes de Carvalho, ainda em 1846, ao projeto alterado de Roberto Offer, executado ao fim de 1849, revelam preocupações, tanto da Câmara Municipal quanto da Assembléia Provincial, quanto aos custos financeiros, mas provavelmente, também, quanto ao significado político do edifício.

¹⁸ Também conhecida como abóbada de berço, semicilíndrica, de meio ponto, de pleno cimbrio, de tumba, de canudo, semicircular, constitui um teto côncavo, construído pelo deslocamento de uma semicircunferência. Os tijolos têm forma de cunha e equilibram-se unidos uns aos outros, transmitindo as pressões aos pontos de apoio denominados pés direitos ou encontros. Segundo CORONA, Eduardo & LEMOS, Carlos A. C. *Dicionário da arquitetura brasileira*. São Paulo: Edart, 1972. p. 13 e KOCH, Wilfried. *Estilos de arquitetura II*. Lisboa: Presença, 1982. p. 134.

3. PROBLEMATIZAÇÃO

3.1 PRODUÇÃO E CONSUMO DO HOMEM

Hermes, o deus grego que empresta seu nome à etimologia do método *hermenêutico* é, também, o Deus do Comércio. Por isso a representação de Hermes, além de estar presente em logomarcas de associações e clubes comerciais, se faz presente em alguns mercados, como no de Pelotas e, igualmente, em livros de hermenêutica, nos quais ele é apresentado como patrono da “teoria geral da compreensão”. A mitologia clássica ainda acrescenta que o deus com asas nos pés foi o criador da linguagem e da escrita, e era o patrono da comunicação e do entendimento humano entre os gregos.

Esta é uma noção primordial para o desenvolvimento das proposições deste trabalho: Comércio e entendimento humano sempre andaram juntos, ao menos enquanto a relação entre ofertas e demandas pode ser satisfatoriamente equilibrada. Em cenários de desequilíbrio comercial, no entanto, pequenas e grandes tiranias foram e continuam sendo cometidas, como já advertia o pensador alemão Max Weber, na penúltima virada de século:

Em todos os períodos históricos, sempre que foi possível houve a aquisição cruel, desligada de qualquer norma ética. Como a guerra e a pirataria, o comércio tem sido, muitas vezes, irrestrito em suas relações com estrangeiros e com externos ao grupo. A dupla ética permitiu o que era proibido negociar entre irmãos.

A aquisição capitalista aventureira tem sido familiar em todos os tipos de sociedade econômica que conheceram o comércio com o uso do dinheiro (...). Do mesmo modo, a atitude interior do aventureiro, que zomba de qualquer limitação ética, tem sido universal. A implacabilidade absoluta e voluntária na aquisição tem muitas vezes estado estritamente ligada à mais rígida conformidade com a tradição. (WEBER, 2001, p. 50)

De fato, como lembra a arquiteta e economista Heliana Comin Vargas, professora da Universidade de São Paulo, não é de hoje que a atividade comercial carrega consigo o preconceito de ser uma “atividade indigna, pouco nobre e especulativa” (VARGAS, 2001, p. 19). Desde a Grécia antiga o deus Mercúrio (versão romana de Hermes) que, segundo a mitologia clássica, protegeria os comerciantes, era também o deus dos ladrões.

Esse preconceito milenar parece afetar a interpretação do comércio enquanto fenômeno social, e mais ainda enquanto objeto da memória social. Em termos de patrimônio cultural, é ainda indefinido o papel que será dado aos saberes, artefatos e lugares de comércio. Mesmo os mercados públicos, cuja patrimonialização é frequentemente reivindicada pelas comunidades locais em diversos países, os seus inventários normalmente ficam restritos ao monumento arquitetônico, reconvertido a outros usos. Desnaturalizar a visão segundo a qual os mercados públicos representam um modelo de produção

incompatível com a dinâmica econômica das cidades atuais, está contido no objetivo deste trabalho, que é o de fomentar a apropriação da memória social em torno deles.

Tal noção naturalizada, só se torna ainda mais forte quando a Academia, ao condenar a reificação da realidade, vira as costas também para a atividade comercial, como reclama a antropóloga do consumo Diana Lima, pesquisadora da UFRGS:

O paradoxo entre consumir muito e de muitas maneiras diferentes, e de pensar pouco sobre esta prática, não é apenas um erro. O preconceito não é só uma forma perigosa de perceber um fenômeno. Por conta do preconceito, muitas vezes, deixamos de compreender o fenômeno em questão e ainda colocamos de lado tudo o mais que ele envolve. (LIMA, 2010, p. 7)

Deixar de lado “tudo o mais que o fenômeno do consumo envolve” deve incluir os produtos e os lugares criados para vendê-los, dentre os quais, um dos mais insólitos ausentes são os mercados públicos. No mercado editorial (é impossível evitar a confusão dos sentidos de “mercado”) encontram-se poucas publicações sobre os espaços comerciais¹⁹, especialmente enquanto lugares de memória.

O convívio até certo ponto hostil, entre Academia e Mercado, impede que um se reconheça pelos olhos do outro. Por um lado é verdade que desde a monastização do saber, nos primórdios da Idade Média, o lucro é tratado como ação pecaminosa pela Academia: "*nullus christianus debet esse mercator*"²⁰. Se naqueles tempos a salvação da alma do bom cristão dependia do controle agostiniano de suas tentações, a vanguarda intelectual, no Século XX, dependia de sua resistência adorniana ao fetiche da mercadoria:

Mientras el individuo desaparece frente al aparato al que sirve, ese aparato lo provee como nunca lo ha hecho. En el estado injusto la impotencia y la dirigibilidad de la masa crece con la cantidad de bienes que le es asignada. La elevación del nivel de vida de los inferiores – materialmente considerable y socialmente insignificante – se refleja en la aparente e hipócrita difusión del espíritu, cuyo verdadero interés es la negación de la reificación. El espíritu no puede menos que debilitarse cuando es consolidado como patrimonio cultural y distribuido con fines de consumo. El alud de informaciones minuciosas y de diversiones domesticadas corrompe y estupidiza al mismo tiempo. (ADORNO, s/d, p. 6)

No entanto, há de se concordar que, diante do aparato de mídia criado para promover o consumo, ou, melhor, diante do sistema de reprodução cultural, inventado para gerar um mundo onde o consumo de objetos se transforma numa objetivação de mundo a ser consumida, o que permanecerá como legado humano para a própria humanidade?

¹⁹ Afora, é claro, as dicas de *placemarketing* e arquitetura de interiores para espaços comerciais, que, ainda assim, não são exatamente abundante.

²⁰ "Nenhum cristão deve ser mercador." (Santo Agostinho *apud* VARGAS, 2001, p. 20).

Karl Marx já preconizava que, diferentemente do animal, é inerente ao ser humano se confrontar entre o sentido de sua existência e a pragmática do seu existir:

O animal identifica-se prontamente com a sua atividade vital. Não se diferencia dela. É a sua própria atividade. Mas o homem faz da atividade vital o objeto da vontade e da consciência. Possui uma atividade vital lúcida. (...) O trabalho alienado inverte a relação, uma vez que o homem, enquanto ser lúcido, transforma a sua atividade vital, o seu ser, em simples meio da sua existência. (MARX, 2001 [1857], p. 116)

O projeto filosófico de Marx era a emancipação revolucionária da comunidade de sujeitos, sobretudo em relação à exploração do trabalho alienado, substituindo-o pelo trabalho criativo e lúcido (“objetivação da vida genérica”). Sem estar “sujeito” à ditadura das falsas necessidades, de produção e consumo, dos objetos demandados pelo sistema, o homem se tornaria livre. Livre para criar seu próprio mundo, inclusive, “em de acordo com as leis da beleza”:

O homem produz quando se encontra livre da necessidade, o animal apenas se produz a si, ao passo que o homem reproduz toda natureza; o seu produto [do animal] pertence imediatamente ao seu corpo, enquanto o homem é livre diante do seu produto. (...) assim, o homem constrói também em de acordo com as leis da beleza. (Idem, p. 117)

Esta é a premissa básica das “idéias estéticas de Marx” (VÁZQUEZ, 1968), segundo a qual, a beleza só seria possível quando antecipada pela precondição moral do trabalho livre. Da mesma forma, a objetivação do mundo real seria dada pela duplicação projetiva do homem sobre a natureza, atribuindo a ela sua própria imagem:

...o elemento do trabalho é a objetivação da vida genérica do homem: ao não se reproduzir somente intelectualmente, como na consciência, mas ativamente, ele se duplica de modo real e percebe a sua própria imagem num mundo por ele criado. Na medida em que o trabalho alienado tira do homem o elemento da sua produção, rouba-lhe do mesmo modo a sua vida genérica, a sua objetividade real como ser genérico, e transforma em desvantagem a sua vantagem sobre o animal. (Idem)

Mas, não haveria espaço para beleza e experiências existenciais, dentro da reprodução de mundo capitalista? Devido este tipo de determinismo, os ideais humanistas de “beleza”, “objetividade real”, “lucidez”, ou emergência de “vida genérica”, presentes na obra de Marx, ganharam, muitas vezes, uma opacidade quase niilista no discurso dos marxistas.

Estudos antropológicos mais recentes, bem mais recentes, por exemplo, que aqueles nos quais Friedrich Engels baseou seu *A origem da família, da propriedade privada e do Estado* [1884], ajudam a contemporizar os axiomas marxistas. A presente dissertação

compartilha, por exemplo, com a antropóloga do consumo, Diana Noqueira Lima, pesquisadora do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, a premissa geral de que o consumidor deve ser visto como sujeito pleno e autônomo, dotado de livre-arbítrio e capacidade de julgamento (LIMA, 2010, p.21). Qualquer teoria reducionista sobre o papel do sujeito, como todas as formas de determinismo, deve ser abominada, porque seu efeito sobre a sociedade é a redução do sujeito na prática.

O que se quer dizer com isso é que fazer a crítica ao consumo a partir da noção de que os consumidores são simplesmente vítimas passivas das estratégias de *marketing*, autoriza os profissionais de mídia, assim como, seus colegas cada vez mais próximos, - arquitetos e *designers*, a tratar os receptores da mensagem como *massa acéfala*. Ocorre que essa atitude infantilizante é que cria o sujeito imaturo, irresponsável e heterônomo, ou seja, a atitude passiva não é pré-dada pela natureza individual de cada ser humano, e sim determinada pela amnésia coletiva da humanidade

3.2 PRODUÇÃO E CONSUMO DO LUGAR

Apesar de a decisão estar nas mãos destes profissionais, nas mentes de *marqueteiros*, *designers* e arquitetos a consciência de que prestam um serviço estratégico para a superestrutura do sistema capitalista a muito deixou de ser motivo para tentar sabotá-la. Em troca de uma vacilante posição de *status* social, hoje, esses profissionais, na maioria das vezes se esforçam pela manutenção do *status quo* da sociedade. São os “feiticeiros” que transformam materiais sintéticos e trabalho assalariado em objetos que “luzem como se fossem encantados”, conforme denunciado pelo Manifesto Comunista, de Marx e Engels, em 1848; ou também podem ser chamados de “produtores da cidade”, que se oporiam aos demais, “consumidores da cidade”, conforme classificação do urbanista e geógrafo francês Marcel Roncayolo (1990).

Se para a historiadora Sandra Jatahy Pesavento (1995, p. 282),, eterna professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul²¹, com base em Roncayolo, os “profissionais da cidade: arquitetos, urbanistas, engenheiros, médicos sanitários e os demais técnico-burocratas”, no século XIX, teriam sido “identificados no interior das classes dominantes ou das elites dirigentes”, e com os seus princípios. Para o crítico de arquitetura australiano Garry Stevens (2003, p. 23), ainda hoje “não só os arquitetos, pessoalmente, são animais pouco sociais, como também pouco sociais são suas teorias.”

²¹ Impossível citar a professora Sandra Jatahy Pesavento, neste momento, sem render uma breve homenagem *In memoriam* à sua inestimável contribuição, aos campos de saberes aqui trabalhados, da memória social à arquitetura, no mundo todo, mas especialmente neste Rio Grande do Sul. Este registro de seu recente falecimento se presta a situar o lugar de onde fala este trabalho.

Já o psiquiatra e filósofo francês Félix Guattari (2008, p. 178) pondera que, através dos arquitetos, “ou a humanidade reinventará seu devir urbano, ou será condenada a perecer sob o peso do seu próprio imobilismo”, do mesmo modo, o sociólogo anglo-polonês Zygmunt Bauman, professor da *Leeds University (UK)* também avalia que, “*efectivamente, dir-se-ia que os arquitectos e os urbanistas poderiam contribuir em enorme medida para o desenvolvimento da mixofilia [empatia por pessoas desconhecidas], diminuindo as ocasiões que podem dar ensejo a reacções mixofóbicas [medo de pessoas desconhecidas] perante as dificuldades da vida na cidade. Mas, pelos vistos, também podem contribuir em enorme medida para a produção do efeito contrário*” (BAUMAN, 2006, p. 45).

O problema da autodeterminação (autonomia, livre arbítrio) *versus* sobredeterminação (heteronomia, alienação), foi um dos tópicos preferidos pelos pensadores da penúltima virada de século, no que muito se deve aos rápidos avanços da reprodutibilidade técnica daqueles tempos. Pelo que se pode ver, na última (e atual) virada de século, as mesmas razões oportunizam uma retomada da questão. Ao alvorecer da chamada “era digital”, os avanços na área da reprodutibilidade técnica da informação criam ocasião para que profissionais dos mais variados campos redefinam, junto com as diferentes esferas comunitárias a que pertencem, o papel de sua produção. No tocante ao trabalho do arquiteto, Félix Guattari faz uma especial provocação:

É para essa direção que deveriam se voltar os arquitetos de hoje. Eles devem assumir uma posição, se engajar quanto ao gênero de subjetividade que ajudam a engendrar. Irão no sentido de uma produção reforçada de uma subjetividade do “equivaler generalizado”, de uma subjetividade padronizada que tira o seu valor de sua cotação no mercado dos *mass-mídia*, ou colocar-se-ão na contracorrente, contribuindo para uma reapropriação da subjetividade pelos grupos-sujeitos, preocupados com a re-singularização e a heterogênesse? Irão no sentido do consenso infatilizador ou de um dissenso criador? (GUATTARI, 2008, p. 162)

A atualidade dos estudos sobre a memória acompanham essa tendência. Foi objeto dos filósofos Henri Bergson (s/d) e Maurice Halbwaches (1990), na passagem do século XIX para o XX e agora o são novamente, nas mãos de, dentre outros, Pierre Nora, historiador francês, e de seu conterrâneo, Joel Candau (2001), antropólogo. Acontece que a memória é virtude humana chave para a sua autodeterminação, mas, diante dos avanços da reprodutibilidade e registro da informação, tanto no caso da imprensa, fotografia e cinema, cem anos atrás, como da interação multimídia, nos dias atuais, os seus contornos ficam cada vez menos claros.

Mais do que a informação, o domínio dos contornos da memória se converterá em poder. Portanto, ele deve ser socializado, e não cair sob o controle e interesse de poucos. Nesse sentido, este trabalho defende a proposição inicial de que a memória em torno dos

mercados públicos constitui-se em um importante instrumento de poder. Seu sistemático apagamento da memória social, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, obedeceu à lógica de um modelo econômico concentrador de renda, portanto, na contramão dos reais interesses da chamada “sociedade de consumidores”, que então surgia. O abandono das políticas sociais que se seguiu, trouxe consigo o abandono dos mercados públicos que se mantiveram em pé, e das populações excluídas que, ironicamente, lhes acompanham.

Atualmente, o quadro conjuntural que se anuncia parece favorável a uma redefinição dos agenciamentos voltados ao mercado. O objetivo específico deste trabalho é fomentar a reapropriação social das memórias em torno dos mercados públicos, para contrapô-las ao estado atual desses e outros equipamentos urbanos, destinados à promoção da economia popular, gerando, com isso, um conhecimento tático (GIL, 2009, p. 50) útil à sociedade.

3.3 O PAPEL NORMATIZADOR DO ARQUITETO

“Arquitetos devem responder a muita coisa. É besteira 99% do tempo e deprime as pessoas a caminho do trabalho. Aderi ao dito de um escritor inglês, Auberon Waugh, que sugeria que a melhor coisa a se fazer ao encontrar um arquiteto em uma festa é bater nele.” (Bob Geldof, roqueiro *punk* inglês, em depoimento no documentário *Esboços de Frank Gehry* [2005], do cineasta estadunidense Sidney Pollack)

Realmente, Bob Geldof e, muito antes dele, seu conterrâneo Auberon Waugh, talvez tenham razão. Arquitetos não estão preparados, nem exercem uma prática profissional das mais eficientes quando o objetivo é se expressar, e se fazer entender, por meio de palavras.

Por outro lado, os antigos filósofos da memória, e da oratória, por conseguinte, diziam que o segredo para se lembrar de uma grande quantidade de dados seria localizá-los dentro de um espaço arquitetônico imaginário, existente somente na mente do aprendiz da “arte da memória” (YATES, 2007). Em tempos de quantificação da memória em *bytes* pode parecer contraditória tal ideia de duplicar o esforço de armazenamento para aprimorá-la. Entretanto, a noção de uma “inteligência espacial”, em interação com possíveis outras *inteligências* do ser humano, ganha destaque a partir da década de 1980, com as teorias de inteligências múltiplas, divulgadas pelo Psicólogo estadunidense Howard Gardner, professor da *Harvard University*.

Bem mais ao sul dos paredões de Harvard, o Arquiteto pernambucano Gildo Montenegro (2005), Professor da Universidade Federal daquele estado brasileiro, pega carona nas teorias de seu colega da mítica universidade da Nova Inglaterra e, atualmente, dedica-se a estudar o funcionamento da mente dos arquitetos, designers e outros

profissionais, que foram abalroados pelo desafio da representação espacial, em suas trajetórias.

Montenegro investiga as afetações da terceira dimensão no modo de pensar do ser humano. Se as pessoas não chegam a situar figuras do passado em cômodos de fóruns romanos imaginários, como sugeria o filósofo romano Marcus Tullius Cicero (YATES, 2007, p. 20-21), o autor pernambucano sugere que, de fato, todo pensamento se apóia numa estrutura espacial abstrata, podendo ser plana, gerando idéias mais claras e precisas, ou espaciais, gerando relativismos, complexidades e, no dizer de Bob Geldof, “bobagens”.

É difícil ter uma postura moralmente unívoca quando sua profissão (no caso, a arquitetura) encara o homem como uma criatura influenciável, que pode ser pega, literalmente, num golpe de vista. Segundo a arquiteta espanhola Angelique Trachana (2008, p. 9), professora da Universidade Politécnica de Madri, “*a través de la morfología y tipología de las ciudades en la historia leemos el carácter democrático o carácter impositivo del gobierno de estas ciudades*”. Percebe-se, no entanto, o quanto do mundo ao redor do homem foi criado, por ele mesmo, para ludibriá-lo, enganá-lo, seduzi-lo... e, infelizmente, o quão pouco foi criado para fazê-lo pensar, encontrar-se, libertar-se.

Os exemplos mais pródigos desse segundo caso, ou são obras da natureza, ou são criações humanas espontâneas, realizadas ao acaso ou pela longa adaptação às circunstâncias, como no caso das cidades medievais, que encantaram o arquiteto inglês Gordon Cullen ([1983]), em sua obra *Paisagem Urbana*, ou a Atenas vista pela arquiteta espanhola Angelique Trachana, em sua *La evolucion de la forma del espacio publico* (2008). Lugares criados, mas não reduzidos, pelo homem; onde a soma de todas as oportunidades do sítio original (o *Genius Loci* definido pelo arquiteto norueguês Christian Norberg-Schulz), não foi solapada por um desenho pretensioso e autossuficiente, quando não, maniqueísta e normatizador, nos casos em que o arquiteto se prestou a agir de acordo com os desígnios da ordem política vigente. O que foi muito comum na constituição urbana do século XIX, como lembra Sandra Pesavento (1995, p. 282):

Da mesma forma, as representações constituídas sobre o urbano podem, também, corresponder ou não aos códigos iniciais e às intenções dos seus construtores. Por exemplo, as construções e espaços do poder público podem obedecer a uma intencionalidade enquanto projeto e concepção, distante das referências simbólicas que o seu uso e consumo elaborar. Ou seja, enquanto formuladores de propostas para a cidade, os urbanistas e arquitetos atribuem uma função e sentido a seus projetos, que poderão se distanciar em muito das construções simbólicas feitas pelos usuários daquele espaço transformado.

(...) [Segundo Marcel Roncayolo, 1995] os portadores de tais idéias seriam identificados no interior das classes dominantes ou das elites dirigentes, com destaque especial para o que se chamaria os “profissionais da cidade”: arquitetos, urbanistas, engenheiros, médicos sanitários e os demais técnico-burocratas encarregados de implementar os equipamentos

necessários à intervenção urbana. A denominação de Roncayolo tem uma datação precisa - o século XIX, no qual emerge a grande cidade, que coloca para os governos a necessidade de intervir no espaço, ordenando a vida, normatizando a sociedade. (PESAVENTO, 1995, p 282-283)

Em contraposição, durante o mesmo século XIX e início do século XX foram realizados muitos planos e projetos utópicos, de edifícios e cidades com os quais os idealistas da época sonhavam a libertação do ser humano (CHOAY, 2003). Em sua quase totalidade não saíram do papel, foram contidos por “razões superiores”, dirão os estruturalistas. Por outro lado, a serialização, a repetição, a standartização fordista se tornaram, muitas vezes, a própria filosofia de muitas escolas de arquitetura, mantida mesmo após a crise do movimento moderno, a partir dos anos 1950-60.

Até mesmo por falta de opção, pois as utopias ficaram fora de moda, o mundo exposto para consumo torna-se o mundo desejado pelas pessoas. Querer o exótico, o que ninguém produz, além de apresentar certa barreira metafísica, não condiz com uma suposta tendência humana de busca por ordem e segurança. No entanto não existe barreira metafísica, ou “essência”, que preceda à existência procriativa do homem, como já defendia o filósofo francês da penúltima virada de século, Henri Bergson:

Dirão que esse alargamento é impossível. Como pedir aos olhos do corpo ou aos do espírito que vejam mais do que aquilo que vêem? A atenção pode tornar mais preciso, iluminar, intensificar; ela não faz surgir, no campo da percepção, aquilo que ali não se encontrava de início. Eis a objeção. – Ela é refutada, cremos nós, pela experiência. Com efeito, há séculos que surgem homens cuja função é justamente a de ver e de nos fazer ver o que não percebemos naturalmente. São os artistas. (BERGSON, 2006, p. 155)

É essa capacidade de agregar valores, além daqueles predeterminados pelos condicionantes superestruturais, o que deveria diferenciar a produção arquitetônica do trabalho do engenheiro²². Os referenciais para esta “mais valia” simbólica são evocados dos lugares da memória, dos quais, os mais úteis à criatividade talvez sejam as diferentes esferas do “subconsciente”. Do subconsciente psicanalítico, imaterial, ao seu reflexo urbano, materializado no mundo da economia subterrânea, que ronda os mercados públicos e infla as estatísticas da economia nacional emergem novos agenciamentos de ser e fazer o mundo. Mercadejando produtos sem selos nem etiquetas, os mercados públicos carregam a incômoda mensagem de que é possível, e necessário, pensar e agir “fora da caixa”.

²² “O componente estético trazido pelo arquiteto pode se tornar o elemento primordial no interior do Agenciamento com mil coações funcionais, sociais, econômicas, de materiais, de meio ambiente, que constitui o objeto-sujeito arquitetural. Vê-se aqui que o paradigma ético-estético é chamado a passar ao primeiro plano. A singularidade que se busca através de sua “projeção” deve não apenas ser reconhecida, mas afirmar sua autenticidade. Em nenhum caso seu papel deve ser reduzido ao de engenheiro civil.” (GUATTARI, 2008, p. 163)

3.3.1 *Humano, Anormalmente Humano*

Outrossim, a suposta tendência humana em busca de ordem e segurança é na verdade contingente, sendo ela própria determinada pela necessidade criada, e não uma demanda natural, como sugere o geógrafo sino-estadunidense Yi-Fu Tuan, professor emérito da *Wisconsin-Madison University*:

É um erro pensar que os seres humanos sempre procuram estabilidade e ordem. Qualquer um que tenha experiência sabe que a ordem é transitória. Completamente separada dos acidentes cotidianos e do peso das forças externas, sobre os quais uma pessoa tem pouco controle, a própria vida é crescimento e deterioração: é mudança, senão não é vida. Porque a mudança ocorre e é inevitável nos tornamos ansiosos. A ansiedade nos leva a procurar segurança, ou, ao contrário, aventura. (TUAN, 2005, p. 17)

Na mesma linha, Zygmunt Bauman propõe que a principal atração da vida urbana é a capacidade de surpreender e ser ocasião de aventura, e não exatamente ordem e segurança, que acabam por se traduzir em tédio: *“O que se substitui à insegurança não é o êxtase da calma, mas a maldição do tédio. Será possível eliminar o medo suprimindo igualmente o tédio? Há razões para pressentirmos que esta interrogação se tornará o dilema fundamental que os urbanistas e arquitectos deveriam enfrentar”* (Bauman, 2006, p. 65-66). O autor, em passagem anterior, já diagnosticara: *“Como falta conforto à nossa existência, acabámos por nos conformar com a segurança, ou com a sua ficção”* (Idem, p. 49).

As pessoas querem se encontrar umas com as outras, querem trocar olhares e afetos, estão inseguras e querem logo “descobrir” que todos gostam e odeiam exatamente das mesmas coisas. É muito oportuna essa ilusão do encontro fácil, da “sedução programada”, do afeto gratuito; enquanto que, em oposição, é muito assustadora, e igualmente fácil, a perspectiva de enquadramento nos cada vez mais numerosos “desvios de comportamento”. Em sua 10ª revisão, de 2001, a *Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionadas à Saúde*, da Organização Mundial da Saúde, elenca nada menos que 99 “transtornos mentais e comportamentais”.

Ou seja, se por um lado ocorre um oportuno processo de normalização, por outro lado, praticamente não há atitude autodeterminada que escape imune ao risco de ser diagnosticada como doença. Esse fenômeno não é exatamente novo, Michel Foucault o identifica já no século XVII, no que ele chama “nascimento da medicina social” (FOUCAULT, 2004, p. 79-98). Da mesma forma Yi-Fu Tuan remete há tempos imemoriais a “invenção” do medo, não só de se descobrir atacado por uma doença, como de praticamente tudo que, ao redor do homem, fugisse à sua compreensão.

Se desde os tempos mais remotos essas “paisagens do medo” fazem parte do dia a dia do ser humano, hoje o medo é usado como argumento de venda da paisagem urbana. Empregando os conceitos de “estímulo percebido” e “percepção estimulada”, do arquiteto brasileiro Lineu Castello (2007, p.31), pesquisador da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), pode-se chegar a esta conclusão, de que o medo sempre foi um “estímulo percebido” na paisagem, mas, cada vez mais, é uma “percepção estimulada” (para venda).

O medo leva as pessoas a considerarem gratificantes experiências “existenciais” controladas, e a deixarem-se levar, ainda que momentaneamente, por “seduções programadas”, como definem os franceses Jean Baudrillard (sociólogo, filósofo, poeta e fotógrafo, falecido em 2007) e Jean Nouvel (arquiteto) ao estímulo sensorial predominante na cidade contemporânea. Porém eles o vêem como uma ambição totalizante impossível, dado que todo espaço urbano resguarda algo ininteligível. A regra do espaço urbano é contingente, o que o torna capaz de acolher o acontecimento:

No se puede programar la seducción, y este efecto de desaparición, sea de las cosas o de la ambivalencia generalizada, no puede ser oficializado. Debe permanecer en secreto. (...) La regla del juego es verdaderamente el secreto, y el secreto se vuelve sin duda cada vez más difícil en un mundo como el nuestro, donde todas las cosas se brindan en una promiscuidad total, de tal manera que no existe intersticio, no existe vacío, no existe la nada, nada de esto existe ya, y la nada es el lugar del secreto, el lugar donde las cosas pierden su sentido, donde se desidentifican, no solamente donde adquirirían todos los sentidos posibles, sino donde permanecen verdaderamente, en cualquier parte, ininteligibles. Creo que en todo edificio, en toda calle, hay algo que produce acontecimiento y es eso lo ininteligible. Esto puede darse también en las situaciones que les ocurren a las personas o en su comportamiento, en algo que no percibes, que no puedes programar. (BAUDRILLARD e NOUVEL, 2001, p.29-30)

Da mesma forma, Zygmunt Bauman (2008, p. 30) faz uma aposta no instinto de autodeterminação do ser humano, pois “o fetichismo da subjetividade, tal como, antes dele, o fetichismo da mercadoria, baseia-se numa mentira. (...) Ambas as variações tropeçam e caem diante do mesmo obstáculo: a teimosia do ser humano, que resiste bravamente às tentativas de objetificá-lo.” Em oposição, tal instinto de autodeterminação e a ocasião da aventura “ininteligível” estariam sendo transformados em sentimento de culpa, pela cultura do medo.

A percepção do medo estaria sendo estimulada pelos “bons dividendos” gerados na chamada sociedade de consumo: “A insegurança e o medo pode produzir (e produzem) bons dividendos. (...) Tal como a boa moeda sonante e pronta para qualquer investimento, o capital do medo pode empregar-se no negócio que melhor se entender: tanto comercial como político” (Bauman, 2006, p. 52). A esse processo, de controle pela culpa e

“empacotamento”²³ da realidade para melhor consumo dá-se o nome de reificação:

É extremamente difícil para os indivíduos se perceberem que a estrutura social onde vivem é assim porque os homens a fizeram e a mantêm assim. Ela se apresenta a nós sempre como uma coisa objetiva: afinal, estava aí antes de nascermos e continuará depois de nossa morte. Este fenômeno é chamado de reificação (...).

Esta é a estranha dialética que reje o mundo humano: o homem cria sua realidade através das instituições, que lhe dão uma estrutura social, mas passa então a ser "condicionado" por tais instituições. (DUARTE, 1984, p. 42-44)

O capítulo seguinte aborda o cenário que se reifica ao redor do próprio homem, enquanto esse finge contruí-lo. A relação entre o homem e a cidade, sob a mão invisível do mercado, forma esse *Anel de Moebius*. Sem ter a pretensão de planificá-lo, as próximas seções apenas contornam suas curvas, tencionando pelo lado de uma maior ação consciente do homem sobre o seu espaço.

²³ Se a reificação pode ser entendida como um processo de “empacotamento” da realidade, são alguns dos “empacotadores”, os publicitários, que criaram a expressão “pensar fora da caixa” (ou do pacote), como a atitude primordial de um bom profissional de mídia.

4. O PAPEL DOS MERCADOS PÚBLICOS NO CONFLITO ENTRE A SOCIEDADE DE CONSUMO E O DIREITO À AUTODETERMINAÇÃO

A suposta inconveniência de o Estado construir e manter mercados públicos é uma dessas concepções enraizadas (e reificadas) no imaginário social. Em termos objetivos, não há nenhuma razão *a priori* que impeça a oferta pública da infraestrutura necessária para que as pessoas, uma vez “livremente” não alocadas no mercado de trabalho, possam a partir daí exercer seu real direito à livre iniciativa (e à sobrevivência). Há, isto sim, uma razão de doutrina econômica, tornada absoluta pelas tais relações de poder “superestruturais”, ou seja, pelo condicionamento institucional.

“A ‘questão urbana’ apareceria assim como um problema posto, derivado das transformações econômico-sociais da época, e que tem na cidade o seu *locus* privilegiado de realização”, diz Sandra Pesavento (1995, p. 283), em crítica às leituras estruturalistas da cidade oitocentista; diante delas a autora se pergunta: “Seriam eles [os habitantes dessas cidades] atores passivos, que legitimariam sem maior restrição as representações impostas ‘de cima’? Ou, pelo contrário, seriam capazes de metabolizar as atribuições e designações referentes a espaços e vivências e depois formular suas próprias elaborações simbólicas?”

Independentemente dos condicionantes superestruturais, as pessoas deveriam ter, ao menos, a oportunidade de tentar exercer seu direito à autodeterminação, e dizer, por exemplo, que “se nada mais der certo, abro uma banca no Mercado”. Este trabalho parte de tal fundamentação prescritiva não só como uma alternativa às políticas públicas assistencialistas que, como diz a sabedoria popular, deveriam “ao invés de dar o peixe, ensinar a pescar”, mas como uma denúncia do processo de alienação memorial da sociedade, no que se refere às práticas e saberes que poderiam instrumentalizá-la rumo à autonomia sustentável. Ocorre que pescar, plantar e vender não deveria precisar ser ensinado, pois, uma vez tendo acesso público aos meios, os saberes necessários para essas atividades deveriam fazer parte da memória social.

No entanto, pelo lado do consumidor, é cada vez mais difícil escolher, e sobreviver, ao que lhe é oferecido como “alimento”, enquanto que, pelo lado do comerciante, também parece ser cada vez mais difícil oferecer aquilo que o freguês busca para pôr na mesa. Nesses casos a simplicidade facilitaria a vida de todo mundo, porém, a realidade foi reificada de tal modo que as pessoas querem viver envolvidas por produtos mágicos, *fetichizados*, como classifica o jargão marxista.

4.1 A DIFÍCIL VIDA NA CIDADE-FETICHE

Já não basta vender, comprar e consumir uma batata que seja nada mais que

batata. É necessário que o tubérculo tenha propriedades “mágicas”, como cozinhar extremamente rápido, não atrair pragas, não deteriorar, não murchar, não sujar; ser fácil de descascar, de cortar, de mastigar; ter forma, cor, cheiro, textura e sabor de algo que não seja exatamente batata; e ainda ser apresentada, embalada e anunciada como se não fosse um alimento, além de conter todos os registros de qualidade, inspeção sanitária e atestados de procedência, bem como a descrição, dessas e outras informações, aos olhos do comprador, mesmo que ele nem saiba para o que sirvam.

Desse modo, a “mão invisível do mercado”, preconizada por Adam Smith no agora distante século XVIII, rege a economia atual através de uma interminável rede de interdependências, fora da qual não se consegue vender sequer uma batata! A livre iniciativa talvez nunca tenha sido, de fato, tão “livre” assim, mas hoje se revela uma alternativa praticamente censurada para não iniciados. Assim como a mão invisível do mercado revela-se a *mão pesada do mercado*, a livre iniciativa revela-se a iniciativa dos obrigados. Obrigados às tendências de mercado, modas, regulamentações, instituições financeiras, ONG's, governos, fornecedores... e, num distante último lugar, ao conforto dos consumidores.

Nesse cenário talvez seja importante lembrar dos tempos em que vender batatas era apenas vender batatas: o tempo dos mercados públicos. Do quão importante foi, em determinado momento, ter o apoio da união, estatal ou comunitária, para fazer a roda da microeconomia girar. E do quão raro se tornou fazê-lo nos dias de hoje, apesar do crescente número de pessoas vivendo nas cidades, muitas delas sem ter o que fazer.

Por exemplo, no período de um ano, em que, segundo dados da editora financeira estadunidense *Dow Jones*, o comércio varejista daquele país chegou a demitir 40 mil funcionários num único mês (outubro de 2009), a igualmente confiável revista de negócios *Fortune*, na edição de julho de 2010, classificou, em seu tradicional *Ranking Fortune 500*, a rede de comércio varejista *Wall-Mart* como a maior empresa do mundo, pelo seu desempenho nos doze meses anteriores à divulgação. Ainda em julho, a brasileira Fundação Getúlio Vargas, por sua vez, divulgou o seu *Índice da Economia Subterrânea*, no qual revela que o dinheiro movimentado nos mercados informal e ilegal, no país, provavelmente ultrapassou o volume de R\$ 579 bilhões em 2009, ou seja, aproximadamente 19% de todo o capital circulante, ou uma quantia maior que o PIB formal de muitos países, como a vizinha Argentina²⁴.

Se o gigante *Wall-Mart* consegue transformar demissões em crescimento, os mercados públicos, por sua vez, trabalham dentro de uma lógica mais próxima daquilo que se aspira como parâmetro de mundo real. Se o “estar aí desde antes que nascemos” se

²⁴ Os dados estão disponíveis nas publicações eletrônicas e impressas das instituições citadas, além de terem recebido ampla divulgação pela imprensa.

torna uma barreira para a superação de paradigmas econômicos, mesmo que absurdos, a permanência resistente dos mercados públicos, por outro lado, pode credenciar mensagens *perigosamente disruptivas*, como, por exemplo: que uma batata deve ser, e parecer ser, apenas uma batata! ou que uma empresa deve demitir quando está em crise, assim como empregar quando está em ascensão; e, principalmente, que cada pessoa pode trabalhar por sua própria conta, sobretudo após esgotadas todas alternativas, antes que caia no perigoso mundo da “economia subterrânea”.

Aperceber-se disso, e fomentar a apropriação social das memórias em torno dos mercados públicos, é o objetivo específico deste trabalho. O que, no entanto, requer um certo "esforço à consciência", como reclama o Prof. João-Francisco:

Sendo tais instituições criadas e mantidas por nós, elas são passíveis de sofrerem mudanças e alterações através de esforços deliberados neste sentido (se assim não fosse não haveria a história) (...). Ao se fazer ciência e filosofia, por exemplo, o esforço requerido à consciência é justamente o de procurar desligar-se o máximo possível das concepções cotidianas da realidade, refletindo sobre as condições e processos em que tais condições são erigidas. (DUARTE, 1984, p. 45)

No entanto, nem todo mundo dentro da Universidade está contente com essa tendência acadêmica à contestação das realidades institucionalizadas, o que fica relativamente claro no presente libelo do professor emérito da Universidade Pantheón-Assas (Paris II), Claude Jessua:

Os principais inimigos do capitalismo (...) não se encontram entre as classes operárias, mas são recrutados entre os chamados "intelectuais", uma classe de frustrados, pois, embora dotados de cultura, não detêm o poder. Trata-se de mentalidades essencialmente críticas, que prescrevem princípios morais, que transmitem lições e que enxergam sempre com maus olhos a burguesia, ainda mais porque a democracia [segundo o autor (ibid., p. 64), uma "parente próxima" da economia de mercado capitalista] respeitosa da liberdade de expressão, sempre lhe deu ampla latitude para expor suas teses e para persuadi-los na iniquidade de um sistema ao qual devem sua situação privilegiada. (JESSUA, 2009, p. 96)

Se, por um lado, produzir ciência e filosofia hoje é, também, enfrentar uma forte resistência conservadora, em favor da manutenção do *status quo*, por outro lado, autores como o psicólogo João-Francisco, recomendam mas não indicam os caminhos para realizar a proeza de “desligar-se o máximo possível da realidade cotidiana”, analisá-la e ainda expressar conclusões compreensíveis sobre a mesma. Os livros de metodologia científica tentam, e até chegam perto, mas a maioria parte da premissa cartesiana de fragmentação da realidade. O maior problema da análise social por fragmentação é que o todo do *status quo*, pelo mais insatisfatório que seja, sempre impõe uma razão mais abrangente, e, por isso mesmo, “real”.

Destarte, manter as coisas “como estão desde antes de nascermos” é sempre mais seguro que agregar a atitude que acompanha um objetivo específico e, portanto, restrito, como “se apropriar das memórias sociais em torno dos mercados públicos”. A menos que essa apropriação seja tão ideologicamente conservadora quanto praxiologicamente conservacionista, o que, pode-se antecipar, não é o caso aqui presente.

Com base nos referenciais teóricos utilizados, neste trabalho se abordará a conservação dos mercados públicos enquanto atitude disruptiva, pelo entendimento de que assim se faz necessário, pois esses são lugares de memória que não resguardam os mesmos agenciamentos, úteis à sociedade, quando desvinculados das práticas e dos agentes sociais, atualmente marginalizados, que os fazem ser *mercados públicos*.

Ler a cidade dos excluídos, pobres e marginais conduz o historiador a "escovar a história a contrapelo", como diz Benjamin, buscando os cacos, vestígios ou vozes daqueles que figuram na história como "povo" ou "massa" ou que se encontram na contramão da ordem, como marginais. É nos registros policiais, nas entrelinhas dos jornais, nas "colunas do povo" dos periódicos, nas festas populares e nas manifestações de rua, nos acontecimentos singulares que quebram a rotina da vida urbana que podemos encontrar suas vozes ou resgatar os indícios do que seria a sua ordem, chegando às representações coletivas de uma "outra" cidade. (PESAVENTO, 1995, p. 284)

Em outra obra, intitulada *Os pobres da cidade*, a autora identifica o Mercado Público de Porto Alegre como um desses lugares onde os “pobres, subalternos, populares e proletários” frequentavam “botequins perniciosos à moral pública da época” (PESAVENTO, 1994, p. 125), conforme registra a imprensa do início do século XX: “(...) as bodegas do Mercado acham-se sempre plenas desses indivíduos, sem eira nem beira, verdadeiros perigos da sociedade” (Jornal *O Independente*, de 20 de março de 1910 *apud* PESAVENTO, 1994, p. 123).

Da mesma forma, a própria estética dos mercados públicos, com sua morfologia peculiar, induz uma atitude reativa frente ao *status quo*, contrária a atitude passiva, induzida pelos super e hipermercados, “onde a vida pública é concebida como movimento passivo ao longo de espaços controlados, onde as únicas arenas de escolha ativa são a seleção de alimentos e as compras”, como afirma a arquiteta estadunidense Diane Ghirardo (2002, p. 55), professora da *University of Southern California*.

4.2 FETICHE, FICÇÃO E FATO: TRÊS FACES DA CIDADE

No início da década de 1990 foi lançado um filme de ficção científica em que o personagem principal, interpretado pelo ator austro-estadunidense Arnold Schwarzenegger, é levado a uma colossal estrutura no interior do Planeta Marte (O VINGADOR, 1990). O

complexo sistema de colunas metálicas, cabos, roldanas e engrenagens teria como função derreter uma atmosfera respirável, mantida congelada no interior do planeta vermelho. Não fica claro em que circunstâncias e com que propósitos o gigantesco engenho teria sido construído, nem tampouco porque fora abandonado, mas para que ele fosse ativado, tornando Marte habitável por humanos, bastaria girar um singelo dispositivo desenhado para o encaixe de uma mão com apenas três dedos, único vestígio da anatomia de seus ausentes construtores.

Curiosamente, bastando unir dois pares de dedos, mais o polegar, qualquer humano poderia se adaptar à ergonomia alienígena e acionar o “evaporador de atmosferas”. É o que acontece no filme, para o bem de todos os habitantes de Marte. Esses habitantes, por sua vez, eram humanos mutantes, cruelmente explorados por uma grande corporação empresarial, dona de valiosas jazidas de minérios marcianos. Estes operários eram constrangidos a trabalhar pelos seus chefes, sob pena de não receberem uma escassa dosagem de ar, controlada pelos diretores da corporação (os vilões da estória).

Douglas Quaid, nome do personagem interpretado por Schwarzenegger, tem sua memória manipulada, a modo de não saber qual o seu lado na luta de classes marciana. Desse modo, meio esquecido de si mesmo, ele se vê cooptado ora por operários mutantes, de aparência pouco confiável, ora por “homens de preto”, agentes da corporação mineradora. Algo como a postura da classe média terráquea diante dos conflitos sociais da atualidade, como, por exemplo, os que envolvem o futuro de um antigo Mercado Público.

Não que se acredite que a reativação de um antigo Mercado Público possa ter o mesmo efeito que oxigenar a atmosfera de Marte, ou que seus construtores tenham sido uma espécie tão distante quanto uma civilização alienígena, ou, ainda, que as corporações empresariais nos façam acreditar que o ar é escasso, enquanto na verdade ele se encontra em abundância sob nossos pés. Tampouco se quer sugerir que o estado dos mercados públicos seja de profunda latência e inadaptação à civilização humana atual, uma vez que eles mantêm sua atividade comercial, conduzida pelo mesmo homo-sapiens que lhes engendrou a criação.

Porém, é possível que a sufocante atmosfera do mundo do trabalho esteja necessitando a reativação de antigos mecanismos, para oxigenar o ar dessas “criaturas mutantes” que compõem os exércitos de reserva de mão de obra. Criaturas essas que costumam rondar, freqüentar e usar os antigos mercados públicos: reagentes em torno do reator, ou, no dizer de Deleuze, os “nômades” (dentre os quais, contraventores, mendigos, marginais e outros *losers*) e suas “máquinas de guerra”.

Com uma clientela de perfil etnográfico bastante peculiar, os mercados públicos também costumam alojar e atrair tipologias comerciais igualmente inusitadas, muitas vezes tidas como precárias ou parasitárias. Ao longo da história, as atividades desenvolvidas junto

aos mercados muitas vezes serviram como pretexto para sua remoção, como no caso do Projeto de Lei do II Plano Diretor de Pelotas, de 1967:

...Cabe ainda mencionar as atividades gregárias que se realizam junto ao Mercado e suas características acentuadas de deterioração social. (...) A terceira zona, ocupada hoje pelo Mercado, foco de deterioração da área, deverá ser liberada e o mesmo removido, como medida de saneamento desde que acompanhada da devida atenção aos reflexos sociais. (PELOTAS, 1967, p. 105 e109)

Também nos casos mais exitosos, como dos mercados públicos das capitais estaduais, os adjetivos com que costumam ser tratados não escondem que por ali existe informalidade, ociosidade e contravenção, como na recomendação de “não usar produto de valor que chame a atenção” ao se visitar o Mercado do *Ver o Peso*, em Belém (SOARES, 2009, p. 56).

Ao mesmo tempo, os vários movimentos populares já realizados em sua defesa, em cidades tão diversas como Paris, Buenos Aires, Porto Alegre ou Pelotas, lembram que é necessário preservá-los, como se já fosse sabido que, por detrás das aparências e preconceitos, guardam um importante legado às gerações futuras.

...Os relatos de ficção científica nos revelam freqüentemente a maneira de viver dos sobreviventes após um desastre total, e não deixam de exibir o retorno de práticas antigas que permitem melhor assegurar a sobrevivência. A conservação patrimonial teria como finalidade secreta preparar-nos para situações pós-catastróficas?

E por que censurá-la por isso? Nossos antepassados não guardavam tantas coisas que não serviam mais para nada, prevendo tempos futuros? Tempos que, em suas mentes anunciavam-se como mais difíceis de viver que o tempo presente. O patrimônio: um gigantesco potencial de meios de sobrevivência após o desastre. Os “tesouros vivos” têm um tal treinamento que poderão servir de líderes junto aos que serão incapazes de reencontrar a boas e velhas práticas de outrora. (JEUDY, 2005, p. 17-18)

Um dos maiores autores desses “relatos de ficção científica” a que se refere Jeudy foi o escritor estadunidense Philip K. Dick. Seus contos e novelas tornaram-se grandes sucessos comerciais ao serem adaptados para o cinema, em filmes como *Blade Runner*, *Minority Report* e *Total Recall*, ainda assim, sua obra é frequentemente referenciada em trabalhos acadêmicos, sobretudo nas áreas de planejamento urbano, ciências humanas, memória social e patrimônio cultural, pela qualidade de suas proposições, da qual os *blockbusters* hollywoodianos originados não se afastam. Um belo exemplo de relação produtora entre sucesso comercial e pensamento autônomo.

4.2.1 *Total Recall*²⁵ dos Mercados Públicos

As razões que levaram o ator republicano Arnold Schwarzenegger a aderir ao roteiro neo-socialista do cineasta Gary Goldman, em *Total Recall*, (ou que levaram o ator a se filiar ao Partido Republicano estadunidense), não vêm ao caso; Aliás, a única relação objetiva entre o cinema e o objeto de estudos deste trabalho é o fato de que a antiga Praça do Mercado de Pelotas foi palco para a primeira sessão de “cinematógrafo popular” na cidade, no início do Século XX, conforme noticia a edição do Jornal Diário Popular, de 07 de julho de 1912.

Para atrair as massas para dentro dos cinemas, primeiro o cinema teve que ir ao encontro das massas, figando seu futuro público consumidor nos locais onde os artistas populares tradicionalmente se apresentavam (GUTIERREZ, 2004, p. 309). Como todas as demais formas de representar o mundo, encontradas ao longo da história, o cinema exerceu papel fundamental nas formas de apresentar o mundo perante as pessoas e de as pessoas apresentarem-se perante o mundo:

Algo similar sucedió con el cine. Nacido en Europa como documental, como plasmación de la realidad donde el espectador tenía la impresión de encontrarse ante una prolongación de la vida cotidiana, (...) fue a partir de los años 40, con la ascensión del cine de Hollywood, que este fenómeno consubstancial a los inicios del cine se invirtió completamente: los criterios de la producción cinematográfica han conseguido que la realidad fuera del cine, intente imitar los sueños del consumo y las características de los mitos cinematográficos. (MONTANER In: ZÁTONYI, 2006, p. 78)

Os grandes *blockbusters* de sucesso captam (e criam) os medos e desejos subliminares, compartilhados intersubjetivamente pelo, cada vez mais amplo, espectro social de seus espectadores. Portanto, acompanhar a produção dos cineastas de sucesso é uma estratégia útil para aqueles que, trabalhando com a produção da cidade, querem “fazer a arte” de sugerir ideias, evocar memórias, oportunizar momentos... como sugere o arquiteto Lineu Castello:

De fato, considerando a substancial importância que o cinema tem para o pensamento e para o comportamento da sociedade do século XX, seu papel no mundo dos *lugares* é fundamental, o que, por si só, já lhe asseguraria um destaque indispensável à conceituação abrangente que aqui se deseja estabelecer para *lugar*. (CASTELLO, 2007, p. 65)

Com isso, na esteira das melhores utopias benjaminianas a respeito do potencial revolucionário do cinema, é interessante notar o grande número de filmes que, nas duas

²⁵ Do inglês, *Recall* significaria algo como “chamar de volta”.

últimas décadas, fazem sucesso ao falar sobre outros temas conspiratórios, envolvendo a manipulação da memória e a reificação da realidade para fins político-econômico-corporativos: Mais ou menos veladamente, através de alegorias e metáforas, o mundo se apercebe e manifesta que a “mão invisível do mercado” nem sempre faz as melhores escolhas. As opções descartadas ou relegadas a um mercado *underground*, podem ser as mais úteis, e evocativas:

É na trincheira das artes que se encontram os núcleos de resistência dos mais consequentes ao rolo compressor da subjetividade capitalística, e da unidimensionalidade, do equívoco generalizado, da segregação, da surdez para a verdadeira alteridade. Não se trata de fazer dos artistas os novos heróis da revolução, as novas alavancas da história! A arte aqui não é somente a existência de artistas patenteados mas também de toda uma criatividade subjetiva que atravessa os povos e as gerações oprimidas, os guetos, as minorias... (GUATTARI, 2008, p. 115)

Entretanto o critério preponderante no processo de seleção e sobrevivência, na sociedade de consumo, é o êxito das vendas e não o patrimônio artístico e cultural, material e imaterial, que o produto eventualmente encerra. O *mainstream* comercial não realiza uma seleção das opções melhor adaptadas técnica, tecnológica ou socialmente, e sim de um certo *darwinismo comercial*. Para além de um roteiro ficcional esse é um fenômeno que ocorre com produtos, tecnologias, serviços e expressões estéticas; e, por extensão, se aplica também a pessoas (BAUMANN, 2008, p. 20) e lugares (CASTELLO, 2007, p. 233), como as feiras livres das praças de mercado, que foram sucessivamente superadas por outros equipamentos, até se chegar aos ambientes sociofugos²⁶ dos super e hipermercados de hoje.

A feira-livre é uma forma ainda mais anárquica, disruptiva e elementar de resistência contracultural, porém a evidente cumplicidade do Estado é o que torna os mercados públicos uma “máquina de guerra” ainda mais paradoxal: não só é liberada uma permissão de uso do espaço público, nos moldes da concedida ao vendedor ambulante, como também é dado ao permissionário usufruir do valor artístico-arquitetônico e patrimonial do edifício, o que lhe confere uma qualidade sociopeta, em contraste com o princípio sociofugo dos demais ambientes comerciais²⁷. Em contrapartida, ao compartilhar, com um seleto grupo de comerciantes, o domínio de um espaço cívico, o Estado ganha um instrumento de apoio à regulação de outros males urbanos, como a especulação imobiliária,

²⁶ Espaço inibidor das atrações e interações sociais.

²⁷ Nas pesquisas do Prof. Lineu Castello o Mercado Central de Porto Alegre é apontado pela população, em 1985, como o lugar mais representativo do Centro da capital gaúcha, com 54 citações; 10 posições a frente do primeiro estabelecimento comercial privado, as *lojas Americanas*, com apenas 15 citações. Dez anos depois o Mercado era apontado como o segundo lugar que mais chama a atenção, com 53 citações, sendo as lojas Renner e Mesbla os próximos estabelecimentos comerciais citados, com 36 citações. Afóra esses quatro edifícios, todos os demais lugares apontados pelos entrevistados são espaços não comerciais. (CASTELLO, 2007, p. 157-168)

a poluição visual e a agressão ao patrimônio cultural nos centros comerciais, enquanto a sociedade civil ganha parceiros no exercício da função social da propriedade.

5. DA REDUÇÃO À REDENÇÃO DO HOMEM NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Se Karl Marx reiterou de diversas formas sua teoria da alienação do indivíduo, quase um século depois, seu discípulo Theodor Adorno, um dos principais nomes da Escola de Frankfurt, além de se ater ao tema da reificação da realidade, publica, logo após a 2ª Guerra Mundial, sua *Dialética do Esclarecimento*, onde problematiza, entre outros tópicos, as influências do mesmo processo de reificação na desconstituição da alteridade:

O preço da dominação não é meramente a alienação dos homens com relação aos objetos dominados; com a coisificação do espírito, as próprias relações entre os homens foram enfeitadas, inclusive as relações de cada indivíduo consigo mesmo. Ele se reduz a um ponto nodal das reações e funções convencionais que se esperam dele como algo objetivo. O animismo havia dotado as coisas de uma alma; o industrialismo coisifica as almas. (ADORNO, 1988 [1947], p.40)

Mais recentemente é a vez de Zygmunt Bauman, o sociólogo anglo-polonês, crítico da pós-modernidade, quem denuncia a mercantilização do ser, como um traço da sociedade de consumidores pouco explorado. Na opinião desse autor, a divisão clara entre as coisas a serem escolhidas e as pessoas que as escolhem, tradicionais atores das análises sobre a sociedade de consumo, estão sendo eliminadas:

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. (...) A característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias; ou antes, sua dissolução no mar de mercadorias em que os diferentes significados das coisas, e portanto as próprias coisas, são vivenciadas como imateriais. (BAUMAN, 2008, p. 20-21)

Diante de situações como essas, que caracterizariam o mundo atual, o antropólogo José Reginaldo Gonçalves, pesquisador da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), identifica três atitudes / personagens possíveis, quais sejam: a resistência contemplativa do *flâneur* benjaminiano, que observa e experimenta, lentamente, cada estímulo sensorial do mundo à sua volta, à revelia das estratégias de sedução da sociedade de consumo; O “homem da multidão”, que simplesmente cede aos encantamentos, e corre para que eles se repitam permanentemente, como uma cobaia pavloviana (refém dos seus condicionamentos); E o *blasé*, que simplesmente “se fecha para o mundo, optando pela reserva, frieza ou indiferença diante de tudo o que se passa a sua volta” (GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Os museus e a cidade *In*: CHAGAS, 2003, p. 177-180).

O que todos os “homens de Gonçalves” tentam, a todo custo, é não se tornarem o que Bauman (2006, p. 76) classifica como “gente supérflua”, ou seja, “pessoas cujas capacidades não podem ser proveitosamente exploradas. Em termos definitivos, sem meias tintas, gente que, do ponto de vista das pessoas de bem, seria preferível que desaparecessem do mapa”.

Assim, começam a se fechar as grades da “gaiola de ferro” weberiana, donde as saídas para o homem moderno seriam escassas:

A famosa metáfora da modernidade como “gaiola de ferro” enfatiza a percepção de Weber sobre a condição moderna como sendo a de controle, disciplina, razão instrumental, pragmatismo calculista que promoveria o desencantamento do mundo na medida que negaria o mágico, místico, misterioso e oculto. (...) Em sentido mais amplo o desencantamento do mundo gerou uma crise de sentidos, na medida em que a ciência e a técnica não seriam capazes de oferecerem explicações sobre o significado da existência humana. (...) O indivíduo moderno seria aquele que se autoconstrói mediante a interiorização das normas vigilantes sociais. (JAGUARIBE, 2007, p. 20)

A Doutora em Literatura Comparada, Beatriz Jaguaribe, também pesquisadora da UFRJ, faz essa caracterização do indivíduo moderno para contextualizar o anúncio de outra estratégia de resistência, fora das três atitudes prescritas por Gonçalves:

A procura pelo passado, a memória e o real não seria mero exercício de nostalgia, mas uma busca por significações fora do niilismo apocalíptico, do conformismo consumista ou da desilusão política. (JAGUARIBE, 2007, p. 40)

Ao final, existem muitas formas de resistir ou dialogar com o processo de reificação do real, sendo o “homem consciente” uma opção ainda em voga. Nessa atmosfera se esvaecem as máximas deterministas do pensamento marxista vulgar. Para Diana Lima não há controle das condições materiais que, por si só, sobredetermine a vida, uma vez que “os agentes sociais são agentes de sua prática e não apenas reprodutores da estrutura de significados pré-dada por sua cultura” (LIMA, 2010, p. 11):

O ponto é o de que as forças materiais – ou seja, os modos de produção, de comercialização de bens, a organização do espaço físico de produção e do comércio, a forma e conteúdo da publicidade, etc. – são socialmente criadas e seus efeitos são culturalmente determinados. Aquilo que o vocabulário marxista chama de “superestrutura” e “infraestrutura” não são dimensões dadas da realidade [grifo meu]. (...) Nunca houve homem sem capacidade simbólica. Ali, onde há um estômago humano, há também a atividade mental.

(...) Para compreender um fenômeno sério como o consumo (...) não são de grande ajuda a indignação moral, o desprezo, e tampouco a ideia do senso comum que mais parece extraída da veterinária, segundo a qual o homem vive em função das suas necessidades biológicas (...) O

consumidor não é alguém que age em função do estômago, mas ele é alguém que tem pensamento simbólico. (LIMA, 2010, p. 16 e 21)

Por extensão, pode-se dizer, junto com Richard Sennett que o Mercado Central não é apenas o “estômago da cidade” (SENNETT, 1997, p. 22 *apud* CASTELLO, 2007, p. 200), mas sim um lugar que, repleto de simbologias e memórias, abriga experiências existenciais vitais. A permanência das atividades econômicas ali desenvolvidas não são descartáveis, pois fazem parte de um modelo de desenvolvimento voltado para o ser humano, a economia solidária, em contraposição ao mito do progresso econômico, definido por Bauman:

Mas o que é, na sua essência, o progresso econômico? O seu mito reduz-se ao seguinte: a possibilidade de realizar qualquer coisa com menor esforço e menor aplicação, bem como a menor custo. Conseguir este objectivo implica que certos métodos se tornem supérfluos e deixem de ser economicamente plausíveis, o que, por seu turno, torna supérfluas as pessoas as pessoas que tinham podido viver adaptando-se a esses mesmo métodos. (BAUMAN, 2006, p. 77)

O princípio de economia solidária, muito apropriado à configuração dos mercados públicos, é um tema pujante entre grandes pensadores da atualidade, alguns deles colaboradores do *Fórum Social Mundial*, como o economista polonês radicado no Brasil, Ladislau Dowbor, o economista austro-brasileiro Paul Singer, atual Secretário Nacional de Economia Solidária e sua conterrânea austro-estadunidense Riane Eisler, socióloga feminista que recentemente lançou seu livro *A verdadeira riqueza das nações*, onde trata desse tema, propondo que a economia mundial transita de uma era de dominação para uma era de parceria, às quais ela associa, respectivamente, paradigmas de pensamento masculino e feminino.

Da mesma forma, com base nos estudos do sociólogo alemão Colin Campbell, Diana Lima afirma que os valores do Romantismo continuaram presentes mesmo durante o Racionalismo moderno, o que significa que não exatamente a consciência, mas “as emoções, a intuição e os sentimentos”, ao lado da razão, determinam a vida. Esta apreciação é compartilhada, ainda, por Fernando Juez, professor da *Universidad Nacional Autónoma de México*, que a traz para o campo das estratégias projetuais:

Lo material no tiene de por sí sentido alguno; necesita de la mente y el sentimiento humanos para adquirir significado. Lo “superestructural” y lo “infraestructural” anidan uno en el otro en ciclos de causas y efectos; en ciclos de alimentación que regulan, en ocasiones, y, en otras, modifican radicalmente los modos posibles de pensar y materializar el mundo. (JUEZ, 2002, p. 40)

A postura dialógica de Juez conduz a uma síntese do conflito de visões sobre o

consumidor, que ora é representado como “patetas idiotas culturais” (romântico, feminino, solidário), ora como “heróis da modernidade” (racionalista, masculino, dominador), segundo a observação de Bauman (2008, p. 19). Os “ciclos [de trocas] que regulam e modificam radicalmente os modos possíveis de pensar e materializar o mundo”, proposto por Juez, são compatíveis ao que Sandra Pesavento, por sua vez, chama “circularidade cultural”, em referência aos processos de produção da cidade, que:

(...) pressupõe o vaivém dos sentidos conferidos aos espaços e sociabilidades urbanas atribuídos pelos produtores e consumidores da cidade.

(...) [e] permite a troca de signos entre o que se poderia chamar a "cidade real vivida" dos consumidores da urbe e a "cidade sonhada" dos produtores do espaço, ou ainda entre a contracidade dos excluídos do sistema, na "contramão" da vida, e a cidade ordenada, bela, higiênica e segura das propostas burguesas. (PESAVENTO, 1995, p. 283-284)

Outrossim, a noção de que “o material, por si só, não possui sentido algum, necessitando da mente e sentimentos humanos para adquirir significado”, já poderia ser deduzida dos esquemas conceituais de Henri Bergson, que conjuga este duplo de mente e sentimentos naquilo que atravessa, e quiçá determina, ambos: a memória.

Bergson demonstra que as pessoas vivem mais na vida psicológica pregressa (memórias) do que no mundo externo (realidade material), do qual “nunca percebemos mais do que uma parte muito pequena” (BERGSON, s/d, p. 120). Para ele, “a sua percepção, por mais instantânea, consiste portanto numa incalculável quantidade de elementos rememorados, e, para falar a verdade, toda percepção já é memória” (Idem, p. 123).

Os ciclos dialéticos de causas e efeitos, entre a superestrutura (ideológica) e infraestrutura (física), que “regulam e modificam os modos possíveis de pensar e materializar o mundo”, conforme sugerido por Juez, ou a circularidade cultural entre os “produtores da cidade sonhada” e os “consumidores da cidade vivida”, exposto por Pesavento, podem ser traduzidos na descrição bergsoniana do ciclo entre estímulo sensorial e rememoração: “Em outras palavras, é do presente que parte o apelo ao qual a lembrança responde, e é dos elementos sensório-motores da ação presente que a lembrança retira o calor que lhe confere vida” (BERGSON, s/d, p. 125).

5.1 A REDENÇÃO DO CORPO FÍSICO

5.1.1 Memória e Alteridade Física

A importância dos elementos sensório-motores nas evocações de memória, mencionada por Bergson, remete à ideia de que “o corpo fala”, como afirmam os psicólogos

Pierre Weil e Roland Tompakow (1986), e não somente para fora, através da linguagem corporal, mas também fala para dentro, quando requisita da memória referências para a ação seguinte. Dessa forma, tudo o que ocorre com o corpo, ou toda experiência a que ele é submetido, é também um exercício de memória, e, por extensão, “uma busca por significações fora do niilismo apocalíptico, do conformismo consumista ou da desilusão política” (JAGUARIBE, 2007, p. 40).

Portanto, um outro caminho para a libertação do homem viria, como já era sabido das tradições orientais, dos domínios do corpo, do exercício das *memórias hábito*, chamadas *protomemórias* pelo antropólogo francês da atualidade, Joel Candau. Ou seja, ampliar o repertório de movimentos e ações possíveis, antecipando-as a cada circunstância, seria uma forma de “recriar o espaço” sem mover nenhuma pedra, conforme preconiza o arquiteto catalão Luis Boada (1991), ou, de mover as pedras do jeito certo, fazendo-as adaptarem-se a necessidades mais humanas e menos exteriores:

(...) Nossa adaptação ao mundo exige a articulação de nossa morfologia com as formas externas e o diálogo tônico de nosso corpo com os outros corpos, humanos ou não.

Existe, portanto, uma atitude que permite perceber as consonâncias e dissonâncias contidas no corpo, revelando não só seu estado atual como também sua história (...).

A percepção dos tons corporais como consonâncias ou dissonâncias implica a existência de uma espécie de ouvido afinado, associado àquela capacidade perceptiva. Sustentamos que esse ouvido afinado é a memória – memória da forma, memória da idéia de beleza, em sentido platônico.

Essa idéia, guardada em um lugar de nossa memória mais profunda, é a potência de nossa morfologia e de nosso tônico. Quando adotamos a atitude eutônica, isto é, a atitude de procura do equilíbrio tônico, restabelecemos conscientemente a relação entre nosso estado e nossa memória profunda, onde lateja o ser. (BOADA, 1991, p. 23-48)

Diferentemente de outros lugares, os mercados públicos e os supermercados falam tanto ao corpo como à memória, mas enviam mensagens diferentes. Enquanto os supermercados falam de automatismo e esquecimento os mercados falam de autonomia e memória:

O espaço *higienizado* dos supermercados, um exemplo típico de arquitetura *globalizada* reflete um sistema de valores que, em um primeiro momento, oferece a assepsia. Esta postura busca extrair do corpo (entendido como espaço) sua natureza orgânica ao limpá-lo de toda a sua *sujeira* ou possibilidade de contaminação, tornando-o protegido contra a poluição externa: seja o ruído da cidade, o fluxo das pessoas (embora os espaços comerciais estejam sempre inseridos em locais de fluxo, que garantem o sucesso do empreendimento), ou ainda, a arquitetura *corroída* da cidade. O espaço, externamente, já garante sua distinção. Organiza o fluxo desestruturado das pessoas em seus corredores, *aromatiza* o ambiente, seleciona a iluminação para *melhor* apresentar seus produtos (o

que faz também refletir o brilho do piso em contraponto com as calçadas opacas e escuras das ruas).

Os funcionários treinados para bem atender, com uniformes e discursos padronizados, acabam por gerar a sensação de impessoalidade ao simular a naturalidade e a espontaneidade nas relações. Até mesmo aí se tem uma interrupção no cotidiano. As relações sociais são pensadas como sistemas que podem ser controlados e sistematizados de antemão, o que muitas vezes acaba por tornar mecânico o atendimento *cordial* reservado pelos funcionários de um supermercado. (RENNÓ, 2006, p. 51)

Os motivos que fazem os consumidores “preferirem” os supermercados do que as feiras livres ou mercados públicos, para efetuarem compras, são os mesmo que fazem os motoristas e pedestres “preferirem” os semáforos às faixas de segurança. No entanto, não é por isso que as políticas públicas devem ceder e dar aos habitantes da cidade o automatismo infantilizante que eles tanto querem. Ao promover agenciamentos que produzem ou reprimem alteridades, o espaço urbano possui uma função pedagógica, que deve ser assumida pelo poder público, dentre outras maneiras, pintando faixas de segurança e preservando mercados públicos! Semáforos e gôndolas podem ser muito eficientes para exercer as funções a que se destinam, sendo de fato as únicas soluções em alguns casos, mas faixas de segurança e bancas de mercados além de cumprirem suas funções exercem uma outra, fundamental: fazem as pessoas se olharem, e trocarem algum tipo de comunicação.

O cidadão que toda semana se dirige educadamente ao imigrante, dono da banca de carnes, para lhe solicitar o alimento de cada dia, ou para seu “utilitário esportivo” para que um idoso possa atravessar a rua, tem mais chances de reproduzir um comportamento maduro, autônomo e responsável do que quem, por exemplo, interage com lâmpadas coloridas e bandejas de isopor. Esses dois casos não são isolados, pelo contrário, apenas ilustram dois modelos de configuração espacial que se replicam por toda a cidade, evocando ou inibindo distintas memórias-hábito: a do corpo autônomo e a do corpo autômato.

O ambiente existencial que se tornou conhecido como “sociedade de consumidores” se distingue por uma reconstrução [reificação] das relações humanas a partir do padrão, e à semelhança, das relações entre os consumidores e os objetos de consumo. Esse feito notável foi alcançado mediante a anexação e colonização, pelos mercados de consumo, do espaço que se estende entre os indivíduos – esse espaço em que se estabelecem as ligações que conectam os seres humanos e se erguem as cercas que os separam. (BAUMAN, 2008, p. 19)

Evidentemente, o problema das relações entre corpo, espaço e memória não se esgotam com uma dicotomia simples. O antropólogo estadunidense Edward Hall (1977), autor do clássico estudo sobre o fenômeno da proxêmica humana intitulado *A Dimensão*

Oculto, propõe uma sequência de quatro níveis de domínio espacial – íntimo, pessoal, social e público – definidos por razões etológicas e culturais. O filósofo e historiador francês Michel Foucault (1999), por sua vez, se volta para a questão do controle social através da vigilância do comportamento humano, no que ele chamou de “espaço panóptico”, análogo ao lugar “privatópico” descrito por Lineu Castello (2007, p.24), e antagônico ao lugar heterotópico²⁸.

O arquiteto alemão Herman Hertzberger se ocupa das apropriações do espaço, defendendo a dissolução do paradigma dominante, que divide o território humano em público e privado. O autor de *Lições de Arquitetura* categoriza o “intervalo”, semipúblico ou semiprivado, como a configuração espacial mais promissora para as relações sociais.

Controle (privatópico ou heterotópico), domínio (íntimo, pessoal, social ou público) e apropriação (privada, semiprivada, semipública ou pública) do espaço se apresentam como categorias da relação entre as pessoas e o território urbano, por sua vez definidas e definidoras das memórias individuais e coletivas. Dado esse modelo para a taxonomia das relações entre corpo e espaço, faz-se necessário interpretar as relações entre o corpo e a memória.

O antropólogo francês Joël Candau chega mais perto de uma definição que será útil ao estudo dos lugares e processos de troca. Ele chama protomemória ao nível de memória mais elementar e, por isso mesmo, mais ligado à corporeidade humana. Nela estariam contidos não só os hábitos procedurais, como movimentos, posturas, sentidos e outras memórias mais ou menos inconscientes, “*inscripta o grabada em la carne*”, como também:

(...) *los múltiples aprendizajes adquiridos durante la primera socialización y hasta durante la vida intrauterina: técnicas del cuerpo que son el resultado de una maduración a lo largo de varias generaciones, memoria del gesto que, em el sistema nervioso central, resulta del reforzamiento o del debilitamiento de conexiones sinápticas, esquemas sensorio-motores piagetianos, rutinas, estructuras e pliegues cognitivos, cadenas operativas inscriptas em el lenguaje gestual o verbal – empleadas em una “penumbra” diferente del automatismo pero donde “el ejercicio del juicio no es movilizado” –, (...) costumbres que involucran “al espíritu sin que él piense em ello” o sin que él sospeche, marcas, señales y condicionamientos constitutivos del ethos e, inclusive, ciertos conceptos que no son nunca verbalizados.* (CANDAU, 2001, p. 20)

Uma das mais elementares “técnicas do corpo” às quais Joël Candau se refere, embora ele não a mencione, certamente é a alimentação. A máxima, ao que parece

²⁸ Heterotopia é um conceito da geografia humana elaborado pelo filósofo Michel Foucault que descreve lugares e espaços que funcionam em condições não-hegemônicas. Estes são os espaços das alteridades, que não estão nem aqui nem lá, que são simultaneamente físicos e mentais, tais como o espaço de uma chamada telefônica ou o momento quando você se vê no espelho.

originária da filosofia oriental, “você é o que você come” encontra respaldo em recentes pesquisas sobre a influência dos alimentos, não apenas nas estruturas corporais mais evidentes, mas também na constituição dos processos mentais de cada pessoa. Ao perder o controle sobre seus hábitos alimentares, pela sedução do grande mercado de alimentos industrializados, o hábito alimentar produzido passa a controlar o homem. A relação do homem urbano com a comida é, assim, porta de entrada da relação do homem com a cidade: ela produz o homem que a consome, cria seus hábitos, modela seu corpo, através dos apetites hiperestimulados. As escolhas dependem cada vez menos da memória autônoma, e sim dos impulsos excitados.

5.1.2 Memória *Biogenética*

Candau não chega a incluí-la exatamente, mas, com base na pesquisa do jornalista investigativo estadunidense Michael Pollan, é possível falar de uma “memória biológica”, relacionada com a informação genética intergeracional, herdada pelas cadeias de DNA. Em seu livro *Em Defesa da Comida* o autor recomenda que, ao comprar alimentos, as pessoas imaginem que estão acompanhados de ancestrais distantes, um tataravô por exemplo, e só consumam aquilo que ele também reconheceria como alimento.

Sob uma posição essencialista, propõe-se que a menor unidade sistêmica do corpo humano é uma informação, ou um dado genético que, como tal, pode ser “memorizado” e, além disso, inevitavelmente transmitido entre gerações. A ideia não é nova, lógico, mas seu tratamento como objeto de estudo da memória social é, no mínimo, incomum, embora o conceito de “patrimônio genético” seja a muito tempo empregado na biologia e áreas afins. Sua menção neste trabalho deve-se ao fato de que, como constatam algumas recentes pesquisas médicas divulgadas na mídia, o aumento da incidência de doenças como diabetes, colesterol e até algumas formas de câncer, mais em indivíduos de uma determinada etnia do que em outras, deve-se ao fato dessas pessoas serem induzidas a praticar uma dieta alimentar incompatível com sua memória genética, acumulada ao longo de toda sua evolução genealógica.

A atração de fluxos migratórios, hoje ou em outras épocas, para centros urbanos onde o comércio de alimentos é concentrado em super e hipermercados, cujos fornecedores são, ao contrário do que faz parecer a falsa “variedade” de opções, meia dúzia de grandes indústrias, expõe imigrantes e descendentes das mais diversas etnias aos mesmos hábitos alimentares. O tipo e quantidade de enzimas digestivas capazes de processar cada alimento é diferente para cada etnia, sem falar nas propensões a desenvolver intolerâncias e alergias, ou, ainda, de reagir mal frente aos aditivos não orgânicos que, cada vez mais, acompanham os alimentos.

A proposição que se faz aqui é a de que, nos tempos em que o comércio de alimentos ocorria nos mercados públicos, cada freguês tinha à disposição não só alimentos mais saudáveis, como melhor adaptados a sua memória genética, muitas vezes vendidos por outro imigrante, conterrâneo seu. Dessa forma, se preservava ainda uma cadeia de saberes, do cultivo ao preparo, que, com os super e hipermercados, foram reduzidos ao diminuto “nicho de mercado” conhecido como “culinária típica” ou, ainda, “exótica”.

Por isso os mercados públicos tem valor patrimonial não só pelo monumento arquitetônico que normalmente representam e pelas atividades econômicas e culturais ali desenvolvidas, mas também pelos saberes transversais dispostos entre corredores, bancas e balcões, nas relações entre o homem e os objetos:

Tudo isso mostra que o objeto tem um papel relacional de caráter transeconômico. Ele transcende para o homem seu simples valor de troca e se transforma em complemento para a relação do homem com ele mesmo, com os outros homens e com a natureza. (BOADA, 1991, p. 20)

Por fim, o que acontece quando o homem replica-se como objeto de si mesmo? Na contramão das tendências heterônomas, em que o homem é consumido pelo mundo que ele mesmo constrói, o avatar representa a replicação do próprio homem. Se o corpo é a porta de entrada para a ação de todos os instrumentos de objetivação da vida humana, a *avatarização* de suas idéias pode representar a alternativa de redenção autônoma que se coloca nos dias atuais.

5.2 A REDENÇÃO DO AVATAR

Assim como a menor unidade de interesse de um biólogo há muito já deixou de ser a célula, e tampouco seriam apenas as micromoléculas de DNA, pode-se dizer que a menor unidade que interessa ao físico há muito já deixou de ser o átomo, e as partículas subatômicas da matéria. Em ambos os casos, cada vez mais, interessa o foco interpretativo sobre a informação relativa ao objeto. *Do átomo ao bit* é o nome do livro do arquiteto e urbanista, professor da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Fábio Duarte (2003), que sintetiza a proposição segundo a qual, na era da informação, dados físicos e digitais exercem as mesmas influências sobre o ser humano.

O tema do espaço informacional, portanto, deixa de ser preocupação exclusiva dos profissionais de *TI* (Tecnologia da Informação) e passa a ser, cada vez mais, também uma preocupação de arquitetos e urbanistas. A arquiteta Renata Piazzalunga, Doutora em Ciências da Comunicação pela USP, é uma das referências nacionais nessa “nova” tendência; seu livro *A Virtualização da Arquitetura* problematiza a questão e declara algumas

potencialidades encontradas nesse paradigma:

O sujeito fenomenológico, ao mesmo tempo em que é parte constituinte desse espaço, constitui-se ao interagir com ele. Nesse contexto [de realidade virtual], o espaço arquitetônico e o sujeito podem ser inseparáveis e a representação pode evidenciar a verdade de que o mundo está em mim e eu estou inteiro fora de mim. No espaço virtual, sujeito constituinte e sujeito constituído fundem-se num uno. Nessa condição, tornamo-nos participantes da simulação de nossas próprias capacidades cognitivas e perceptivas por meio de sistemas inteligentes. (PIAZZALUNGA, 2005, p. 77-78)

O paradigma identificado por Piazzalunga parece ensaiar uma resposta ao problema da reificação, colocado por Karl Marx 158 anos antes: “até o presente os homens sempre fizeram falsas representações sobre si mesmos. [...] Os produtos de sua cabeça acabaram por se impor à sua própria cabeça” (MARX, 1979 [1847], p. 17). Ou seja, a crescente sensação de controle humano sobre a produção e reprodução do espaço, natural e construído se deve aos avanços, não só em TI, como em nano e biotecnologia. Por outro lado é necessário que surjam demandas por maior heteronomia, e responsabilidade, da humanidade sobre ela mesma, no que se enquadram os estudos de memória social e patrimônio cultural.

O patrimônio cultural formaria não só “um gigantesco potencial de meios de sobrevivência após o desastre”, como escreveu Pierre Jeudy (2005, p. 18), como também é a principal fonte de referências para agir sobre o presente, a fim de justamente evitar um tal futuro catastrófico. A memória não é apenas descrição e registro, mas também prescrição e ação sobre o mundo presente, como explica Joël Candau (2002, p. 31): “*El acto de memoria tiene una dimensión teleológica. Podríamos decir que recordar consiste en configurar en el presente un acontecimiento pasado en el marco de una estrategia para el futuro, sea inmediato o a largo plazo.*”

Ainda dentro da advertência preventiva de Jeudy (2005, p. 18), que infelizmente deve ser levada a sério, “os ‘tesouros vivos’ têm um tal treinamento que poderão servir de líderes junto aos que serão incapazes de reencontrar as boas e velhas práticas de outrora. Acontece que eles também vão morrer. Para lhes dar uma certa eternidade, é preciso torná-los virtuais. Continuaremos a vê-los em imagens digitais ou em fitas de vídeo que servem de arquivos.” Dessa forma, o antropólogo francês confia ao meio digital um papel a mais, além daqueles previstos por Fabio Duarte e Renata Piazzalunga, que o vêem como ferramenta para o avanço do projeto iluminista de conquista, pelo homem, do seu espaço e de si mesmo. Para ele, o mundo sintetizado em *bites* pode ser a única forma de reerguer o espaço humano, a medida que fracassa tal projeto iluminista.

5.2.1 Uma Aposta nas Tecnotopias

Se as intervenções do casal de artistas plásticos Christo e Jeanne-Claude reanimam a presença de grandes monumentos arquitetônicos, ao fazê-los “sumir” sob imensas peças de tecido, a hiperexposição, através da replicação virtual desses monumentos, antecipa o seu porvir de perda, como se os mesmos já estivessem a bordo da “arca de Noé” virtual, descrita por Jeudy. Provocar essa tensão intersubliminar foi o objetivo de um trabalho anterior (BRUNO, 2006), em que se produziu uma maquete virtual do Mercado Central de Pelotas (Figura 35).

Diante do simulacro apresentado, junto com os elogios à mímese digital surgiram reflexões a respeito de quais seriam as insuficiências do modelo digital, ou, afinal, porque o simulacro jamais poderia substituir a obra original? Daí surgiram as questões a respeito dos usos, limites e potencialidades dos estímulos sensoriais produzidos pelo homem, sob os mais variados e inconfessáveis fins, que estão por detrás do presente trabalho.

A proposição que se coloca aqui é a de que os fatores conjunturais expressos na nova *Era da Informação Digital*, favorecem a que os mercados públicos sejam preservados enquanto equipamentos de um sistema econômico e comercial que não se sustenta mais somente sobre as bases do consumo massificado, dos produtos fetichizados, da cultura do medo, do afastamento social, enfim, das estratégias de reificação humana, de uma moribunda *Era Industrial*.



FIGURA 35: Maquetes eletrônicas do Mercado Central e da antiga Praça do Mercado de Pelotas.
FONTE: BRUNO, 2006, p. 13.

Em oposição, desde a “aldeia global” antevista pelo filósofo canadense Marshall McLuhan, pelos idos de 1968, uma série de outras *tecnotopias* vêm se anunciando com crescente entusiasmo, como a *cibercultura* do filósofo tunisiano Pierre Levy (1999), Professor da Universidade de Sorbonne, França, e, mais recentemente, a “cauda longa”, do físico Chris Anderson (2006), editor-chefe da revista científica estadunidense *Wired*. A teoria

de Anderson se baseia num princípio bastante simples, que se encaixa perfeitamente à estratégia de preservação dos mercados públicos proposta aqui.

De acordo com o físico estadunidense a internet trouxe à tona algo que a Era Industrial teimava em querer esconder: as pessoas querem consumir produtos personalizados, exercer seu direito à autodeterminação, viver “fora da caixa”! O crescente sucesso das vendas *on line*, de produtos desenhados para poucos ou apenas um único consumidor motiva uma nova noção sobre “demanda de mercado”. As pessoas não estão apenas “comprando os mais vendidos”, e sim estão se permitindo fazer escolhas mais autônomas, em benefício de si mesmas e dos pequenos produtores, que fazem e vendem produtos “estritamente orientados”, a chamada “cauda longa” do mercado (Gráfico 1).



GRÁFICO 1: O fenômeno da “cauda longa” (*long tail*) do mercado. Há mais demanda de mercado para produtos menos populares do que na estreita faixa onde concorrem os mais populares.

FONTE: <www.thelongtail.com>. Acesso: 14 de setembro de 2010.

Segundo o sociólogo estadunidense Mike Davis, professor da University of California, o neoliberalismo econômico retirou tanto os mecanismos de amparo estatal quanto os meios de subsistência local de milhões de pessoas no mundo todo, o que fez com que a Organização das Nações Unidas (ONU) revisasse suas previsões para o crescimento futuro das favelas no mundo todo, estabelecendo uma nova taxa, de 66%, para a estimativa da população favelada em 2040. Além disso, a *Food and Agriculture Organization of the United Nations*²⁹ (FAO), monitora diariamente as oscilações dos preços dos alimentos no mundo e registra, atualmente, uma tendência de alta (Gráfico 2), o que faz o Diretor Geral Adjunto da instituição, Hafez Ghanem, recomendar que se “estudem fórmulas para fazer frente a uma maior volatilidade dos preços”, como “uma melhor regulação dos mercados, garantindo sua maior transparência”, conforme entrevista publicada no site da FAO, <www.fao.org>, no último dia 7 de setembro.

Diante dessas projeções, a economia popular solidária, mais do que uma forma de

²⁹ Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação.

luta neo-marxista, como pleiteavam alguns de seus maiores defensores nas primeiras edições do Fórum Social Mundial, no final da década de 1990, hoje é uma plataforma coerente com as recomendações da própria ONU, além de governos e ONG's dos mais variados matizes ideológicos, que compartilham a visão de um futuro sombrio para a economia mundial, caso o atual modelo concentrador de renda não abra espaço (e mercado) às tendências apontadas pela economia de “cauda longa”.

Esse “abrir espaço”, por sua vez, se refere a oferecer uma fatia do conjunto de oportunidades econômicas para as populações faveladas ou em situação de risco social. Um elemento primário dentre essas oportunidades é o direito à exploração econômica do próprio solo onde se pisa, rural ou urbano, para o que deve ser fértil, no primeiro caso, e atrativo, no segundo, onde se enquadra a reativação do modelo de abastecimento dos mercados públicos. A catástrofe *jeudiniana* já está aí, mas a memória social capaz de superá-la se esconde na invisibilidade de lugares marginalizados ao longo de décadas de abandono, como muitas vezes são os mercados públicos e as feiras livres.

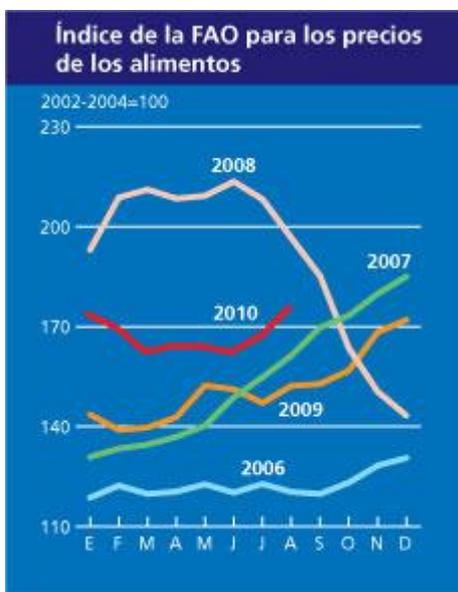


GRÁFICO 2: Tendência de alta nos preços dos alimentos.
 FONTE: <www.fao.org>. Acesso: 9 de setembro de 2010.

É claro que todo potencial de promover novas heteronomias e alteridades, vislumbradas pelos entusiastas da Era Digital já começa a ser minada pelas mesmas estratégias que engessaram as cidades reais. O consultor em *TI* dinamarquês Jakob Nielsen, celebrado pela mídia como o “guru da usabilidade” na rede mundial de computadores, tem numa de suas máximas a reificante (e, por consequência, pouco edificante) constatação de que “as pessoas desistem de navegar na rede quando encontram algo que não conhecem”. Na mesma linha, embora com intenções menos obscuras, o arquiteto catalão Josep Maria Montaner, professor da *Escuela de Arquitectura de Barcelona*, faz um diagnóstico crítico, segundo o qual a cibercultura seria composta por “*imágenes estereotipadas, símbolos de la sociedad del bienestar, en las que el individuo real y sensible ha desaparecido dentro del anonimato y la reproductibilidad de los medios de comunicación.*”

Ya no hay lugar para el sujeto auténtico y activo” (*La Estética del Consumo en la Arquitectura*. In: ZÁTONYI, 2006, p. 78).

No extremo oposto, que, contudo ainda parece ser uma aposta mais construtiva, entrincheiram-se os otimistas, como o Doutor em Ciência da Comunicação pela PUC/SP, Hernani Dimantas, que anuncia, em artigo à Edição n° 95 da Revista Cult, de 13 de maio de 2010, a ascensão de uma “economia colaborativa”, inspirada na rede mundial de computadores, onde “a colaboração virá a substituir o capital”, ou a ainda mais utópica “economia da gratuidade”, que Chris Anderson vem apontando como a mais nova tendência de mercado desde o início de 2010.

Para esse autor estadunidense a Banda paranaense de *tecnobrega* Calypso é um dos maiores exemplos do que a “economia da gratuidade” poderá fazer pelas pessoas. Ao abrir mão dos direitos autorais de suas músicas a banda permitiu que camelódromos, feiras e mercados públicos do país inteiro vendessem seus cd's, contrariando o argumento que coloca esses comerciantes numa condição de marginalidade. Em troca, os músicos ganharam uma popularidade instantânea e duradoura, que se sustenta pela comercialização de ingressos para *shows*, campanhas de *merchandising*, e venda de outros produtos agregados ao nome da banda, os chamados *gadgets*.

Dessa forma, pela primeira vez pós advento da sociedade consumo, a tendência mais promissora em termos da produção de novos objetos está na real adaptação às demandas do cliente, e não mais na reificante massificação das “necessidades” pessoais. Esse movimento se deve à avanços tecnológicos que, por um lado, gera consumidores mais bem informados e, por outro, disponibiliza métodos de produção mais flexíveis e “longos”, no sentido dado por Chris Anderson, ou seja, de maior alcance social. Nesse campo da produção de mercadorias, o designer, pedagogo e antropólogo do objeto Fernando Martín Juez, professor da *Universidad Nacional Autónoma de México*, é quem faz otimistas (e salutares) projeções:

La oposición clásica (como concepto) entre producción artesanal y producción industrial tiene que ser actualizada; puede y debe ser puesta al día, ya que de ella dependen los criterios de conservación y renovación, de lo apropiado y lo inadecuado, de cuáles son y cómo han de manufacturarse los objetos para la comunidad y usuario.

¿Cómo crear un objeto útil y comprensible que se amuele a nuestras características antropométricas, idiosincrasia y consensos comunitarios? Mi apreciación es que en el futuro sólo serán producidos masivamente los componentes mecánicos y electrónicos de los objetos, y el utensilio final, según la comunidad, será construido en series reducidas que incorporarán el azar en las variantes formales, así como la adaptación de la función y los usos para los usuarios específicos de esa comunidad; es decir, las partes y accesorios serán “industriales” y el objeto final será “artesanal”. Diseñar será entonces el resultado de nuevas síntesis de las más modernas y antiguas tecnologías, de las más avanzadas ideas y las más entrañables sabidurías. Los objetos, su apariencia, la manipulación y el uso, serán tan

singulares como usuarios singulares haya dispuestos a requerir un diseño.
(JUEZ, 2002, p. 44-45)

Mais de um século depois de o arquiteto inglês John Ruskin defender os métodos de produção artesanais em oposição ao avassalador avanço das tecnologias industriais de sua época (CHOAY, 2003, p. 125), o mesmo progresso tecnológico parece chegar a um nível de acumulação em que as condições para a realização de sua utopia não são apenas uma possibilidade, mas uma necessidade do momento atual, na linha do que adverte Félix Guattari:

A redefinição das relações entre o espaço construído, os territórios existenciais da humanidade (mas também da animalidade, das espécies vegetais, dos valores incorporais e dos sistemas maquímicos) tornar-se-á uma das principais questões da re-polarização política, que sucederá o desmoronamento do eixo esquerda-direita entre conservadores e progressistas. Não será mais apenas questão de qualidade de vida, mas do porvir da vida enquanto tal, em sua relação com a biosfera.

As revoluções informáticas, robóticas, telemáticas e o *engineering* biológico conduzem à criação de uma disponibilidade sempre maior das atividades humanas em detrimento do trabalho assalariado tradicional, à medida que a máquina assume as tarefas mais ingratas e repetitivas. Mais do que uma massa crescente de desempregados e assistidos pelo Estado, trata-se de saber se essa nova disponibilidade poderá ser convertida em atividades de produção de subjetividade individual e coletiva relativas ao corpo, ao espaço vivido, ao tempo, aos devires existenciais concernentes a paradigmas ético-estéticos. E desse ponto de vista, eu repito, as escolhas da arquitetura e do urbanismo se colocam com uma acuidade particular, em um cruzamento particularmente sensível [grifo meu]. (GUATTARI, 2008, p. 165)

Não é por outra razão que o também *expert* em *TI* Eric S. Raymond intitulou de *A Catedral e o Bazar* o ensaio apresentado por ele no *Linux Kongress* de maio de 1997, no qual ele compara os “sistemas proprietário”, análogo à catedrais, com os de “código aberto” (*open source*), análogo aos mercados árabes (bazares). Seu ensaio, em defesa do segundo modelo, carrega a reputação de ter mudado a estratégia comercial de grandes corporações, como a *Netscape*³⁰.

Não fosse o sentido dogmático com que Eric Raymond queria classificar o sistema moderno de produção e vendas, sua metáfora poderia ter se intitulado “O Supermercado e o Bazar”, tendo em vista as características do moderno sistema de vendas a varejo, verdadeira “Catedral do consumo”, como classifica aos supermercados o sociólogo chileno Tomás Moulian (2010), professor da *Pontificia Universidad Católica de Chile*.

Citando dois outros autores, Jean Chesneaux e Steven Marrone, Raquel Rennó

³⁰ O que, a bem da verdade, não é exatamente um exemplo muito promissor, pois a empresa, depois de ter criado um dos primeiros navegadores para a rede mundial de computadores, no início da década de 90, foi extinta em 2008, depois de ter sido comprada pela concorrente AOL.

descreve:

“Os supermercados seriam locais anônimos, serializados, capazes de acolher qualquer transeunte, independente de sua idiossincrasia. (...) Espaço impessoal, no qual o indivíduo se transforma em usuário, isto é, em alguém capaz de decodificar a inteligibilidade funcional da malha que o envolve.” [Chesneaux *apud* Rennó, 2006, p. 52].

(...) este consumidor “não põe em jogo a si mesmo na relação com o outro, não se confronta com um outro lugar que tende a transformá-lo (...), há um encontro com um outro, por assim dizer, domesticado, frequentável e, em suma, reconhecido.” São estes valores que o supermercado oferece, e que contrastam com a complexidade barroca dos mercados públicos. É a sedução óbvia gerada por meio da familiaridade. (MARRONE *apud* RENNÓ e RENNÓ, 2006, p. 53)

Se muitos desses teóricos *tecnopistas* possuem uma credibilidade científica questionável, posto que se apresentam como *ex-hackers* (o que é o caso de Eric Raymond) ou, na melhor das hipóteses, são analistas de software que se lançam no rentável terreno da *futurologia*, se forem buscadas bases mais sólidas para suas previsões também se encontrarão bons argumentos. Adorno e Horkheimer, na década 1940 já denunciavam a insuficiência dos meios de comunicação da época no sentido de promoverem uma emancipação dos sujeitos. As deficiências apontadas por eles, como a inexistência de um sistema de respostas à mensagem das rádios, e a clandestinidade das transmissões privadas, não se sustentariam no mundo da rede mundial de computadores.

La participación en tal industria de millones de personas impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos standard. El contraste técnico entre pocos centros de producción y una recepción difusa exigiría, por la fuerza de las cosas, una organización y una planificación por parte de los detentores. (...) Pero no se dice que el ambiente en el que la técnica conquista tanto poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad misma. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter forzado de la sociedad alienada de sí misma. (...) Ello no es causa de una ley de desarrollo de la técnica en cuanto tal, sino de su función en la economía actual. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual. El paso del teléfono a la radio ha separado claramente a las partes. El teléfono, liberal, dejaba aun al oyente la parte de sujeto. La radio, democrática, vuelve a todos por igual escuchas, para remitirlos autori-tariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones. No se ha desarrollado ningún sistema de respuesta y las transmisiones privadas son mantenidas en la clandestinidad. (ADORNO e HORKHEIMER, 2008, p. 34)

Por outro lado, as insuficiências dos meios de comunicação em substituir os deslocamentos físicos, sobretudo no caso das transações comerciais, onde até pouco tempo só a presença física garantiria padrões mínimos de confiabilidade, como argumentou o geógrafo Paul Claval na década de 1970, também podem ser tomadas como referência

para caracterizar as transformações trazidas pela Internet, nesse caso em especial, sobre as configurações urbanas, uma vez que, para ele:

A arquitetura espacial das sociedades está estreitamente ligada à tecnologia dos transportes, que condiciona o âmbito do fluxo de bens e de serviços que normalmente são trocados.

O espaço dificulta igualmente a transmissão de informações. A comunicação só se faz bem quando a filtragem ligada à codificação e decodificação das mensagens se reduz ao mínimo e não há perdas em linhas. É o caso da relação direta, frente a frente. Quando os participantes não se podem encontrar a qualidade da relação cai. (CLAVAL, 1979, p. 17)

Paul Claval ainda sugere que a escrita e o cinema haviam ajudado a diminuir os filtros sobre a comunicação, mas que ainda seria necessário mais para que, por exemplo, as transações comerciais pudessem ser estabelecidas à distância. Por fim, Claval (1979, p. 19) conclui que “as infra-estruturas de circulação e de comunicação provocam (...) uma diferenciação do espaço que dá a certas localizações vantagens sobre as outras, tornando-se fonte de desigualdade e de influência.” Para a arquiteta e economista Heliana Vargas a atividade comercial, durante todo o século XX, ao ver o espaço como barreira às suas pretensões sempre tratou de sobrepujá-lo, ignorando a noção de lugar. A escolha da melhor localização comercial para um super ou hipermercado se fazia unicamente sob uma matriz de levantamentos socioeconômicos e densidade populacional, as características do lugar ou a percepção que as populações tem a seu respeito seriam tratadas pelas retroescavadeiras, e não pelos executivos da empresa. Na visão de Vargas, o futuro estaria reservando um cenário ainda mais sóbrio:

Por sua vez, os avanços da tecnologia da informática trazem de volta o fantasma do comércio virtual, sem estabelecimentos, e inicia-se, timidamente, uma rediscussão do comércio como atividade social, preparando o ingresso no terceiro milênio.

A arquitetura do período (século XX) torna-se pobre, monótona e sem expressão, principalmente nas grandes lojas, super e hipermercados. A grande maioria dos shopping centers é semelhante, na forma e no conteúdo. As técnicas de vendas e as estratégias dos negócios são a força do seu sucesso que desprezam a importância do lugar. (...) As arcadas, por nascerem internamente às quadras, participaram da sua arquitetura. Os shopping centers nascem independentes, ignoram o lugar e marcam sua presença pela força do seu tamanho sem, no entanto, criar a diferença e o encantamento. (VARGAS, 2001, p. 269-270)

Por outro lado, o analista de software Silvio Meira, professor da Universidade Federal de Pernambuco, prevê o fim dos supermercados, dos arrasadores estacionamentos desses estabelecimentos e dos poluentes deslocamentos individuais rumo às compras, tudo isso graças à superação dos obstáculos à confiabilidade na comunicação. Segundo Meira o abastecimento alimentar, em breve, ocorrerá como um serviço de assinatura das empresas

de abastecimento, contratado pela Internet, onde listas de compras serão montadas, e pagas, ao gosto do cliente. Posteriormente os produtos seriam entregues a domicílio, em caixas e embalagens plásticas padronizadas, retornáveis a cada vinda do fornecedor. O fim da ditadura das embalagens e sacolas plásticas seria substituída por um controle digital dos padrões de vida e consumo de cada pessoa. Para Meira, os tempos vindouros não serão exatamente de liberalidade nas relações de troca, e sim de responsabilidades compartilhadas.

Se as soluções apontadas pelos tecnotopistas da atualidade irão impedir a consumação das sombrias previsões da Organização das Nações Unidas para o ano de 2040, somente o tempo poderá dizer. De antemão, o que se pode adiantar é que elas trazem a vantagem de correr a favor, e não contra, o ser humano, e sua incomparável capacidade de ser um ativo criador:

Chamem-na como quiserem; é o sentimento que temos de sermos os criadores de nossas intenções, de nossas decisões, de nossos atos e, por isso mesmo, de nossos hábitos, de nosso caráter, de nós mesmos. Artesãos de nossas vidas, até mesmo artistas quando queremos, trabalhamos continuamente na modelagem, com a matéria que nos é oferecida pelo passado e pelo presente, pela hereditariedade e pelas circunstâncias, de uma figura única, original, imprevisível, como a forma dada à argila pelo escultor. (BERGSON, 2006, p. 106)

Interessante observar, ainda, que a própria rede mundial de computadores sobrevive graças a relações (e interesses) comerciais. Deixando para trás o maniqueísmo reificante de outros tempos, o mercado, cada vez mais, recupera a função redentora que esteve presente em suas origens. O comércio se torna instrumento para colocar de novo o ser humano à *mercê* de si mesmo, através de seus avatares.

5.3 A REDENÇÃO DOS MERCADOS

Nem só do pragmatismo, político ou financeiro, de ocasião vivem os projetos de mercados. Sonhos e utopias também acompanham o pensamento de seus idealizadores ao longo da história. Como foi o caso do arquiteto florentino renascentista Antonio di Pietro Averlino, o *Filarete*, que projetou o mercado de sua cidade ideal, *Sforzinda*, no século XIII, com sistema completo de serviços, do abate de animais para a venda da carne à sociedade dos prazeres carnavais, com prostíbulo, tabernas e banhos. Ao redor do pátio interno, onde ocorreria a venda de frutas e verduras, além do tradicional peristilo de colunas, um canal com água corrente ajudaria a fazer a limpeza “automática” dos dejetos; e, ao centro, haveria uma Igreja. Os planos de *Sforzinda* fazem parte do *Trattato di Architettura*, de Filarete, e nunca chegaram a ser executados, embora talvez tenha inspirado intervenções em cidades

italianas em expansão na época, como Milão e Veneza.

Na virada do século foi a vez de Ebenezer Howard sonhar com um modelo ideal de espaço comercial, na sua utópica “cidade jardim”. Suas ideias de controle comunitário absoluto sobre esses espaços é o pesadelo dos economistas neo-liberais. Howard chega a sugerir que os comerciantes fossem uma espécie de “funcionários públicos” da municipalidade. Portanto, não só sua *Arcada* comercial pública seria o único espaço possível de mercadejar, como os próprios comerciantes também seriam, de certa forma, “públicos”, porém seu direito à exploração da atividade seria regulado pela aprovação ou rejeição comunitária, e não exatamente pela burocracia, nas palavras do autor, esses comerciantes “não estariam ligados à rotina oficial e teriam os direitos e poderes totais da iniciativa” (CHOAY e HOWARD *apud* CHOAY, 2003, p. 225-226).

Por fim, na década de 1930 se proliferaram por todos os Estados Unidos as chamadas *Market Farmers*, sendo a de Los Angeles a pioneira. Como reação à crise de 1929 esses equipamentos ajudaram a reduzir os custos com deslocamentos e controlar a especulação monetária dos estabelecimentos intermediários entre a fazenda e o consumidor.

Entretanto, o modelo das *Market Farmers* só se sustentaria plenamente em pequenas povoações. Como disse Paul Claval (1979, p. 15) “nas sociedades amplas e numerosas a situação é outra: o equilíbrio só é possível pela criação de instituições que autorizam a troca ampliada, limitam as tensões que dela resultam, mas levam em si a tentação do poder e necessitam a definição de arquiteturas complexas.” Poder e complexidade arquitetural não costumam resultar em soluções muito harmônicas, sobretudo no tocante à qualidade dos espaços urbanos:

Embora (...) o projeto do estabelecimento seja um fator importante na otimização dos negócios, a ênfase na administração e operação (que inclui publicidade e propaganda) ocorre em detrimento da qualidade arquitetônica e da sua inserção na cidade. Parece que mercado, aqui usado como população com poder de compra, e mercado como espaço físico perdem a sua relação umbilical. A cidade, como espaço físico, parece pouco se importar com o avanço do grande capital imobiliário e às vezes mercantil.

Esse capital, por sua vez, pode prescindir da cidade, pois as novas tecnologias e os meios sofisticados de comunicação e transporte podem criar e recriar as localizações necessárias ao seu pleno desenvolvimento. O espaço público do comércio torna-se privado. Reforçam-se os códigos de comportamento e indiretamente seleciona-se o público-alvo. (VARGAS, 2001, p. 269-270)

Diante de processos evolutivos tão longos e complexos é fácil, por outro lado, compreender porque o repentino advento dos modernos equipamentos de consumo urbano teve efeito tão avassalador sobre as cidades tradicionais, iniciando o caos urbano que compromete a qualidade de vida na maioria das grandes cidades mundiais. A concentração

do abastecimento dos recursos básicos de provimento à vida obriga as populações realizarem deslocamentos diários para os quais não foram previstas vias e meios de transporte. Por outro lado, grandes extensões urbanas ficaram restritas quase que totalmente ao uso residencial, sem equipamentos comerciais capazes de congregarem a comunidade local, como faziam os mercados públicos e comunitários:

O comércio desde muito convive com a idéia da diversidade, que é fundamental para a vida das cidades. Bairros inteiros construídos de uma só vez, com uma só função, como *dos shopping center* ou supermercados, impõem uma simplicidade sufocante, como um discurso unívoco, autoritário. erroneamente, devido à frequência com que estes estabelecimentos comerciais vêm surgindo nas cidades de todo o mundo, define-se toda forma de comércio a partir desses valores. Na verdade, estes modelos surgiram muito depois de outras formas tradicionais de troca, que se mesclavam com a própria história da cidade. (RENNÓ, 2006, p. 23)

Os mercados públicos são equipamentos urbanos mais próximos àquela “economia do dom”, que é tão útil ao princípio da “economia solidária”, como se verificou nas feiras de escambo, durante a crise argentina *del corralito*, ao final dos anos 1990, pois cada cidade é constituída por um delicado processo de acomodações sociais e econômicas que não podem ser inventadas da noite para o dia. Por outro lado, também não se deve imaginar que as cidades possam se resolver ao acaso, sem que hajam intervenções para fazê-las funcionar. Também em Buenos Aires é significativa a diferença entre a pobreza da metade sul, desprovida de mercados públicos desde sempre, e a pujança da metade norte, estrategicamente atendida por esses e outros equipamentos públicos, desde o século XIX, quando ainda não se sabia qual seria sua sorte futura. Desde a Roma antiga a história comprova que não há mão invisível do mercado pronta para fazer a cidade luzir, ao contrário, se as comunidades não se autodeterminarem serão esmagadas pelo “coturno invisível” do mercado.

A administração do espaço e sua divisão em domínios oferece assim uma via para limitar, na escala de cada cidade, (...) as coações que pesam sobre o indivíduo na nação moderna. A ordenação do espaço não é fundamentalmente um problema de estética, de proteção dos locais e de harmonia das paisagens. Sua significação é mais profunda: ao limitar estritamente as empresas sobre as quais as organizações exercem seu poder, ao oferecer espaços públicos onde são possíveis a vida e os encontros fora dos quadros institucionalizados [grifo meu], ao dar às famílias alojamentos onde podem escapar à pressão coletiva e às exigências do trabalho, restaura-se, na vida moderna, a parte de liberdade real que a proliferação das grandes organizações ameaça. (CLAVAL, 1979, p. 66)

O planejamento participativo, sempre lembrado como solução para muitos males da cidade atual, já não pode oferecer as mesmas garantias de outrora. Os mesmos

especuladores imobiliários transferem seus mecanismos de *lobby* de dentro dos gabinetes governamentais para as ruas, e seduzem a opinião pública com simulacros digitais de amplos estacionamentos, fachadas monumentais e fluxos controlados:

Modelo de antecipação dirigida, o hipermercado (sobretudo nos Estados Unidos) preexiste à aglomeração; é ele que provoca a aglomeração enquanto que o mercado tradicional estava no coração de uma cidade, local onde o campo e a cidade vinham conviver em conjunto. O hipermercado é a expressão de todo um modo de vida do qual desapareceram não apenas o campo mas também a cidade, para dar lugar à aglomeração. (BAUDRILLARD, 1991, p. 99)

Essa última dimensão conflituosa, entre as utopias urbanas e os simulacros comerciais, entre o mercado público e o hipermercado, é, enfim, o tema do último capítulo. Como se verá, não há redenção da autonomia humana que seja possível dentro dos lugares de comércio sem que os próprios valores inerentes à atividade comercial sejam superados. Em âmbito urbano-espacial isso significa planejar e projetar fora da lógica segundo a qual a melhor cidade é aquela que mais facilmente se consome. Ao invés disso, ambicionar a cidade que mais facilmente se reproduz, como um organismo vivo em busca da sua sobrevivência.

Assim como a melhor população biológica não surge da pura e simples eliminação (consumo) dos espécimes inadaptados a um dado momento, a preservação da mais ampla diversidade de células originais – sequências de “DNA urbano”, como os mercados públicos – é, também para as cidades, a melhor garantia de sobrevivência. Dessa metáfora biológica parte a última reflexão deste trabalho, com a qual se pretende sugerir, mais uma vez, que os mercados públicos preservam consigo não apenas uma antiga e ultrapassada forma de consumir *na cidade*, mas, sobretudo, uma promissora forma de produzir e consumir *a cidade*.

6. O MERCADO E A CIDADE

O arquiteto Lineu Castello, professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com base em seus mais de 20 anos de leitura e investigação científica sobre a percepção de lugar, problematiza a ideia de “não-lugar”, elaborada pelo antropólogo francês Marc Augé. Para Castello (2007, p. 7) “os novos lugares criados nas cidades da virada do milênio (aos quais me refiro como ‘lugares de clonagem’) podem se tornar lugares detentores da qualidade entendida como ‘urbanidade’”. Ao contrário do autor francês, que destaca, dentro do mesmo processo, a desconstituição de ambientes favoráveis à produção de experiências existenciais gratificantes, ou seja, “não lugares”.

Lineu Castello cunha a expressão “lugar de clonagem” para designar as criações urbanístico-arquitetônicas (*placemakings*) mais bem aceitas pela opinião dos mais amplos espectros da sociedade onde estão inseridas. Por isso mesmo esses “lugares criados” merecem ser reproduzidos (semeados ou, na expressão do próprio autor, “clonados”) mundo afora, qual produtos comerciais, inclusive acompanhados de estratégias de divulgação comercial, chamadas *placemarketing*. O trabalho de Lineu Castello traz uma série dados e reflexões importantes para uma análise fecunda dos lugares de comércio, dentre o quais os mercados públicos. Não é possível, porém, compartilhar o conhecimento acumulado e exposto em seu livro *A percepção de lugar*, sem antes problematizar suas categorias de análise.

Inicialmente, a ideia de “clonagem”, como metáfora biotecnológica aplicada ao campo da arquitetura-urbanismo, conforme proposto por Lineu Castello, apesar da boa intenção demonstrada em argumentos como “A clonagem biotecnológica pode criar vida; a clonagem arquitetônico-urbanística pode criar lugares onde viver a vida” (CASTELLLO, 2007, p. 199), o próprio autor adverte que “como no seu correspondente do mundo biotecnológico, também a clonagem no reino da arquitetura-urbanismo ganharia conotações de natureza ética, além de técnica.” (Idem, p. 200). De fato, assim como na biotecnologia, o termo “clonagem”, aplicado à arquitetura-urbanismo, traz consigo a proposta de fazer um “melhoramento genético” das cidades, clonando os melhores “espécimes” de lugares. Porém, assim como na biologia, a clonagem pode reduzir a “biodiversidade” urbana, tornando as cidades mais vulneráveis ao ataque das “pragas” que, invariavelmente, atacam os sistemas do organismo mundial.

Mesmo no campo da biologia a clonagem só é admitida no caso de melhoramento da produtividade animal, para aprimorar o controle da rentabilidade comercial dos rebanhos: uma analogia pouco atraente aos princípios de *heterotopia* defendidos por Castello. De fato, seu par oposto, a *privatopia*, muitas vezes se confunde com uma verdadeira eugenia racial, como no caso dos *NIMBYs* estadunidenses, que são movimentos sociais destinados a

“defender” o domínio de uma porção territorial, contra a entrada de pessoas e comportamentos não aprovados pela comunidade local.

No extremo, pode-se dizer que toda *privatopia*, assim como no caso dos *NIMBYs*, resguarda um princípio ideológico xenófobo, fascista, eugenista. Se para Pierre Jeudy os relatos de ficção científica sugerem que “a preservação patrimonial teria como finalidade secreta preparar-nos para situações pós-catastróficas” (JEUDY, 2005, p. 17), o filme *Os meninos do Brasil*, em que clones do ditador alemão Adolf Hitler são produzidos pelo médico nazista Josef Mengele, revelam o quanto a preservação sob um princípio eugenista pode ser, ela mesma, catastrófica.

6.1 O CASO ARGENTINO

Uma *topoeugenia* traz consigo os mesmos riscos do fenômeno representado pela ficção cinematográfica, com a diferença de ser tentada com frequência no mundo real. Buenos Aires, por exemplo, clonou um “cromossomo” de *shopping center* no DNA de seu *Mercado de Abasto Provedor*, a fim de salvar sua “genética” mal adaptada ao clima econômico de um mundo globalizado, que despontava no início dos anos 1990. A criatura mutante que nasceu daí, no coração do até então pitoresco Bairro de Almagro, espantou alguns dos habitantes tradicionais, num processo de gentrificação urbana criticado até os dias atuais.

Além disso, algumas anomalias físicas podem ser registradas, como uma rodagigante que se encaixa à curvatura do imenso teto abobadado, verdadeira jóia arquitetônica da década de 1920, projetada pelo engenheiro José Luis Delpini. O “implante” da roda gigante segue mais um impulso “erótico” do que uma sensibilidade estética, algo como a mulher de três seios (Figura 36) do filme *Total Recall*. Afinal, todos sabem que a manipulação genética tem dessas coisas...



FIGURA 36: *Pornocenografia* arquitetônica *kitsch* no interior do *Shopping Abasto*.

Por outro lado, a preservação biológica de células-tronco embrionárias para a recuperação de tecidos danificados na vida adulta oferece uma analogia muito mais interessante, tanto para a medicina, como para a arquitetura urbanística e, ainda mais, para o patrimônio cultural das cidades. É claro que a conservação *criogênica* de *células-tronco urbanas* também não é a melhor alternativa para os centros históricos, ao menos nos casos em que a vitalidade desses lugares pode ser mantida animada, sem comprometer a integridade física do material *genético*.

Um bom exemplo pode ser as feiras de Buenos Aires. Entre 1999 e 2002 a Argentina enfrentou uma verdadeira catástrofe econômica e política que abalou as instituições do país. Descapitalizada, após a malfadada política econômica do presidente Fernando de la Rúa, a população teve que, em muitos casos, se organizar e “reinventar” o sistema produtivo do país. Naquele momento, a reativação dos tradicionais mecanismos de produção e circulação de mercadorias, bem como a reapropriação dos lugares necessários ao seu funcionamento, foi a estratégia traçada nas *asambleas populares* (OUVIÑA, 2004, p. 90).

Este movimento político comunitário, de matiz anarco-socialista, germinou em praticamente todos os bairros da capital argentina, sobretudo a partir de 2001, e logo em seguida foi “clonado” nas principais cidades do interior do país. Organizou e ampliou as tradicionais feiras de artesãos e manualistas, nas praças e parques públicos de Buenos Aires, garantindo o sustento de diversas famílias, mesmo após transcorrida a pior fase da crise argentina, permanecendo até os dias atuais. As tentativas de regularizá-las sempre resultam em novas transgressões, de modo que a relação entre os artesãos e manualistas com o poder público é definida por pactos de tolerância, freqüentemente desrespeitados por ambas as partes (ROTMANN *In: Artesanías de América*, 2001, p 64-65). A revelia do sucesso que fazem junto a turistas e moradores locais, não é incomum presenciar cenas de truculência policial, por exemplo, no desarme da Feira de San Telmo, ao final das tardes de domingo.

Da mesma forma a reapropriação comunitária do Mercado Bonpland segue também um histórico de resistência e organização popular. Até ser ocupado pela população local e servir como sede das reuniões da *Asamblea Popular de Palermo Viejo*, em 2001, o mercado construído pelo Intendente Torcuato de Alvear, em 1914 (Figura 37), estava passando por um processo de abandono e iminente privatização, por parte do seu proprietário e controlador, a Intendência da *Ciudad Autónoma* de Buenos Aires. Liderados, dentre outros, pela arquiteta e moradora local Ines Fernandez, a comunidade vecinal de *Palermo Viejo* reivindicou a manutenção e administração comunitária de seu velho Mercado.



FIGURA 37: Inauguração do Mercado Bonpland, em 1914.
FONTE: *Museo de la Ciudad* de Buenos Aires, Argentina.

Além de organizar marchas até a Praça de Maio, para juntar a comunidade do bairro aos demais “piqueteiros” de cada reivindicação em comum, o Mercado Bonpland defende o princípio da economia solidária, vendendo produtos originários de outros elos da cadeia produtiva insurgente, como das “fábricas recuperadas” e assentamentos agrícolas, além de outras cooperativas igualmente engajadas em projetos sociais, desde ecoagricultores imigrantes até tecelãs ex-detentas.

Bonpland é o único antigo mercado público reconhecido como patrimônio histórico de Buenos Aires, que já teve mais de 40 e hoje ainda possui pelo menos outros 10 necessitando o mesmo reconhecimento. Em Palermo o tombamento não veio à toa, nem de graça: de acordo com relatos dos líderes do movimento, em todas as fases do processo a reivindicação enfrentou objeções e ingerências do poder municipal. Em 2004 finalmente o prédio recebe o reconhecimento histórico das autoridades locais, registrada com a fixação de uma placa de bronze na fachada. Apenas quatro anos depois, a pretexto de executar as obras de reforma do prédio a placa é retirada e, alguns meses depois, após remover revestimentos, detalhes ornamentais e todo o mobiliário do interior do prédio a obra é dada como encerrada, sem a reposição da placa. Para a *Asamblea Popular de Palermo Viejo* a intenção era clara: preparar o mercado para uma nova tentativa de privatização. A seqüência é uma nova reocupação e pressão sobre as autoridades, mobilização que provavelmente eles não esperavam, pois em 2008 o Bonpland já não era mais o centro comunitário de resistência à crise do *Corralito*, de alguns anos antes.

Pressionada, a Intendência retoma as obras no interior do prédio, construindo

novas instalações para as bancas e, em 2009 finalmente recoloca a placa de bronze que registra o tombamento do Mercado. Na cerimônia de descerramento a polícia se faz presente, tentando executar ordens de encerrar o evento (Figura 38), no que foi entendido pelos moradores como uma última tentativa de impedir a apropriação comunitária do lugar.



FIGURA 38: Cerimônia de descerramento da placa alusiva ao tombamento do Mercado Bonpland.

Por detrás da trajetória de disputas em torno do Mercado Bonpland transparecem interesses de redes supermercadistas; a divisão dos moradores do bairro após o pior período da crise argentina, com a conseqüente aversão da burguesia local ao núcleo *anarco-cooperativista* que se formava; uma expectativa negativa quanto à privatização do lugar, alimentada pelo efeito resultante em outros mercados, como o próprio Abasto, já comentado anteriormente, e o Ciudad de Buenos Aires, vendido para a rede de supermercados *Coto* (Figura 38).



FIGURA 39: Antigo Mercado Ciudad de Buenos Aires. Ex-Shopping Spinetto e atual Supermercado Coto.

Além disso, os fenômenos político-sociais da nação vizinha reconhecidamente se revestem de um teor passionai incomum no Brasil (FAUSTO e DEVOTO, 2005, p. 26), o que pode ser usado a favor de análises comparativas, pois os casos estudados lá expõem texturas que, apesar de se repetirem aqui, muitas vezes são “anistiadas” da memória local. Dessa forma, a Praça de Maio, pequeno ponto para onde parecem convergir todas as rotas, não só de Buenos Aires, como de toda nação Argentina, funciona como observatório microscópico de muitas tensões sociais comuns ao restante da América Latina.

Diante de crises de sub-aproveitamento dos meios de produção, com excesso de mão de obra parada, terras improdutivas, indústrias abandonadas e/ou comércio inoperante a Argentina demonstrou que é sempre bom ter “células-tronco” embrionárias à disposição, para recuperar, por “clonagem”, como sugere Castello, as frágeis tessituras danificadas do organismo econômico global. Os mercados públicos e as feiras livres formam boas amostras desse “material genético” original, ainda preservados no meio urbano.

Conforme foi constatado, apesar da economia formal argentina caber dentro da economia subterrânea brasileira, a mendicância por lá é rara, justamente porque na ausência de oportunidades “formais” há mercado para muitas atividades francas³¹, que por isso mesmo nem sempre se somam ao PIB do país. Há, além disso, bloqueios comunitários à instalação de grandes centros comerciais, como o movimento de resistência à construção de um Shopping Center no Bairro de Caballito. O urbanista francês André-Marie Bourlon, responsável por muitas experiências de revitalização urbana no mundo todo, diagnosticou, em seminário proferido na FADU³², que se Buenos Aires tivesse o padrão de abastecimento das grandes cidades brasileiras o sistema de tráfego da capital argentina já teria entrado em colapso.

Mesmo tendo sido fechados a força, na passagem das décadas de 1970 para 1980, os mercados públicos portenhos deixaram o legado do pequeno comércio local, que hoje predomina na cidade. Da mesma forma, alguns daqueles pequenos mercados vão sendo reabertos, como o *Centenera*, no bairro de mesmo nome, e *Uriarte*, em *Villa Crespo* (Figura 40), além do já mencionado Bonpland e muitos outros. Já no Brasil os mercados públicos foram se deteriorando a partir do momento em que passaram a competir com os supermercados, com destaque para os incêndios nas décadas de 1960, que quase riscou do mapa o Mercado Central de Pelotas, assim como ocorreu em Salvador (BA).

Talvez por não ter sido oficialmente truculenta, a substituição dos mercados

³¹ Atente-se para o fato de que não se tratam de atividades “informais”. No Brasil, a escassez de atividades isentas de tributação não permite a geração de um ramo regular de mercado “franco”, ficando, jogando tanto pequenas manufaturas quanto piratas na mesma vala comum da informalidade.

³² Seminário *Proyecto y Gestión Urbana en Buenos Aires*, promovido pela *Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo* da *Universidad de Buenos Aires*, em agosto de 2009.

públicos por super e hipermercados não sofreu resistências comunitárias como na Argentina, e hoje cada brasileiro economicamente ativo não perde menos do que três horas semanais dentro desses estabelecimentos, por semana, em média.



FIGURA 40: Mercados *Uriarte* (à esquerda) e *Centenera* (à direita), em Buenos Aires.

6.2 CONDIÇÕES PARA A SOBREVIVÊNCIA

Porém, para manter vivas essas preciosas células é necessário integrá-las em um corpo animado, como aquela orelha humana que cientistas enxertaram nas costas de um camundongo (Figura 41). Para tanto é necessário que o sistema imunológico e a própria consciência de si do camundongo não as expulsa como partes de um corpo estranho, ou seja, é necessário conquistar, no mínimo, a convivência do camundongo (no caso daquela experiência o camundongo não sobreviveu).



FIGURA 41: Implante de orelha humana nas costas de um camundongo.
FONTE: <www.comciencia.br>. Acesso: Agosto de 2010.

Sendo as células tronco da orelha os antigos mercados públicos, o camundongo, por sua vez, seria o casco urbano das cidades, resta a orelha enxertada ser aceita pelas funções do sistema imunológico, que corresponderiam aos mecanismos de infra-estrutura, controle e planejamento urbano. Por fim, é preciso que a própria consciência irracional desse animal esteja de acordo com o implante, ou seja, o mercado deve estar aderido à memória social da cidade, bem como, é necessário que a orelha sobre as costas do

camundongo seja uma marca coerente, tanto para o animal como para quem o vê de fora, ou seja, o antigo mercado público deve agregar uma marca coerente com a imagem da cidade.

Portanto, a preservação dos mercados públicos, pelo mais necessária que seja do ponto de vista estratégico, o que já foi verificado pelos exemplos portenhos, para que aconteça como um dos fenômenos de clonagem preconizados por Lineu Castello, exige um triplo desafio:

- I. Conquistar a adesão à memória social da cidade,
- II. Contribuir com a sua (auto-)imagem, e
- III. Estar de acordo com as funções e propósitos da cidade.

Lineu Castello define esse triplo condicionamento nos termos de suas três categorias de análise essenciais, respectivamente:

I. Memória:

Lineu Castello é categórico ao afirmar que “o lugar mais significativo na cidade de hoje é o lugar que apresenta conotações com a memória coletiva da cidade. Algumas vezes chamada de memória cultural, a memória das cidades é inextricavelmente conectada aos fundamentos da cidade – aos elementos constitutivos do casco fundacional, a partir do qual evoluiu toda a aglomeração urbana”.

Note-se, portanto, que, apesar do campo de onde fala o autor não ser a historiografia, nem a arqueologia ou antropologia em específico, e sim o que ele próprio sintetiza em *arquitetura-urbanismo*, o destaque dado por ele à questão da memória, colocando-a como a mais importante condição para a promoção de experiências existenciais gratificantes, sugere o grande potencial a ser explorado nesse tema em específico.

II. Aura:

A aura de um lugar é, em resumo, toda marca que o antecede, seja antes de ser construído, como nos casos de condicionantes e virtudes naturais do sítio onde a intervenção humana irá ocorrer, ou antes de ser apropriado efetivamente, no caso das sensações transmitidas ao recém chegado. A aura seria, assim, o conjunto das qualidades que os usuários de um espaço imaginam haver nele, para além do que é visível ou nominável.

III. Pluralidade:

...tem a ver com o potencial que o espaço contém para trocas sociais, com as oportunidades que oferece para experiências pluriculturais, entendidas estas como fundamentadas nos contatos eventuais, nas descobertas das diferenças, nas confrontações com “outros” grupos sociais e culturais além do “nosso” (...), abrindo, entre outras possibilidades, uma compreensão social mútua no ambiente urbano através da troca de informações. (CASTELLO, 2007, p. 162)

As categorias de Lineu Castello referem-se à qualidade emanante dos seu lugares de clonagem (estímulos a serem percebidos). Do ponto de vista das atitudes humanas que se projetam sobre esses lugares (percepções estimuladas), propõe-se, respectivamente, as categorias de apropriação, domínio e controle do espaço, pois:

A memória gera apropriação do espaço: se individual, a apropriação será privada; se social, pública; se compartilhada, semipública ou semiprivada.

Domina o espaço quem captura o caráter da sua aura, e/ou para quem ela se dirige.

Controla quem detém a incumbência de acordar quais as funções e propósitos prioritários para cada zona da cidade. Pode ser alguém, alguns, ninguém ou, utopicamente, todo mundo, ou seja, diferentes esferas de pluralidade.

6.2.1 Os Controles da Pluralidade

Esse conjunto de qualidades e atitudes gera os estímulos e percepções necessários para que um lugar detenha a vocação de promover o que Lineu Castello (Idem, p. 303) denomina “experiências existenciais gratificantes”, objetivo final da obra arquitetônica. Afinal, “¿qué es si no la arquitectura una ‘mirada de mundo’, un ‘desde donde mostrar’ con su hacer, una determinada forma de ser?” (YORY, s/d, p. 47). Portanto, ao arquiteto cabe decidir, por “su mirada y hacer”, a promoção de uma norma existencial, de uma realidade.

Porém, como definir essas “experiências existenciais gratificantes” sem ser reducionista? O que pode ser entendido como tal sem incorrer numa postura autoritária? A priori, o inventário dessas tais experiências existenciais deveria ser tão extenso quanto a variedade de personalidades e estados de espírito que se pode encontrar, dentro do que é aceitável pelas normas pactuadas entre os homens, bem como dos tipos físicos que os corpos dessas mesmas pessoas podem apresentar, sob igualmente diversas condições de fazê-lo, uma vez que:

El ser de la ciudad está basado en la presencia y coexistencia de la diversidad de personas, de comunidades, de actividades y de culturas que establecen entre sí relaciones de cooperación y complementariedad. La organización social tiene un reflejo directo en la estructura física de la ciudad. Las instituciones sociales se manifiestan externamente con edificios y configuraciones espaciales. A través de la morfología y tipología de las ciudades en la historia leemos el carácter democrático o carácter impositivo del gobierno de estas ciudades. (TRACHANA, 2008, p. 9)

Esta é uma questão chave na arquitetura urbanística, que incomoda o crítico de

arquitetura australiano Gary Stevens (2003, p. 23), levando-o a declarar que “não só os arquitetos são seres pouco sociais como pouco sociais são suas teorias”. No entanto, com ou sem “boas teorias sociais”, arquitetos continuarão a ser chamados para interpretar problemas e propor soluções no âmbito de suas atribuições. Os limites de sua atuação continuarão sendo determinados muito mais pelas cláusulas contratuais acordadas com o cliente do que pela sua vontade³³. Ainda assim, espera-se que a formação dos profissionais arquitetos os tenha instruído com as melhores técnicas e princípios projetuais, disponíveis em extensa bibliografia, os quais, devidamente aplicados, orientarão suas decisões. No dizer de Félix Guattari:

A complexidade da posição do arquiteto e do urbanista é extrema mas apaixonante. Desde que eles levem em conta suas responsabilidades estéticas, éticas e políticas. Imersos no seio do consenso da cidade democrática, cabe-lhes pilotar, por seu projeto (*dessin*) e sua intenção (*dessein*), decisivas bifurcações do destino da cidade subjetiva. Ou a humanidade, através deles, reinventará seu devir urbano, ou será condenada a perecer sob o peso do seu próprio imobilismo, que ameaça atualmente torná-la impotente face aos extraordinários desafios com os quais a história a confronta. (GUATTARI, 2008, p. 178)

Para além das razões econômico-estruturalistas, segundo as quais as cidades da Revolução Comunal surgem junto com a divisão do trabalho e o câmbio comercial dos excedentes de produção, propõe-se aqui que o comércio nessas cidades surge, também, em obediência a um princípio de economia política.

Se os tratados de guerra, desde o Império Romano, já previam a localização centralizada dos mercados dentro dos acampamentos e praças de guerra, não era para favorecer sua eficiência, pois o sucesso da atividade comercial, num contexto de guerra, não é exatamente a prioridade dos generais. Nas palavras de Maquiavel, o acampamento militar deveria funcionar como “uma cidade ambulante” (MAQUIAVEL, 2009, p. 165). A centralidade dos mercados, naquele cenário original, favoreceria uma necessidade de controle social e promoção da unidade militar. Sua localização, ao lado do alojamento do capitão, demonstra essa intenção.

Portanto, assim como cobra o convívio plural para funcionar, o comércio pode ser usado como instrumento de controle social, determinando os limites de tal pluralidade. Da mesma forma que um inimigo infiltrado ou um desertor em potencial poderia ser facilmente identificado pelo comando militar, durante suas inevitáveis idas e vindas ao mercado, os padrões de comportamento podem ser aprovados ou reprovados dentro dos lugares de comércio.

³³ De sua parte os arquitetos invocam o direito dos artistas à criação. Eles desejam, como seus predecessores, marcar o espaço urbano: não querem ser relados para fora dos muros, ou condenados, nas cidades históricas, ao pastiche. (...) Os proprietários, por sua vez, reivindicam o direito de dispor livremente de seus bens para deles tirar o prazer ou o proveito que bem entendem. (CHOAY, 2001, p. 16).

6.2.2 Os Domínios da Aura

Modelos de análise também se fazem necessários para descrever e captar o que, exatamente, investe aura a um lugar. No meio urbano, as expectativas adiantadas pelas campanhas de *marketing* e sua satisfação quando da chegada ao lugar anunciado são um forte fator de produção da sua aura / marca, especialmente nos equipamentos comerciais.

A partir daí é possível problematizar o sugerido sucesso da aura produzida para os lugares de clonagem: como saber se a satisfação com a aura do lugar é real ou é somente a manifestação do comportamento condicionado pelas estratégias de *marketing* comercial? Afinal, “o capital cria produtos para os consumidores e consumidores para os produtos” (MARX, 1999, p. 33), enquanto “a arquitetura finge produzir o mundo que a consome”³⁴. Indo um pouco mais além, Juez (2002, p. 73) sugere que “*No sólo estamos sujetos al objeto; lo estamos a los propósitos políticos adheridos a los objetos.*”

Em oposição, a aposta na autodeterminação vem da antropóloga Diana Lima (2010, p. 8), para quem “Levar a sério o consumidor, essa figura moderna inescapável, significa se locomover da visão catastrófica que enxerga vítimas nos sujeitos modernos e futilidades em seus cenários e figurinos”. Da mesma forma, nem toda aura de lugar, inventada para fazê-lo “luzir, como se fosse encantado” (MARX, s/d, p. 12) atinge seu intento, e ele nem sempre é necessária ou intencionalmente maniqueísta. A Doutora em Literatura Comparada Beatriz Jaguaribe, professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, relativiza o sentido de reificação capitalista da realidade nos dias atuais, sem abandonar o horizonte crítico do conceito:

Embora não negligencie que os mecanismos de circulação, inserção e vendagem de imagens, narrativas e notícias estão fortemente controlados por interesses econômicos e atrelados à manutenção do *status quo*, enfatizo a premissa de que nenhum sistema é totalizante. Nem os mass media são homogeneamente iguais, nem os públicos receptores são idênticos, nem as instituições são impermeáveis ao escrutínio, nem os imaginários sucumbem inteiramente à cultura do espetáculo. Que a lógica da cultura do espetáculo permeie o social não significa que a imagem tornada realidade cancele agenciamentos. (JAGUARIBE, 2007, p. 40-41)

As críticas baseadas no sólido axioma marxiano também parecem “se esvanecer no ar”, como preconizava o próprio Marx, em sua célebre frase do Manifesto Comunista, com a qual encerrava uma síntese do fenômeno capitalista de reificação da realidade. Esvanecer, nos dias de hoje, não implica a perda da materialidade, como se verá a seguir, mas sim de sua solidez.

É necessário reconhecer que muitas dessas “auras reificadas para enfeitiçar

³⁴ Luis Fernández-Galiano *apud* Nicolás Fratarelli, *In*: <www.revistacontratiempo.com.ar/mercancia>.

produtos e lugares” acabam por produzir mudanças reais que podem ser entendidas como positivas. Uma cidade com menos *brownfields*³⁵ de fato pode melhorar a auto-estima, o nível de ocupação e a qualidade de vida das pessoas. No entanto, essas pessoas precisam acreditar que a melhora não é circunstancial, não é apenas uma imagem de marca, porque, segundo um princípio que parece bastante razoável, o que é bom deveria permanecer, e não se esfacelar diante da próxima contratendência de mercado. É também por esse medo da efemeridade que as sociedades cultivam seu apego à memória.

...o monumento é uma defesa contra o traumatismo da existência, um dispositivo de segurança. O monumento assegura, acalma, tranquiliza, conjurando o ser do tempo. Ele constitui uma garantia das origens e dissipa a inquietação gerada pela incerteza dos começos. Desafio à entropia, à ação dissolvente que o tempo exerce sobre todas as coisas naturais e artificiais, ele tenta combater a angústia da morte e do aniquilamento. (CHOAY, 2001, p. 18)

Com isso, chega-se à última e mais importante condição para a sobrevivência, reprodução e desenvolvimento de todo o sistema de objetos culturais criado pelo homem: sua memória.

6.2.3 As Apropriações da Memória

Apesar de não ter sido o foco daquele seu trabalho, ao apresentar as razões fundamentais pelas quais julga importante estudar a história da evolução urbana, o arquiteto Günter Weymer, professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, faz um precioso diagnóstico daquilo que Jean Lyotard e David Harvey chamaram “condição pós-moderna”:

(...) Cada fato é reduzido a um evento. O presente é uma sucessão de eventos onde o importante é o evento e não a sucessão. Por isto não temos história. Nem nos interessa ter. Cada evento é um fato em si e não uma consequência de outros anteriores. Por isto mesmo, não gera efeitos. Eis a infusão que propicia uma gratuita sucessão de modismos. Baste que algum excêntrico dos países centrais invente uma nova moda, que a adotamos, de preferência, antes que seja divulgada em seus países de origem: nos sentimos compelidos a sermos atuais, modernos e dinâmicos. Por isto vivemos num permanente estado de excitação e deslumbramento. Mal um modismo arquitetônico foi criado, para que venhamos a encetar todos os esforços para colocar nossos prédios abaixo com o fim de abrir um espaço para realizar uma edificação com os últimos requifes da moda. (WEYMER, 2004, p. 8-9)

Nos termos apresentados por Günter Weymer, uma apropriação consciente do passado seria um antídoto à “ucronia do tempo e ubiqüidade do espaço” (FERRARA, 2007, p. 28) que caracterizaria o mundo atual, segundo avaliação da linguista Lucrécia D'Alessio

³⁵ Instalações industriais e comerciais abandonadas, ociosas ou subutilizadas cuja expansão ou revitalização é complicada por contaminações ambientais reais ou percebidas.

Ferrara, professora da USP. A idéia não é nova: um sentido existencial associado à memória resplandece no Século XIX com o projeto filosófico de Henri Bergson. Para esse filósofo francês o momento presente é apenas um ato sensório-motor, afora isso toda percepção do momento presente já é memória (BERGSON, s/d, p. 123).

É neste sentido, de estímulo à percepção existenciadora, que Castello (1991, p. 237) insere a categoria “memória” enquanto uma qualidade essencial dos lugares que promovem uma experiência existencial gratificante: “A memória cultural de uma cidade é um dos fatores mais fortes para decidir quais edifícios locais irão se mover além de sua condição de meros espaços, para serem alçados ao status de um lugar verdadeiramente notável.” Por ser uma “máquina de guerra” contra a reificação mercadológica da realidade a memória, destarte, não deveria ser explorada como mercadoria, alienada da realidade, fetichizada e reificada como um bem de consumo (CHOAY, 2001, p. 228). No entanto, muitas vezes o é.

O crítico literário Andreas Huyssen, usando, como exemplo desta problemática, a exploração cinematográfica da memória do Holocausto Judeu, apresenta um caminho para sua dissipação que vai ao encontro daquele usado por Beatriz Jaguaribe quando se referia à imagem das cidades:

Mas mesmo se o Holocausto tem sido mercadorizado interminavelmente, isto não significa que toda e qualquer mercadorização inevitavelmente banalize-o como evento histórico. Não há nenhum espaço puro fora da cultura da mercadoria, por mais que possamos desejar um tal espaço. Depende muito, portanto, das estratégias específicas de representação e de mercadorização e do contexto no qual elas são representadas. (HUYSEN, 2000, p. 21)

Como já foi sugerido antes, as idéias marxistas de alienação da produção e fetichização reificante das mercadorias não formam um axioma intransponível. Fetichização dos objetos subsiste desde os ancestrais ritos de oferenda aos deuses, como sugere Marcel Mauss. A industrialização deste processo, para além de uma operação de “filtragem e engarrafamento [do mundo real] que implica na eliminação do desagradável, da tragédia, do tempo e da culpabilidade” (ROWE & KOETTER *apud* CASTELLO, 1991, p. 239), pode vir sim, acompanhada de conteúdo.

Por outro lado, manter-se inerte, negar-se à atitude existenciadora de agir sobre a matéria, para produzir o tempo presente, conforme preconizado por Bergson, é que se constituiria num erro. Na contramão de uma hipótese de inescapável alienação mercadológica, justamente “o que toda sociedade procura, ao continuar a produzir e reproduzir, é ressuscitar o real que lhe escapa” (BAUDRILLARD, 1991, p. 34). Na mesma linha, acrescentaria Lineu Castello (2007, p. 38): “Os riscos, embora reais, devem ser

enfrentados e não devem obstaculizar uma estratégia que pode oferecer mais acertos do que erros. A alternativa – a desgastante inércia de um purismo paralisante – esta sim, deve ser transposta.”

Voltando-se diretamente para a postura dos arquitetos, uma última provocação pode ser encontrada nas palavras do psiquiatra francês Félix Guattari:

O mundo não muda mais de dez em dez anos, mas de ano em ano. Nesse contexto, a programação arquitetural e urbanística parece caminhar a passos de dinossauro. Assim um arquiteto escrupuloso seria condenado a permanecer de braços cruzados face à complexidade das questões que o assolam? (GUATTARI, 2008, p. 159)

O espaço dos *shoppings centers* e, principalmente, dos super e hipermercados, apesar de toda aparente atratividade, não fossem as insistentes campanhas de marketing, combinadas à simples e pura necessidade de consumo, revelariam os verdadeiros espaços sociofugos que são. Mesmo tentando agregar valores e memórias da comunidade local, instalando-se em locais estratégicos, balisando-se em infundáveis levantamentos de opinião pública, esses aparelhos de consumo só conseguem satisfazer o gosto dos usuários segundo critérios funcionais, como segurança, acessibilidade, abrigo, dentre outras ditas “facilidades”. O fluxo de pessoas rumo a esses estabelecimentos comerciais está muito mais relacionado à ausência dessas “facilidades” no espaço público ou semipúblico do que a sua real capacidade de promover estímulos sensoriais gratificantes. Na avaliação de Félix Guattari:

(...) no supermercado não há mais tempo de tagarelar para apreciar a qualidade de um produto nem de pechinchar para fixar seu preço justo. A informação necessária e suficiente evacuou as dimensões existenciais da expressão. Não estamos mais lá para existir, mas para realizar nosso dever de consumidor. (GUATTARI, 2008, p.113-114)

Mesmo assim, a evolução arquitetônica mais óbvia para os mercados públicos é sua reconversão em estabelecimentos comerciais modernos. Se não no seu aspecto exterior, ao menos na disposição das bancas, no rol de produtos e serviços oferecidos, nas estratégias de vendas, nos padrões de anúncios etc. Afinal, desde o Século XIX, quando a maioria desses equipamentos foi construída, o comércio evoluiu muito, tornou-se disciplina acadêmica e mudou radicalmente a paisagem das cidades. Entretanto, na maioria dos casos essas “evoluções” pouco afetaram os mercados públicos, como comprovam os livros dos jornalistas Carlos Moraes (1993) e Cyro Soares (2009).

Apesar dos laços afetivos que conectam os mercados públicos às suas comunidades, do ponto de vista da usabilidade sua permanência pode ser considerada anacrônica diante dos padrões de consumo atuais. A menos que seja provado, através da

sua preservação, que as pessoas podem consumir e escolher bons produtos sem a “ajuda” das campanhas publicitárias, das distinções por marcas ou dos códigos de barras.

...la sociedad de consumo producen espacios que falsean la mediación: los centros comerciales, los proyectos urbanos pensados como productos para la venta y el consumo; porque en ellos esa mediación no se realiza por medio de la apropiación del espacio, sino por medio de los signos. La globalización de la lógica del consumo implica la pérdida del significado espacial de la vida. Es decir, la disolución del sentido de lo urbano. (RAMIREZ, 2002, p. 114)

Longe dos ícones da sociedade de consumo, os mercados públicos se apresentam, dessa forma, como verdadeiras manifestações de contracultura. Enquanto tal são abrigo de idéias “falidas” e seus empreendedores “marginais”, ainda assim permanecem vivos nos corações das cidades. Das entrevistas com os permissionários pode-se tirar a impressão de que, na contramão do discurso empreendedor padrão, seu foco é a subsistência e o sustento das famílias e não o sucesso empresarial do negócio. Da mesma forma, estão mais preocupados em preservar um determinado ofício, por paixão ou comodidade, do que em buscar agregar mais-valia ao produto de seu trabalho (v. APÊNDICE A, p. 147).

Assim como a agricultura familiar, a cooperativa manufatureira ou a “fábrica recuperada”, os mercados públicos desafiam a lógica de mercado institucionalizada, constituindo-se em referências importantes não só para a memória como para o devir social, sobretudo perante os momentos de crise.

Esta importância dos espaços de contracultura, para a quebra de paradigmas e consequente superação dos momentos de crise institucional (sempre na iminência de se repetirem), confere uma justificativa social à preservação dos mercados públicos, mesmo com suas mazelas e excentricidades. Afora alguns setores minoritários da sociedade, que se consideram imunes a crises institucionais, a maioria parece perceber esse potencial dos mercados públicos, reconhecendo-os, com isso, como lugares que promovem a ocorrência de experiências existenciais gratificantes.

Desde o caso da desmontagem dos *Les Halles* de Paris, em 1970, essa importância estratégica dos mercados públicos tradicionais para a cultura urbana ficou mais evidente. Na ocasião, centenas de jovens estudantes franceses organizaram espetáculos em defesa dos antigos pavilhões do mercado *Les Halles* (CASTELLS, 1976, p. 10) contra o que estava sendo anunciando como sua substituição por um grande centro de compras (ROMANO, 2004, p. 28) ou financeiro (CASTELLS, *Ibidem*). Françoise Choay adverte que o movimento, apesar de ter atingido alcance internacional, não reuniu forças suficientes para impedir a sua desmontagem, até mesmo porque “para a administração e para a maioria do público [à época], os pavilhões suspensos que Napoleão III e Haussmann haviam

construído tinham apenas uma função trivial, que não lhes dava acesso à categoria de monumentos. Além disso, eles pertenciam a uma época famosa por seu mau gosto” (CHOAY, 2001, p. 13).

Choay refere-se à opinião do senso comum francês à época da derrubada do *Les Halles*. Em outra passagem, a autora sugere que os pavilhões poderiam ter sido aproveitados como centro de eventos, a exemplo da reciclagem pela qual passou o *Matadouro da Mouche*, em Lyon, tombado em 1975. É o que de fato acaba acontecendo, em meados da década de 1990, quando pelo menos um pavilhão do antigo Mercado *Les Halles* é reconstruído, em *Nogent*, nos arredores de Paris, para abrigar um “centro de atividades culturais” (FERNANDEZ, 2007, p. 186), num reconhecimento à importância memorial do edifício, que, ironicamente, só se fez possível após sua ausência.

Ao que se pode supor pelas manifestações de Geraldo Gomes da Silva (1987) e Sergio Gorberg (2003), o Mercado Municipal do Rio de Janeiro, destruído na década de 1950 para abrir caminho à passagem de uma auto-estrada, merecia também ter sido preservado ou, ao menos reconstruído, como o *Les Halles* francês.

Da mesma forma, no fronteiro município de Bagé, é evidente o arrependimento quanto à destruição do Mercado Público da cidade (Figura 42), ocorrida também na década de 1950, para dar lugar a um complexo comercial e hoteleiro de vários pavimentos (Figura 43). Ocorre que, em contraposição ao inacabado edifício modernista que se vê hoje (Figura 44), a população da cidade rememora o seu antigo mercado, não só em exposições e pinturas murais espalhadas pela Praça Silveira Martins, no Centro da cidade, como também em outras manifestações, individuais e espontâneas. Mais de meio século após a destruição do Mercado Público de Bagé, sua imagem, em fotos, desenhos e até logotipos, decoram as paredes de repartições públicas, estabelecimentos comerciais e até mesmo as residências de alguns moradores, além de ser tema de obras de arte e *souvenirs* de “recordação” da cidade. O que chega a ser hilário, pois trata-se de um raro fenômeno, onde o turista pode levar para casa uma “recordação” de algo que ele não viu, nem poderia ter visto. O Mercado Público de Bagé tornou-se uma espécie de “patrimônio imaterial” da cidade.



FIGURA 42: Antigo Mercado de Bagé, em meados de 1940.
FONTE: Museu Histórico Dom Diogo, Bagé (RS).

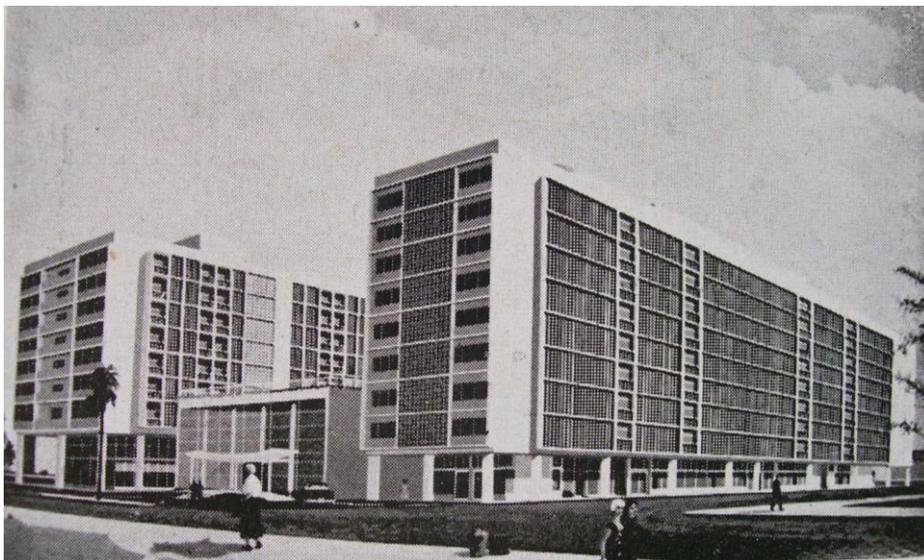


FIGURA 43: Projeto anunciado para o *Cine-Hotel Consórcio de Bagé*.
FONTE: Museu Histórico Dom Diogo, Bagé (RS).

Algo comparável ao que acontece em Nova Iorque, em relação ao Centro Mundial de Comércio, o *World Trade Center*, destruído por terroristas em 11 de setembro de 2001. Se a grande colônia de imigrantes árabe-muçulmanos instalados nos municípios da fronteira sul, incluindo Bagé, não têm nada a ver com a organização terrorista *Al Qaeda* e, ao invés de destruir só contribuíram para a construção da cultura local, o mesmo não se pode dizer do pensamento desenvolvimentista que justificou o verdadeiro atentado cometido contra o Mercado Público de Bagé na década de 1950.



FIGURA 44: Obra inacabada do *Cine-Hotel Consórcio de Bagé*.

Heliana Comin Vargas já destaca, em seu trabalho, o papel sagrado do comércio para a religião islâmica. Além do Profeta Maomé ser um mercador, a troca era uma tarefa vital para os grupos étnicos reunidos sob os ensinamentos do Alcorão, o livro sagrado dos muçulmanos. Aliás, o comércio é tema presente, com diferentes abordagens, em todas as grandes religiões, influenciando, em cada cultura, a constituição de diferentes modos e lugares de mercadejar, e de, por vezes, se opor às formas seculares de fazê-lo.

O atentado de 11 de setembro é um divisor de águas na história mundial, não só por seus desdobramentos desestruturantes, mas porque simbolizou o desmascaramento da sociedade de consumo, uma espécie de *sobrerreificação* da realidade³⁶. O apelo em favor da manutenção do consumo, feito pelo presidente estadunidense George Bush logo após os atentados, é referencial para essa análise, assim como as crises financeiras, que só vêm se repetindo e se agravando desde então. Da mesma forma, a destruição dos mercados públicos, logo após a Segunda Guerra Mundial, não ocorreu apenas para acompanhar uma tendência reestruturante da nova economia mundial, mas tinha a função de abrir espaço simbólico ao nascimento da sociedade de consumo, mas, do ponto de vista das memórias sociais locais, foram verdadeiros atentados.

Por outro lado, Françoise Choay classifica como “síndrome de Noé” a única razão possível para a preservação do nada atraente Mercado de Reims, na França (Idem, p. 209). Mas, para além de ser um testemunho da história do concreto armado na era moderna, o Mercado de Reims talvez também carregue consigo um indício da sociabilidade local. Talvez desempenhe o papel de “máquina de guerra” deleuziana, ou seja, um equipamento de resistência à cooptação da sociedade de consumo, e aos “aparelhos de captura” do Estado (YORY, s/d, p. 94-95).

³⁶ Lógico que as intenções dos terroristas provavelmente eram bem mais tacanhas, porém a análise feita aqui se detém na interpretação dos significados, não exatamente do fato concreto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além de não serem bem vistos pela academia de uma forma geral, por definição, os fenômenos de consumo não possuem uma relação produtora com os estudos da memória social. *A priori*, consumo exige esquecimento e efemeridade, enquanto memória e permanência seriam o seu par oposto, a ser defendido pelos patrimonialistas. No entanto, a memória reaviva sua razão de ser frente à ameaça da perda, enquanto, por outro lado, essa “razão de ser” pode ser convertida em mais valia nas operações de mercado.

Ambientalistas acusam as corporações de estarem poluindo o ar para que logo ele possa ser vendido, como já ocorre com a água. Da mesma forma a má arquitetura estaria sendo incentivada para que as poucas belas paisagens possam ser comercializadas. Nesse mundo, onde talvez seja mais lucrativo produzir a escassez do que a fartura, a memória também está se tornando um artigo de luxo, com alto valor agregado.

Não há espaço dentro da academia que não esteja a serviço das melhores formas de reprodução social encontradas pela humanidade, nem poderia ser diferente. Os estudos em memória social e patrimônio cultural não estão, assim, alheios às demandas de consumo. A comunidade de consumidores clama por valores simbólicos, assim como por chocolates ou pares de tênis. É necessário que se diga que publicitários, arquitetos e *designers* pensaram que esses valores simbólicos poderiam ser inventados, reificando o gosto dos consumidores a cada nova tendência de moda.

No entanto, pelo que se defendeu neste trabalho, é necessário apostar que a humanidade está entrando numa nova era, ou que o processo de acumulação capitalista está entrando em uma nova fase, onde as pessoas têm acesso direto às referências simbólicas que querem agregar a si, não necessitando mais de intermediários mas sim de intérpretes das suas vontades. O recente fracasso dos formadores de opinião pública em manipular resultados eleitorais, tanto no Brasil quanto em outras partes do mundo, são uma demonstração de que nas últimas décadas o comportamento das pessoas frente aos estímulos midiáticos vem se alterando aceleradamente.

Se as pessoas não quiserem acreditar numa dada informação, mais do que nunca dispõem de acesso a canais alternativos, com outras versões dos fatos. Da mesma forma, não é de hoje que a sabedoria popular desconfia dos produtos oferecidos pelas indústrias, especialmente as farmacêutica e alimentícia, mas só recentemente as instituições se viram forçadas a abordar o tema, e hoje o mercado de produtos “saudáveis” é o nicho de mercado que mais cresce no mundo, demandado por diferentes classes sociais.

Há cerca de quinze anos atrás qualquer acontecimento político veiculado como “escândalo” era entendido como tal, assim como qualquer argumento militar justificativa uma

guerra e qualquer anúncio exaltando as qualidades de um produto fidelizava sua clientela. Hoje, segundo dados da Associação Brasileira de Supermercados, pelo menos 80% dos produtos colocados à venda saem de linha no ano seguinte, simplesmente porque não correspondem ao anunciado.

Ao longo da recente história moderna, verifica-se que quanto mais precários eram os meios de comunicação, mais simplórios foram os meios de seduzir a opinião pública. De modo que a crescente *lucidez opinativa* está estreitamente ligada ao avanço dos meios de comunicação, produtores e veiculadores de informação digital, literalmente ao alcance de cada pessoa. Nesse cenário as informações realmente úteis a cada indivíduo ou comunidade fatalmente acabam chegando ao público interessado. As pessoas demandam alternativas, soluções e referências de vida, e elas serão tanto mais valiosas quanto mais duradouras forem, e é por isso que a memória social e o patrimônio cultural são tão valorizados.

Portanto, com este trabalho espera-se ter apresentado boas razões para a preservação dos mercados públicos tradicionais. Espera-se ter suscitado dúvidas suficientes quanto ao modelo supermercadista, em oposição à alternativa forçosamente desgastada dos mercados públicos e comunitários. Certamente nenhum dos dois sistemas é perfeito, e talvez o apetite dos mercados realmente coloque em xeque a ética e a estética das cidades, inevitavelmente. Todos os crimes por dinheiro, da pirataria à encomenda de morte, envolvem algum tipo de comércio, e, mais surpreendente ainda, é o número de “crimes” cometidos em nome do comércio regular, da sonegação de impostos ao estelionato publicitário.

Entre crimes morais legalmente aceitos e ilegalidades moralmente toleradas formase uma ética contingente, forjada desde as tendas dos primeiros caixeiros nômades, na semente original de cada aldeia, povoado e cidade. Essas conurbações não se formaram para viabilizar um ideal de vida, e sim a produção e o comércio. Na maioria dos casos em que, por razões de outra ordem se formaram cidades é provável que os desvios à regra padrão, bem como as tiranias impostas aos cidadãos, tenham sido ainda piores³⁷. A virtude das cidades comerciais não foi a pactuação de uma relação justa entre os concidadãos, e sim de uma relação possível. O urbanismo não surgiu como uma técnica de adaptação das cidades aos moradores, mas de controle social a serviço da atividade econômica. Por isso mesmo não surpreende a convergência entre tratados de arquitetura e tratados de guerra, entre fortificações e mercados públicos.

Sobretudo ao longo de toda região *triplo-fronteiriça*, por onde se estende a formação geográfica hoje conhecida como *bioma pampa*, a provisão alimentar exigiu a construção de equipamentos com características específicas, que protegessem os gêneros

³⁷ Como em cidadelas das dinastias chinesas, missões jesuíticas latinoamericanas ou nas comunidades puritanas do interior estadunidense.

alimentícios tanto do clima adverso quanto das guerras e saques. A oferta de alimentos prejudicada pelo clima frio justificava os investimentos em grandes praças de mercado, fechadas, fortificadas e cobertas, projetadas por engenheiros e arquitetos militares que, muitas vezes, atuaram simultaneamente nos três países.

No entanto, a conjuntura atual, seja pelo enfraquecimento do Estado, pela vilania das corporações ou pela crescente autonomia dos indivíduos, a cidade pode, e deve, ser apropriada pela comuna. Atualmente não há uma tirania que obrigue, por exemplo, cada cidadão brasileiro a consumir quase quatro quilos de agrotóxicos por ano³⁸, ou que justifique a terra devoluta, o colono favelizado, a fome e o desemprego urbanos.

Não se trata da retórica populista, que os políticos reatualizam a cada eleição, mas de uma interpretação final dos caminhos percorridos por esta pesquisa. A facilidade com que ainda hoje se compram alimentos frescos numa metrópole do tamanho de Buenos Aires, em contraste com as dificuldades encontradas em cidades como Porto Alegre, Pelotas e Bagé, é evidência de que a estratégia política de proliferação de pequenos mercados na capital portenha no início do século³⁹ XX, foi mais acertada que o liberalismo econômico à brasileira.

É evidente que, por outro lado, o Estado nunca demonstrou suficiente competência para administrar seus mercados públicos. Convertidos em núcleos de atividades criminosas, via de regra os mercados foram demolidos ou reconvertidos em outros usos, menos expostos à apropriação pública. Foi assim com os mercados da Candelária e da Glória, no Rio de Janeiro, e quase foi esse também o destino do Mercado Central de Pelotas, entre as décadas de 1940 e 1960. De fato a construção de novos mercados públicos, nos dias de hoje, requer uma avaliação crítica daquelas soluções bem e mal sucedidas no passado.

No entanto os mercados públicos remanescentes estão aí para lembrar o tempo em que a defesa da economia popular, bem como a estética das cidades, eram políticas de estado. Hoje, em contraposição, os super e hipermercados, devido uma teoria tacanha, segundo a qual a arquitetura dos edifícios não deve competir com a atratividade dos produtos colocados à venda no seu interior, oferecem às cidades fachadas e volumetrias simplesmente desprovidas de qualidades compositivas.

Tudo isso serve para demonstrar que a cidade não é, apenas *está* como se apresenta diante dos olhos das pessoas. Esse é um valor primordial dos estudos em memória social e patrimônio cultural. Além de preservarem soluções úteis ao devir urbano, alargam os horizontes da realidade instantânea. A percepção ambiental não é um fenômeno

³⁸ Conforme dados da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), disponíveis no site da instituição.

³⁹ Verificada em documentos oficiais da Legislatura Municipal de Buenos Aires, como os *Expedientes acerca de la cuestión del abastecimiento* ou o *Proyecto Orgánico para la Planificación del Municipio*, de 1925.

inequívoco, porque depende da visão de mundo pela qual o indivíduo e sua coletividade enxergam a realidade ao seu redor. A realidade virtual, dessa forma, não é apenas um espaço de vivência feérico, é também a dimensão feérica da própria realidade percebida. Ambas possibilidades se ampliam com os recursos digitais de visualização e registro memorial.

Alienação, hoje, não significa mais estar à mercê dos fetiches comerciais, mas sim estar contido entre os limites da realidade instantânea, dos focos objetivos sobre uma realidade contingente. A memória social não possui o objetivo de definir fronteiras de pensamento, mas de dar autonomia ao triplo ato de pensar, perceber e edificar o mundo. Quanto mais forem conhecidos os processos de formação e ocupação do território urbano, com maior liberdade (e responsabilidade), se definirão os seus desígnios.

Nesse sentido, muito ainda há para ser investigado sobre os processos de formação do território pampeano. Definido o mapeamento dos mercados públicos da região, não só os mais de 40 portenhos e os seis sulriograndenses, como também os uruguaios⁴⁰, resta investigar os fluxos de comércio e contrabando, material e imaterial, que se processava entre os três países, mais a República Farroupilha. Investigando apenas pelo recorte dos equipamentos de abastecimento alimentar já se percebe que há muito mais memórias a serem edificadas do que as representações atuais conseguem dar conta.

Portanto, apontam-se pelo menos duas perspectivas para o estágio atual da presente pesquisa:

A primeira refere-se justamente ao aprofundamento dos estudos de caso abordados, agregando-lhes outros, que permitiriam a definição dos fenômenos de consumo urbano sob um recorte histórico e geográfico plausível, qual seja a ocupação e formação territorial do chamado *bioma pampa*.

A segunda refere-se à crítica do momento atual no qual se encontram os sistemas de consumo, produção e reprodução do espaço, com os limites e possibilidades agregados pelas tecnотopias e suas relações com a memória. Nessa perspectiva se acrescentam estratégias de emancipação e sustentabilidade, que superem as mazelas, sociais e ambientais, deixadas pela sociedade de consumo.

⁴⁰ Atualmente tombados, dois em Montevideo e mais dois no interior do país, em Artigas e Salto.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Maurício de Almeida. **Sobre a memória das cidades**. Trabalho acadêmico (Pós-graduação em Geografia) – Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996.
- ARRIADA, Eduardo. **Pelotas: gênese e desenvolvimento urbano (1780-1835)**. Pelotas: Armazém Literário, 1994.
- ADORNO, Theodor. **Dialética do Esclarecimento** Trad. Guido de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.
- ALEX, Sun. **Projeto da praça: Convívio e exclusão no espaço público**. São Paulo: SENAC, 2008.
- ANJOS, F. S. dos; GODOY, W e CALDAS, N. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Trad. Maria Lúcia Pereira. Campinas: Papirus, 1994.
- BALAZOTE, Alejandro. **Antropología econonómica y economía política**. Córdoba: Centro de estudios Avanzados, 2007.
- BAUDRILLARD, Jean e NOUVEL, Jean. **Los objetos singulares: Arquitectura y filosofía**. Trad. Horacio Zabaljáuregui. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2001. (Breves)
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Trad. Maria João da Costa pereira. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade**. Trad. Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio d'Água, 2006. (Antropos)
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BENEVOLO, Leonardo. **História da cidade**. Trad. Silvia Mazza. São paulo: Perspectiva, 2009.
- BERGSON, Henri. **Matéria e memória**. São Paulo: Martins Fontes, s/d.
- BERGSON, Henri. **O pensamento e o movente**. Trad. Bento Prado Neto. São Paulo: Martins Fontes, 2006. (Tópicos)
- BERJMAN, Sonia e FISZELEW, José. **El abasto: Un barrio y un mercado**. Buenos Aires: Corregidor, 1999.
- BOADA, Luis. **O espaço recriado**. São paulo: Nobel, 1991. (Espaços)
- BRUNO, Guilherme Rodrigues. **A representação histórica do Mercado Central de Pelotas através da simulação gráfico-digital**. 2006. 70 f. Monografia (Especialização em Gráfica Digital) – Instituto de Física e Matemática, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.
- BRUNO, Guilherme Rodrigues. **Mercado Central de Pelotas (1846-1969): Explorações sobre a representação virtual da história**. 2006. 67 f. Monografia (Especialização em História do Brasil) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

- CALABI, Donatella. **The market and the city: Square, Street and Architecture in Early Modern Europe**. Nova Iorque: Ashgate, 2004.
- CANDAU, Joel. **Antropologia de la memória**. Buenos Aires: Nueva Vision, 2002.
- CANDAU, Joel. **Memória e Identidad**. Buenos Aires: Del Sol, 2001.
- CASTELLO, Lineu. **A percepção de lugar: Repensando o conceito de lugar em arquitetura-urbanismo**. Porto Alegre: PROPARG-UFRGS, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **Lutas urbanas e poder político**. Trad. Maria Helena Machado. Porto, Portugal: Afrontamentos, 1976. (Cidade em questão)
- CÉSAR, Adriane Denardi. **O mercado público**, arquitetura e seus espetáculos circenses (1850-1914). 2003. 22 f. Trabalho acadêmico (disciplina de Teoria e História da Arquitetura V) – faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Trad. Luciano Vieira Machado. São Paulo: Edusp, 2001.
- CHOAY, Françoise. **O Urbanismo**. Trad. Dafne Nascimento Rodrigues. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- CIOLEK, T. Matthew. 2006-present. **A Trade Routes' Glossary: Architectural, geographical, and historical terms relating to long distance trade, communication, and pilgrimage routes**. Canberra: 2009. (Old world trade routes project). Disponível em: <www.ciolek.com>. Acesso em: ago. 2010.
- CLAVAL, Paul. **Espaço e poder**. Rio de Janeiro: Zahar editores S.A., 1979.
- COHEN, Melissa Hassan. **Apontamentos para uma reflexão sobre a revitalização do Mercado Central de Pelotas**. 2006. 50 f. Dissertação (Licenciatura em Geografia) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem Urbana**. Trad. Isabel Correa e Carlos de Macedo. Lisboa: Edições 70, [1983].
- DAVIS, Mike. **Planeta Favela**. São Paulo: Boitempo, 2006.
- DOWBOR, Ladislau. **O mosaico partido: A economia além das equações**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- DUTRA, João-Francisco. **O que é realidade**. São Paulo: Brasiliense, 1984. (Primeiros passos)
- ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. Trad. Gilson Cesar Cardoso de Souza. São Paulo: Perspectiva, 2007. (Estudos)
- ENGELS, Friedrich. **A origem da família, da propriedade privada e do estado**. Trad. Ciro Mioranza. São Paulo: Escala, 2009.
- FAGUNDES, Elizabeth Macedo de. **Inventário cultural de Bagé**. Bagé: Praça da Matriz, 2005.
- FAUSTO, Boris e DEVOTO, Fernando J. **Brasil e Argentina: Um ensaio de história comparada (1850-2002)**. São paulo: 34, 2004.

FÉLIX, Loiva Otero e GOETTENS, Miriam Barcelos. **A pólis**: a construção do espaço urbano-cívico. Porto Alegre: Ed. Universitária, 1989.

FERNÁNDEZ, Roberto. **Obra del tiempo**. Buenos Aires: Concentra, 2007.

FEYEREBEND, Paul. **Contra o método**. Trad. Cezar Augusto Mortari. São Paulo: UNESP, 2007.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 1999. (Tópicos)

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Trad. Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 2004.

FRANCO, Sérgio da Costa. **Gente e espaços de Porto Alegre**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

GEHRKE, Cristiane; DODE, Patrícia; MOREIRA, Paula. **Mercado Central de Pelotas**: seu uso através dos tempos. 1999. 15 f. Trabalho acadêmico (disciplina de Teoria e História da Arquitetura V) – faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

GHIRARDO, Diane. **Arquitetura contemporânea**: Uma história concisa. Trad. Maria Beatriz de Medina. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

GIEDION, Sigfried. **Espaço, tempo e arquitetura**: O desenvolvimento de uma nova tradição. Trad. Alvamar Lamparelli. São Paulo: Martins Fontes, 2004. (Coleção a)

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Os museus e a cidade. *In*: ABREU, Regina e CHAGAS, Mario. **Memória e patrimônio**: Ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

GORBERG, Samuel e FRIDMAN, Sergio A. **Mercados no Rio de Janeiro**: 1834-1962. Rio de Janeiro: S. Gorberg. 2003.

GUATTARI, Félix (trad. Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão). **Caosmose**: Um novo paradigma estético. São Paulo: Ed. 34, 2008.(Col. Trans).

GUTIERREZ, Ester Judite Bendjouya. **Barro e sangue**: mão de obra, arquitetura e urbanismo em Pelotas (1777-1888). Pelotas: Editora e Gráfica Universitária – UFPel, 2004.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Edward T. **A dimensão oculta**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora S.A., 1977.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Trad. Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Loyola, 1992.

HERTZBERGER, Herman. **Lições de arquitetura**. Tradução de Carlos Eduardo Lima Machado. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 272 p.

HUYSEN, Andréas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL. **O que é preciso saber sobre mercados e feiras livres**. Rio de Janeiro: SAREM, 1982.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real**: estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

JESSUA, Claude. **Capitalismo**. Trad. William Lagos. Porto Alegre: L&PM, 2009. (L&PM Pocket)

JEUDY, Henri-Pierre. **Espelho das cidades**. Trad. Rejane Janowitzer. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2005.

JUEZ, Fernando Martín. **Contribuciones para una antropología del diseño**. Barcelona: Gedisa, 2002.

KUHN, Thomas S. **Estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. **Consumo**: Uma perspectiva antropológica. Petrópolis: Vozes, 2010. (Conceitos fundamentais)

LYOTAR, Jean-François. **A condição pós moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2010.

MACAULAY, David. **Construção de uma Cidade Romana**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

MAGALHÃES, Mario Osório. **Pelotas: Toda a prosa**, v. 1. Pelotas: Editora Armazém Literário, 2000.

MAGALHÃES, Nelson Nobre. **Pelotas Memória Especial**. Pelotas: Litoarte, 1991.

MAGALHÃES, Nelson. **Pelotas Memória**: Imagens. Ano 11, N. 3. Pelotas: Litoarte, 2000.

MAQUIAVEL, Nicolau. **A arte da guerra**. Trad. Eugênio Vinci de Moraes. Porto Alegre: L&PM, 2009. (L&PM Pocket)

MARX, Karl e Friedrich Engels. **A ideologia alemã**. 2a ed. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1979.

MARX, Karl. **Manuscritos econômicos e filosóficos**. Trad. Alex Marins. São Paulo: Martin Claret, 2001. (Obra prima de cada autor)

MARX, Karl. **Para a crítica da economia política; Do capital e O rendimento e suas fontes**. Trad. Edgard Malagodi. São Paulo: Nova Cultural, 1999. (Os pensadores)

MICHELON, Francisca. **Imagens de Pelotas**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária – UFPel, 199_.

MIX, Miguel Rojas. **La plaza mayor**: El urbanismo, instrumento de dominio colonial. La Plata: Edulp, 2006.

MONTANER, Josep Maria. La estética del consumo en la arquitectura. *In*: ZÁTONYI, Marta (comp.). **¿Realidad Virtual?**. Buenos Aires: Nobuko.

MORAES, Carlos e COSTA, Bubby. **Mercados populares do Brasil / Popular markets of Brazil**. São paulo: DBA, 1993. (Biblioteca Eucatex de cultura brasileira)

MORENO, Carlos. **Del Mercado a la pulperia**. Buenos Aires: TyH, 2004. (Los lugares para el comercio)

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Trad. Maria D. Alexandre. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

MOURA, Rosa Maria Garcia Rolim de. **Modernidade pelotense, a cidade e a arquitetura possível: 1940 – 1960**. 1998. 185 f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

NIEMEYER, Oscar. **As curvas do tempo: Memórias**. Rio de Janeiro: Revan, 1998.

O CÉU que nos protege. Direção: Bernardo Bertolucci. Intérpretes: John Malkovich; Debra Winger; Campbell Scott; Jill Bennett; Timothy Spall; Eric Vu-An; Juliet Taylor; Amina Annabi; Tom Novembre e Camle Cherif. Roteiro: Dann O'Bannon, Ronald Shusett e Gary Goldman. Roteiro: Mark Peploe. [S.I.]: Spectra Nova, 1990. 1 DVD (137 min.), fullscreen, color. Baseado no romance "The sheltering sky", de Paul Bowles.

O VINGADOR do Futuro. Direção: Paul Verhoeven. Intérpretes: Arnold Schwarzenegger; Sharon Stone; Rachel Ticotin e Ronny Cox. Roteiro: Dann O'Bannon, Ronald Shusett e Gary Goldman. [S.I.]: Universal Pictures, 1990. 1 DVD (108 min.), widescreen 16:9 anamórfico, color. Baseado no conto "We can remember it for you wholesale", de Philip K. Dick.

OUVIÑA, Hernán. Las asambleas barriales y la construcción de lo "público no estatal": La experiencia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. **Cuadernos del Sur**, Buenos Aires, 2004. Disponível em: < <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/levy/05ouvi.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2010.

PATETTA, Luciano. Considerações sobre o Eclétismo na Europa. In: FABRIS, Annateresa (org.). **Eclétismo na arquitetura Brasileira**. São Paulo: Nobel, 1987.

PELOTAS. Secretaria Municipal de Cultura. **Projeto de reciclagem arquitetônica do Mercado Central de Pelotas**. Escritório técnico do Programa Monumenta. Pelotas, 2004.

PELOTAS. Secretaria Municipal de Urbanismo. **Anteprojeto do Mercado Central de Pelotas**. Arquivo da Secretaria. Pelotas, 1950.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, RS: Mercado Aberto, 1990. 142 p. (Série Revisão, 1)

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Muito além do espaço: por uma história cultural do urbano. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 8, n. 16, 1995. Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>>. Acesso: mai. 2005.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Os pobres da cidade: Vida e trabalho (1880-1920)**. Porto Alegre: UFRGS, 1994. (Síntese rio-grandense)

PIAZZALUNGA, Renata. **A virtualização da arquitetura**. Campinas: papyrus, 2005. (Ofício de arte e forma)

PICCIONI, Raúl. Las tipologías de los mercados. **DANA – Documentos de Arquitectura Nacional y Americana** Revista do Instituto Argentino de Investigaciones en História de la Arquitectura y del Urbanismo, Buenos Aires, N. 25., 1988.

POLIÃO, Marco Vitruvius. **Da arquitetura**. Trad. Marco Aurélio Lagonegro. São Paulo: HUCITEC, 1999.

POLLAN, Michael (Trad. Adalgisa Campos da Silva). **Em defesa da comida**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.

RAMIREZ, Alvaro Hernando Niño. **La gesta del signo**: Hacia una semanalisis urbano. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia, 2002.

RAMOS, Lucio Juarez Dornelles. **Apontamentos para uma história do Mercado Central de Pelotas**. 2004. 25 f. Dissertação (Licenciatura em História) – Instituto de Ciências Humanas, Departamento de História e Antropologia, Licenciatura em História, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

RENNÖ, Raquel. **Do mármore ao vidro**: Mercados públicos e supermercados, curva e reta sobre a cidade. São Paulo: Annablume, 2006.

RHODEN, Luiz Fernando. **Urbanismo no Rio Grande do Sul**: Origens e evolução. 1. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

ROCHEFORT, Marcia Vieira. **O Mercado Central de Pelotas (1846-1994)**. 1994. 33 f. Dissertação (Licenciatura em História) – Instituto de Ciências Humanas, Departamento de História e Antropologia, Licenciatura em História, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

ROMANO, Leonora. **Edifícios de mercado gaúchos**: Uma arquitetura dos sentidos. 2004. 123 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Faculdade Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

ROSSI, Aldo. **A arquitetura da cidade**. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ROTMAN, Mónica. Cultura y mercado: prácticas e imaginarios en la constitución y reproducción de eventos culturales y comerciales. **Cuadernos de Antropología Social**, Buenos Aires, N. 11, 2000.

ROTMAN, Mónica. Practicas artesanalaes en Buenos Aires: La vigencia de las producciones no industriales en las ciudades contemporaneas. **Artesanías de América**. Revista do Centro Interamericano de Artesanías Populares. Buenos Aires, N. 51, 2001.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 2010.

SILVA, Geraldo Gomes da. **Arquitetura do ferro no Brasil**. 2 Ed. São Paulo: Nobel, 1987.

SINGER, Paul. **Economia política da urbanização**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. São paulo: Perseu Abramo, 2002.

SOARES, Cyro José. **Mercados do Brasil**: De norte a sul. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

STEVENS, Garry. **O círculo privilegiado**: Fundamentos sociais da distinção arquitetônica. Trad. Lenise Garcia Corrêa Barbosa. Brasília: UnB, 2003.

TAVARES, Ana Lucia de Lyra. "A urbs e a noção de espaço público". In: TAVARES, Ana Lucia Lyra; CAMARGO, Margarida Maria Lacombe e MAIA, Antonio Cavalcanti. **Direito Público Romano e Política**. São Paulo: Renovar, 2005.

TRACHANA, Angelique. **La evolución de la forma del espacio público**. Buenos Aires: Nobuko, 2008.

TUAN, Yi-Fu. **Paisagens do medo**. Trad. Livia de Oliveira. São Paulo: UNESP, 2005.

VARESE, Juan Antonio. **Mercado del Puerto**: Historia, gastronomía y cultura en el corazón de Montevideo. Montevideo: Banda Oriental, 2010.

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

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **As idéias estéticas de Marx**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968. (Rumos da cultura moderna)

VIEIRA, Sidney Gonçalves. **A cidade fragmentada**. Pelotas: Editora da UFPel, 2005.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Trad. Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2001. (Obra prima de cada autor)

WEIMER, Günter. **A arquitetura**. Porto Alegre: Editora da Universidade – UFRGS, 1992. 143 p. (Síntese rio-grandesnse; 12-13).

WEIMER, Günter. **A arquitetura**. Porto Alegre: Editora da Universidade – UFRGS, 1992. 143 p. (Síntese rio-grandesnse; 12-13).

WEIMER, Günter. **Arquitetos e Construtores no Rio Grande do Sul: 1892 / 1945**. Santa Maria: Ed. Universitária – UFSM, 2004.

WEIMER, Günter. Estruturas sociais gaúchas e arquitetura. *In*: WEIMER, Günter (org.). **Urbanismo no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Ed. Universitária – UFRGS, 1992.

WEIMER, Günter. **Origem e evolução das cidades sul-riograndenses**. Porto Alegre: Livraria do Arquiteto, 2004.

WENDERS, Wim. **A paisagem urbana**. Revista do Patrimônio Histórico – IPHAN, n. 23, 1994.

YATES, Frances A. **A arte da memória**. Trad. Flavia Bancher. Campinas: Unicamp, 2007.

YORY, Carlos Mario. **Ciudad y posmodernidad**: Un ensayo de termo-dinámica urbana en el fin de la historia para pensar y habitar la ciudad del siglo XXI. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia, s/d.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Transcrição das entrevistas realizadas com permissionários do Mercado Central de Pelotas	137
APÊNDICE B – Transcrição integral do documento <i>Explicação das Estampas do Projeto para a Praça do Mercado desta Cidade de Pelotas</i> , de fevereiro de 1849	176

**APÊNDICE A - TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS REALIZADAS COM
PERMISSIONÁRIOS DO MERCADO CENTRAL DE PELOTAS**

SUMÁRIO

1 <i>SEU VALDEMAR VIEIRA</i>	X
2 <i>SEU OLIVEIRA</i>	X
3 <i>SEU JOÃO CARLOS CARRÉ</i>	X
4. <i>SEU GILBERTO</i>	X
5. <i>SEU ANTONIO</i>	X
6. <i>SECR. MOGAR XAVIER</i>	X

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Nome:	ATIVIDADE:	LOCAL:	DESDE (ANO):
Seu Valdemar Vieira	Comerciante (sapataria)	Banca 16 (Mercado)	1961

DADOS DA ENTREVISTA

DATA:	HORA:	DURAÇÃO:	LOCAL:	ARQUIVO:	TAMANHO:
06/01/2009	08:44	00:07:59	BANCA 16	Seu_Valdemar.wav	14976 KB

Gravando!

Gravando... é... Olha, se o senhor precisar interromper, pode interromper pode interromper à vontade, que eu fico aqui esperando paradinho, tiro o gravador dali [de cima duma escada] se precisar usar, né... Então... Seu nome, seu...

Valdemar Vieira.

Valdemar Vieira. A quanto tempo o senhor é permissionário aqui do Mercado?

Eu vim pra aqui em sessenta e um... cheguei aqui em sessenta e quatro, depois saí, depois voltei em sessenta e seis.

Aham... e de que forma começou, como é que foi esse início em sessenta e um?

Ah, em sessenta e um foi um armazém.

O senhor era jovem ainda...

Nós compramos o armazém em três [sócios], aí depois foi indo, foi indo, um saiu, que era pouco o que se ganhava por três, houve um acordo, ele fez a vida dele.

Mas o armazém era a qui no Mercado.

Era aqui no Mercado. O armazém era movimentado. Isso aqui no sábado parecia um carnaval, não tinha esse mundo de comércio que tem hoje... Não tinha supermercado, depois é que abriu o Xavier lá perto do Centro de Saúde, na Lobo da Costa, foi o primeiro supermercado que abriu aí.

Mas isso foi bem depois...?

Foi... já tava funcionando, se não me engano, quando queimou o Mercado, já tinha aqueles prédios lá embaixo, lá na Lobo da Costa.

Lá no final da Lobo da Costa.

É quase que no final, porque é ali defronte do Centro de Saúde.

Hum, Xavier... Mas esse foi seu primeiro emprego aqui então?

Não, meu primeiro emprego foi na Padaria Popular. Lá eu trabalhei dois anos, porque

eu cheguei aqui em 58, trabalhei ali até 61. Depois arrumei, com as minhas economias, arrumei quarenta mil, aí deu pra dar de entrada.

Entrada no aluguel...?

Entrada, tinha os outros dois, que também tinham um troquinho, mas mesmo assim ainda não deu, daí o patrão na padaria nos emprestou 80 mil.

Mas esse dinheiro era pra comprar as coisas do armazém?

Era pra comprar a...

A banca.

A banca não, o ponto.

O ponto. Que não era esse aqui?

Não, era lá na entrada pela Tiradentes. Que ninguém compra Mercado, compra o ponto... Porque isso aqui é do município...

Mas precisava de uma boa grana então?

Ah... Eu dei 40 mil... nem me lembro quanto foi que eu dei naquele tempo... foi cento e tantos mil! Se o patrão emprestou 80, oito-quatro, doze, cento e vinte mil cruzeiros, foi caríssimo! Só que nós demos sorte, que pegamos uma banca superlotada, que o homem nem sabia o que que tinha, daí nós nos desfazemos da metade da Mercadoria e pagávamos ele em seguida.

Era de um outro proprietário então, foi passado com tudo...

Ah, com tudo. Por causa que naquele tempo dava pra passar, a Prefeitura aceitava, e eu acho que tá errado a Prefeitura não aceitar agora.

Passar...

Passar, porque não vai vender o prédio, não vai vender nada, tem todas as cláusulas no contrato que a gente assina, quer dizer que a Prefeitura, de uma hora pra outra pode pedir isso aqui. Claro que tem um prazo pra você sair, mas pode pedir, e você tem que sair, tem que ir embora, não adianta nada. E arrecadava uma nota boa, porque da outra vez que eu comprei aqui eu paguei um salário mínimo, pra poder entrar aqui.

Pra Prefeitura...?

Fora alvará e... registro de firma em Porto Alegre. [Dirigindo-se a uma empregada:] Ô Taí..., ô Daiane vai atrás da mulher, que nunca recebe esse dinheiro aí, se quer esse dinheiro aí pra ti eu te dou! Olha só o dinheiro que você recebe!

Falso?

Falso nada, todo rasgado, falta um pedaço! [Risos. Com a mão faz um gesto de

dúvida em direção ao gravador].

Não, tranquilo, faz parte... Mas, mas essa última vez foi em 66, que te referes, que teve que pagar um salário para a Prefeitura?

Não, não, foi antes de 66, foi antes...

Daiane: Era um senhor de bicicleta...

Ah, agora pode botar fora...

Daiane: É que eu vi a série aqui...

E o pedaço? Vai ficar com metade da orelha fica defeituosa...

Daiane: Mas o banco não aceita com a série?

Se for lá trocar... pode ficar pra ti.

Daiane: Mas é obrigado a aceitar...

Ah, se é obrigado eu não sei... [Voltando-se para mim:] É brabo!

[Risos] Ah... e o armazém...

Quando eu me aposentei, em 95, aí eu passei isso aqui pra minha senhora, pra ela seguir e poder se aposentar. Paguei um salário. Tive que pagar um salário, pra passar do meu nome pro da minha esposa, mesmo que eu e minha esposa somos casados em comunhão de bens, mas tudo bem, lei é lei...

E hoje o senhor teria interesse em vender, já que menciona...

Olha eu não tenho interesse em vender, porque tempo até tem... porque eu já tô meio maduro, então se eu quisesse pegar um troquinho, porque a banca que eu comprei em 66 eu paguei... nem sei, nem me lembro quanto que eu paguei, paguei um monte, fiz uma duplicata, mas paguei, não foi de graça, foi toma lá dá cá mas tinha que ter o trunfo...

Mas hoje não poderia vender...?

Não, nunca se pode vender, houve uma época que se pôde, depois não sei qual foi o Prefeito que entrou aí que cortou. Se não me engano na época do Irajá dava pra passar.

Dava pra vender..

Fazer o passe, se diz fazer o passe...

Sim, a venda... não pode, a venda é um negócio por fora...

Não, não, eles sabiam que gente vendia, mas cobravam um salário pra passar.

A Prefeitura cobrava.

Cobrava um salário. Era o *supelo*, *upelo*, não sei como era o nome naquela época...

Por isso que o senhor disse que seria um bom negócio pra Prefeitura se pudesse...

Sim, é dinheiro que arrecada, tudo é lucro tchê...! Se você vai assinar um documento lá é o que eles fazem, não é o que você quer, é o que eles fazem, né? Então você não tem direito a nada então, você tem uma permissão pra trabalhar aqui, não dá pra querer ter direito a mais nada, então é um dinheiro que é pra eles, né. Não sei, tem umas leis... que um Prefeito faz uma coisa, vem outro já faz outra... O Marroni entrou aqui, você quer ver, o Marroni entrou aqui “tem que dá lugar pra outro, reza no contrato, você não quer, entrega”. Então o Marroni chegou aqui, tinha umas pessoas que não tinham onde trabalhar alugaram, daí chegou o Secretário do Marroni e disse assim “Você é o dono?” / “Não, não sou, eu alugo.” / “Então a partir de hoje você vai ser o proprietário.” ou permissionário, que seja... E o cara ganha uma banca de graça, tchê!? Onde é que estão essas leis aí? Tinha que abrir licitação ou... [Nesse momento a gravação acaba, por falência das pilhas do gravador, embora a entrevista tenha se estendido por mais quarenta minutos, aproximadamente].

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Nome:	ATIVIDADE:	LOCAL:	DESDE
<i>Seu Oliveira</i>	Barbeiro	Loja 52 (Mercado)	(ANO): 1969

DADOS DA ENTREVISTA

DATA:	HORA:	DURAÇÃO:	LOCAL:	ARQUIVO:	TAMANHO:
06/01/2009	10:14	00:33:15	LOJA 52	Seu_Oliveira.wav	62362 KB

Vamos, vamos gravar.

Mas e se eu der alguma mancada?

Se o cara der alguma mancada? Mas aí a gente apaga. A gente não registra. Mas o que pode ser uma mancada?

Ué, dizer coisa errada, uma coisa que se passa que eu não me lembro, eu errei.

Me interessa saber o que senhor lembra mesmo, certo ou errado a gente nem... a gente tá aí estudando pra descobrir, né? Na verdade a gente nem sabe. Tudo o que o senhor me disser eu vou acreditar.

Isso aí filma? [Ajeitando o cabelo e a camisa].

Não, só grava, é só a voz.

Ah, tá...

Vou lhe perguntar de novo, já que antes não estava gravando: a quanto tempo o senhor está aqui?

Sessenta e nove [desde 1969].

Sessenta e nove. Mas antes, então, o senhor trabalhava...

Trabalhava noutro salão.

Aham, que era aqui mesmo no Mercado, não? Ah não, não era aqui no Mercado?

O salão que eu trabalhei já fechou, era na Osório.

Ah, era na General Osório.

Era, perto da Avenida.

Depois do incêndio é que veio pra cá?

Dois dias depois do incêndio é que eu vim pra cá.

Dois dias depois?

É, é.

Mas é que o negócio já estava sendo fechado...

Dois dias depois de reconstruírem o Mercado.

Ah tá [riso].

Levou seis ou sete meses pra reconstruir. Dois dias depois eu tava aqui.

Muita gente desistiu da sua banca, depois do incêndio...?

Dessa parte eu não sei, eu não tava aqui antes.

Mas sobrou, sobrou espaço...?

Aí um colega, um colega comprou a banca do peixe, eu abri um salão dentro da banca do peixe.

Ah, na banca do peixe.

É, dentro da banca do peixe.

Ah... mas não era barbeiro? Ah, era barbeiro?

Barbeiro.

Dentro da banca do peixe?

Lá dentro. Tinha duas barbearias dentro da banca do peixe.

[Riso]. Ah, lá dentro?!

É, dentro da banca do peixe. Depois tiraram as barbearias porque não podia ter alimento e cabelo junto.

Sim.

Botaram a gente lá pro lado da Quinze [Rua 15 de Novembro], salão 11.

E só depois veio pra cá?

Aí eu fui pro salão 11, depois fui pra Dom Pedro, fui pra Osório mais um tempo, depois, em seguida abriu um salão ali na esquina, na esquina da Andrade, eram dois barbeiros ali, fomos nós, e ficaram quatro.

Isso já era 75?

Não, não era 75. Era década de 70, era 71, em 70 eu ainda tava dentro da banca do peixe.

Só bem depois é que o senhor veio pra cá, em 75?

É, em 75 eu comprei a chave daqui. Eu trabalhava de locatário de cadeira.

**[Em seguida vem um trecho inaudível, de onde se pode entender que Seu Oliveira terceirizava o serviço da barbearia, ou seja, “alugava as cadeiras” da mesma.]
Qual foi a melhor época de trabalhar aqui, nesse período todo?**

Melhor época financeiramente?

Ah, não, que o senhor achou melhor, não só financeiramente...

Falar em *questã* de segurança, de sujeira, no caso, capricho, é agora mesmo.

Agora...

É, antes tinha a parada dos ônibus, mas tiraram os ônibus daqui, aí anarquizou os barzinhos do abrigo, tiraram o abrigo daqui e esse largo ficou limpo, bonito. Atrai a clientela, porque... A minha clientela é 90% de Faculdade, engenheiro, doutor... Dá uma grana boa, mas antigamente não vinha esse tipo de gente aqui. Vinha gente da colônia...

Sim...

As pessoas queimavam muito o Mercado.

Hmm hmm...

O cara passava duas quadras de distância daqui, nem passava perto do Mercado. De primeiro o Mercado era muito *defamado*, tinha muita prostituição, e hoje tu sai do lado da tua casa tem prostituição.

[Riso]. Claro... Pois é...

É ou não é?

É... [riso].

Desencadeou geral...

Aí não é só o Mercado...

Agora virou uma anarquia... As prostitutas mesmo não tem nem ninguém pra comer elas, tão pedindo um pila pra um, um pila pra outro aí porque não tem mais com quem sair... Tem mulher na rua dando...

Claro...

É ou não é?

Sim. É... Mas aqui ainda tem... tem um ponto de prostituição lá na outra esquina, né? Tem um ponto forte ali, não?

Olha, não sei se elas não comem, porque tem um restaurante ali, aí elas vão fazer lanche. Não sei se é ponto porque eu nunca fui, faz uns dois anos que eu não passo por ali... Ponto mesmo é na Praça... Coronel Pedro Osório.

Também não é isso que ia afastar o cliente hoje, né? Como tu bem disse...

Realmente.

Então, depois que tirou o terminal ficou melhor? O terminal de ônibus que tinha aí...

Moralmente ficou melhor, mas financeiramente não ficou não.

Ah, não ficou?

Não ficou não, porque antes tinha um monte de fábrica, tinha o Anglo lá embaixo, eram dez mil pessoas que passavam aqui pra cortar o cabelo, né? Pra mim, nos meus olhos... só uma coisa: que a clientela agora ficou um pouco melhor...

Podes cobrar um pouco mais?

Não, não que eu cobrasse... é que agora tem o Promotor aquele, sabe? Tem o arquiteto da Prefeitura, o Ricardo, é meu cliente, o Secretário da Saúde é meu cliente, o Secretário de Urbanismo, o José Artur é meu cliente, o pessoal da Faculdade também...

Aham... isso é bom... E a pior época, qual foi a pior época de trabalhar aqui?

[Pausa]. Pra mim não sei se teve melhor época... Pra mim sempre foi satisfatório. O cara pensa que é do Mercado, então não tem valor, mas olha só, o cara diz que Mercado, Mercado Público é chinelagem... tudo é família aqui dentro... uma coisa eu vou te dizer, eu tenho uma filha, Vanessa Volcan, tá fazendo Mestrado na PUC e eu pago com esse Mercado. Ela tá fazendo História na PUC.

Ah é?

É. Tudo que eu gastei pra pagar a Faculdade da minha filha foi no Mercado que eu ganhei. Então dizer que teve tempo bom ou ruim... financeiramente eu nem comparei. Inclusive eu me sinto... eu não vou dizer que sou melhor cabeleireiro, nem tenho tudo pra fazer tudo perfeito, eu só corto cabelo, mas tô a 40 anos fazendo isso, então quer dizer que eu não sou um péssimo barbeiro.

Não, e é um dos barbeiros mais experientes, que trabalha a mais tempo...

É, então não teve momento melhor nem pior.

Na cidade mesmo, devem ter poucos barbeiros que trabalham a quanto tempo...

Eu trabalho a 46 anos. Eu tinha 21 anos quando eu fiz um curso de cabeleireiro em Porto Alegre, no Salão Gaúcho, na Borges de Medeiros, fiz um curso pra ser cabeleireiro, trabalhei um ano, depois, dentro do Hotel. Trabalhava em dois turnos, descansava ao meio-dia, ia para o trabalho à tarde e ia pro serviço de novo à noite. De 60 à 64, tô a 46 anos barbeiro... Entendeu?

É, em Pelotas mesmo não tem muitos...

Eu nasci em Pelotas mas me criei em Morro Redondo. Depois passei 5 anos em Porto Alegre e voltei para o Morro Redondo.

Mas lá em Morro Redondo chegasse a ser barbeiro, ou não?

Ceguei.

Ah, chegou... Mas, na época do incêndio, chegasse a ver o incêndio ou não?

Não, eu não quis ver o incêndio.

Não quis ver?

Não, eu tava soltando do serviço quando pegou fogo o Mercado, 9 horas da noite, me falaram “tá pegando fogo o Mercado”, eu não quis ver nada, peguei o ônibus e fui embora pra casa. Ver fogo, queimação... Queimou tudo, queimou bicho, tinha bicho, tinha tudo aí dentro, tinha tartaruga, tinha uma tartaruga que dava pra sentar em cima dela...

Queimou tudo...

Queimou. Pesava 60, 70 quilos a tartaruga, tinha um aquário pra ela aqui dentro. O Mercado era diferente, não era organizado como agora. Tudo que precisava tava no chão, banana, maçã, fruta, tava tudo no chão.

Ah, era mais bagunçado?

Era. Tinha que ir fazendo assim pra andar aí dentro [mímica, caminhando como se estivesse escolhendo onde pisar], o troço não era mole...

Aham.

Eu cheguei a vir com minha mãe quando eu era pequeno. Tinha tudo... Tinha aquelas turcas, elas tinham os baús pra vender roupa aí dentro, tinham loja. Eram uns baú [sic.] grandão, elas faziam croché... trabalhavam vendendo colcha aí dentro. Vendiam roupa aí dentro...

Algum desses turcos pode ser que seja dono de alguma loja aí na volta hoje...

Não, porque essa hora já deve ter morrido tudo, talvez netos, filhos...

Claro.

Mas eles mesmo já morreram, já eram velhos... O mercado tá com 149 anos, tu viu a placa ali, né?

Vi.

Começou a ser feito em 1948.

É. 1848, foi feito em 1848.

Isso, 1848, cento e cinquenta anos.

Mas não era mais bonito antes do incêndio? Mais bonito... não? Tava bagunçado mesmo?

O Mercado não era mais bonito quando eu conheci ele, antes ele era diferente, muito antes, não cheguei a conhecer. Não tinha esses torreão aí, era bonito... funcionava o relógio... mas... depois era essa beleza que tu tá vendo aí agora...

Alguém comentou o que causou o incêndio, na época, houve alguma história...?

A história que eu ouvi é que era curto-circuito.

Curto-circuito, né? A instalação elétrica tava mal feita...

Instalação modo de dizer, era fio passando pra tudo que é lado. Se precisasse luz lá na outra ponta tinha que puxar daqui... era uma bagunça. Nunca ouvi dizer que fosse criminoso, não houve esse comentário, isso não aconteceu.

Aham... [pausa] E a situação hoje do Mercado... do jeito que ele tá... Qual vai ser o futuro dele?

A idéia do Prefeito nosso é diversificar o pessoal aí dentro. Aqui fora ele não vai mexer. A idéia é diversificar aí dentro, mas por fora acho que ele não vai mexer..

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Nome:	ATIVIDADE:	LOCAL:	DESDE
<i>Seu</i> João Carlos Carré	Comerciante (bazar)	Banca 12 (Mercado)	(ANO): 1972

DADOS DA ENTREVISTA

DATA:	HORA:	DURAÇÃO:	LOCAL:	ARQUIVO:	TAMANHO:
07/01/2009	10:08	00:32:02	Banca 12	Seu_Carré.wav	60066 KB

Aqui... então... é... seu nome mesmo, todo?

É João Carlos Carré.

João Carlos Carré. A quanto tempo que o senhor é permissionário aqui...?

Trinta e seis anos.

Trinta e seis anos... Isso aí é desde...

Setenta e dois.

Setenta e dois. Logo depois do incêndio então?

Logo depois do incêndio.

Porque o incêndio foi... em sessenta e nove, né?

É.

De que forma o senhor começou aqui? Era esse mesmo ponto?

Era esse mesmo ponto, só o ramo é que era diferente. Ali era fruteira e bar. Aí depois eu transformei pra... o meu forte hoje é porcelana...

É.

Então eu transformei pra negócio de porcelana, brinquedos, lembranças de Pelotas e doces de Pelotas.

A quanto tempo que o senhor trabalha com esses produtos então?

A mais de vinte anos.

A mais de vinte anos. E por que que o senhor mudou?

Eu mudei porque minha mulher, ela pinta porcelana, e na época que ela queria porcelana aqui em Pelotas não tinha, e eu tava a fim de mudar de ramo, foi aí que eu me interessei por porcelana e comecei a trabalhar com porcelana.

Sim.

E hoje eu trabalho com porcelana até pra venda de todas essas cidades aí da volta, Rio Grande, linha restaurante, cheio dos pratos e coisa, então eu me especializei nesse ramo.

Até porque, assim como ela, deve ter muitas pessoas procurando...

Tem sim, mas hoje as pessoas estão procurando muito branco por causa do microondas né? Por causa que essa porcelana branca dá pra ir no microondas, né? Então o pessoal tá usando muito branco mesmo, mesmo fora da pintura.

Mas... nesse período todo qual foi a melhor época, seu Carré, de trabalhar?

Olha, antigamente, antes dos supermercados o movimento era maior, agora, depois que abriu esses supermercados, foi quando eu mudei pro negócio de frutas, no início eu vendia muito bem, mas depois que abriu os supermercados caiu, né...

O primeiro supermercado que abriu foi o supermercado Xavier né?

É, Xavier, foi. Aí abriu os supermercados e começou a cair, aí eu pensei “bom, tá na hora de mudar”. E eu tinha bar, eu não gostava...

Bar dá muito trabalho?

Não, eu tinha uma clientela boa aí no bar, era pessoal da Universidade, da Prefeitura, então não tinha problema, era uma turma sempre certa, era de um nível mais alto, então o pessoal mais da volta não chegava, então eu não tinha problema não...

Porque o pessoal desiste de bar por causa da bagunça, né?

É, mas eu nunca tive problema não, porque o nível das pessoas que vinham aqui já era um nível melhor, então...

Mas mesmo assim achou melhor mudar?

É... eu... por causa que o meu ramo antes daquela época era bem diferente, eu trabalhava com transporte, então parou o negócio que eu tinha, era um negócio certo, eu tinha três carretas trabalhando, aí parou aquele negócio aí eu disse “eu vou parar também”, aí eu ia ter que viajar, viajar eu não queria, e eu tava com as filhas na Faculdade também, então eu tinha... aí eu resolvi parar, comprei aqui, e daqui eu saía às sete horas, tinha que levar as filhas na Faculdade, porque naquela época as filhas não andavam na rua como hoje, então eu tinha que levar e trazia, aquela coisa toda, né...

Mas o negócio com transporte começou em que ano?

Ah, começou cedo...

Em sessenta e poucos...

Ah foi... foi logo que eu saí do quartel, eu saí em sessenta e cinco, então faz

cinquenta e cinco anos...

cinquenta e cinco...

Eu saí e fui morar pra fora, nós tinha armazém pra fora, então eu entrei no transporte também, tinha armazém e transporte.

Aham...

Daí foi aumentando a frota, no final eu tinha cinco caminhões...

É?

É...

Pô... E fazia mais esse abastecimento pra zona da colônia mesmo?

Não, não, eu trabalhava mais com o transporte era de leite...

Leite...

Fornecia Rio Grande com leite, quando começou a COLAT, agora é COSULATI, então quando começou a COLATI, eu comecei, eu entrei na, na... inclusive eu fiz parte da diretoria lá, aí eu tinha entrega de leite em Rio Grande, aqui em Pelotas eu tinha entrega de manteiga, eu tinha entrega pra Porto Alegre também, então eu fazia coleta de leite também...

E o armazém da família era onde?

Era na entrada de Capão do Leão, na antiga estrada que ia pra Morro Redondo, Jaguarão, era bem na esquina, mas não é da sua época, aquilo ali era passagem obrigatória, quem ia pra Jaguarão dobrava à esquerda, Jaguarão, Pedro Osório; quem seguia ia pra Canguçu, Morro Redondo pela estrada antiga, nosso armazém era bem na encruzilhada ali.

E a pior época de trabalho aqui, qual foi?

A pior época? Olha, não teve pior época... agora não tá bom pra ninguém né... Mas hoje, hoje quem toma conta aqui é meu filho, agora ele tá de férias... Eu continuo, mas... agora, quando eu me aposentei, foi em oitenta e dois, eu passei a firma para o nome da minha esposa, agora meu filho trabalhava fora, resolveu trabalhar aqui, então passou a firma para o nome dele, tá no nome dele e da minha esposa, que ela continua ainda, e eu tô de lambuja aqui...

De lambuja? Mas não é um sacrifício?

Não, não... Eu só não cumpro de manhã, de manhã é ele que abre, o resto dos horários eu cumpro bem, saio daqui ao meio dia, depois volto às duas e vou até as sete...

Mas hoje tá, tá ruim seu Carré?

Não, não tá ruim, eu não posso me queixar, esse ano mesmo, de dezembro, foi o

melhor ano desde que eu tô aqui.

Ah é?

É, vendemos muito bem em dezembro, muito bom o movimento de dezembro. Janeiro e fevereiro sempre dá uma parada...

Tem essa conversa da reforma agora aí, né? Tão dizendo que...

É... nós vamos aguardar pra ver, mas não tem nada ainda, assim, com a gente não conversaram nada ainda.

Ah, não? Não acertaram ainda, vocês nem viram o projeto...?

Não.

Porque vem coisa aí, né?

Não, acredito que... pra mim não tem problema, o meu ramo não vai... eu tô aqui a muito e nunca atrasei pagamento, tô em dia com o aluguel e tudo, então acredito que pra mim não vai ter problema, agora aqui dentro tem muita gente com irregularidade. Tem banca invadida, tem banca vendida, a banca aqui pra se vender dentro do Mercado, isso aqui é da prefeitura, então pra você vender tem que fazer a transferência na Prefeitura, mas eles vendem aqui entre eles... Então eu acredito que com essa reforma eles vão aproveitar pra resolver essas irregularidades, porque tem muita irregularidade aqui dentro, teve pessoal que invadiu banca, que tava fechada, eles invadiram, a gente não sabe como que vai ser... se for um Secretário capaz ele tá com a faca e o queijo na mão pra acertar a coisa, porque tá na hora de acertar... tem banca fechada, tem dez ou mais banca de sapato... então vai haver... acho que vai haver modificações, vamos ver... Aqui no Mercado, sabe o que precisa no Mercado? O Mercado tem que ter um açougue bom, como tinha antigamente, agora tem esse picareta, não dá pra comprar carne... tinha que abrir um açougue bom, um Moreira, um açougue de confiança. Essa frente aí, essa frente é muito bonito, fazer como... você conhece Montevideú?

Não.

No Mercado de Montevideú tem umas *parrilladas* lá, que dá pra botar ali na frente com cadeiras e coisa, fica muito bonito, mas aí teria que ter banheiro, então... quando iniciaram o projeto, que foi no tempo do PT, eles queriam fazer isso sem banheiro, não tem cabimento! Você vai com sua esposa numa *parrillada* aqui e o banheiro é lá no fundo...! Então tem que dar condições, tem como fazer uma coisa boa daí.

Sim.

O Mercado é muito bem localizado aqui, né? Bem no centro da cidade, é muito bonito, vamos ver... O pessoal que vem à Pelotas dificilmente não vem ao Mercado, vende muito pra fora, meu ramo mesmo vende muita coisa pra fora. O negócio é... é meio gozado... Eu conheço o Mercado de São Paulo, Santa Catarina, muitos mercados eu conheço, mas são capitais, Porto Alegre... aqui é interior, então, o negócio de sapato: colono praticamente compra só no Mercado, então tem cem casa de sapato ou mais aqui, mas tudo vende... é claro, tem que diminuir, colocar outros ramos, mas não dá pra pensar em botar como era

antigamente, por exemplo, verdura, porque o Mercado não vende mais.

Por causa da concorrência?

Por causa da concorrência, quantos tem grande aqui na volta... tem o Bonow aqui, tem o... na outra esquina tem o Cachoeirense, tem o supermercado, então o cara abre uma coisinha pequena aqui no Mercado, o cara não tem como, não tem condições mais. Então tem gente que tá muito desencantado nessa parte, não dá pra querer copiar uma coisa de capital, vai em São Paulo, por exemplo, tem uma banca lá que vende só bacalhau e azeitona, agora você imagina querer colocar uma banca aqui em Pelotas que vá vender só bacalhau e azeitona?

[risos] sim...

O cara morre de fome. Não dá pra querer copiar nada, o cara tem que ser...

Tem que ser criativo.

Tem que ser criativo, tem que ser uma coisa muito bem estudada, isso tem que ser.

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Nome:	ATIVIDADE:	LOCAL:	DESDE
<i>Seu Gilberto</i>	Barbeiro	Loja 12 (Mercado)	(ANO): 1958

DADOS DA ENTREVISTA

DATA:	HORA:	DURAÇÃO:	LOCAL:	ARQUIVO:	TAMANHO:
07/01/2009	17:23	00:12:29	Loja 12	Seu_Gilberto.wav	23414 KB

Quando você começou seu Gilberto?

Olha, eu comecei... eu tô no Mercado desde guri, eu era engraxate, aí eu fui na banca de peixe e no salão de barbeiro aqui em frente ao banheiro, ficava na porta, eu era engraxate, e o dono do salão perguntou se eu não queria aprender a trabalhar de barbeiro, eu disse que sim e aprendi e comecei a trabalhar de barbeiro, daí depois eu vim pra cá.

De engraxate...

Eu aprendi a barbeiro.

Mas isso faz bastante tempo...

Ah, isso foi nos anos de cinquenta e oito, sessenta e pouco...

Tu eras praticamente um guri...

É... de engraxate eu ficava aí na volta, vendia jornal... sempre aí no Mercado, ficava aí na volta aí...

Mas o senhor tinha o que, doze...

Nessa base aí, eu tenho 62.

Tu eras pequeno e depois viesse a ter aqui, esse ponto?

Aqui faz 24 anos. Eu saí dali e aprendi ali, trabalhei nos dois salões que tem ali, atendia de cá, no Almeida... trabalhei nos dois. Depois eu fui pro quartel, saí e pequei no outro lado lá, nos dois salão também, pegado ao Oliveira, aí eu vim pra cá faz 24.

Então tivesse no quartel bem na década de 60 mesmo...?

Meia meia [66].

Ficasse um ano?

Não. Dez meses, dez meses...

[Pausa] E... Na época do incêndio mesmo, tu já estavas aqui na época do...

Tava do outro lado. Tava lá do lado do Oliveira. No Celso, acho que é Celso o nome agora, né?

Não sei, ali eu ainda não sei...

Acho que é, ali eu trabalhei dois anos, de 69 a 70. Tinha até a Copa do Mundo naquela época...

Mas ali tu não alugava a cadeira?

Não, eu trabalhava por comissão.

Mas hoje o negócio é teu mesmo?

Aqui, aqui eu alugo da Prefeitura, né?

E como é que foi, bom... não tinha nada teu e... [Algumas meninas, aparentemente garotas de programa, entram no salão e, conversando alto, procuram objetos pessoais guardados em uma gaveta]

Eu alugava cadeira ali do outro lado, depois pegou fogo... Lá dentro não sobrou nada, aqui fora ficou tudo inteiro né...

Mas tu tinhas uma cadeira já...

Não, eu alugava, eu trabalhava de aluguel...

O negócio de alugar cadeira é como... como se fosse trabalhar de sócio com o dono...?

É, [trecho inaudível pelo burburinho das meninas, mas onde o entrevistado explica que alugando a cadeira do salão paga-se um valor para trabalhar e fica-se com o restante, portanto é um sistema diferente de ser empregado do salão, como normalmente ocorre hoje].

Qual foi então a melhor época de trabalhar aqui no Mercado?

A melhor época do Mercado pra mim, pra mim foi a dos ônibus, quando tinha lá...

O terminal?

Isso, o terminal lá do outro lado, ali tinha movimento. Os camelôs movimentou aqui também, só que tava mal organizado aí né? Não dava pra ficar mesmo... Agora os ônibus era bom, eu trabalhava ali do lado, então os ônibus passavam bem na frente, tal que dava um bom movimento de gente.

[As meninas discutem alto algo relacionado a dinheiro e Seu Gilberto pede silêncio, com um pedido de “desculpa” elas param e saem. Na sequencia entra uma outra menina, um pouco mais velha e mais educada].

Oi Deise.

Deise: Oi...

Dava movimento de gente, então a gente fazia, ganhava freguês assim, né? Gente que vinha no Mercado e tal. Quando saiu os ônibus dali caiu um monte um movimento... Os ônibus era bom, era bom...

Mas... O pior momento então?

O pior momento foi quando queimou, quando incendiou, né? A Prefeitura arrumou uma casa pra nós, onde fica esse banco aí, que tem só a fachada, o Unibanco, sabe?

Sei... Vocês foram para ali?

Nem todos, alguns foram, outros não...

E agora tem essa reforma aí, né? Mas parece que ninguém vai precisar sair, é isso?

É, o Prefeito tá dizendo isso... Parece que tem muita sapataria e coisa, aí eles querem mudar... Quem não tiver em dia também...

Vocês pagam um aluguel, por mês?

É, a gente paga um aluguel. Mas acho que a Prefeitura vai negociar a dívida né, vamos ver como vai ser...

E se tiver esse processo aí, de remover uns... Tu vai querer continuar?

Eu vou querer continuar, né...

E o que tu vais dizer pra eles?

É, eu... a gente ainda não sabe o que eles vão fazer, mas quando tirar vai ser horrível, né? Tá certo que tem que modernizar e tal, mas... não pode deixar pior, né? Se me tirarem daqui...

O que tu podes dizer, porque tu és importante para o Mercado?

O barbeiro no Mercado tem muitos anos, né...

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Nome:	ATIVIDADE:	LOCAL:	DESDE (ANO):
Seu Antonio Real	Ex-comerciante (bazar)	Bancas 06 e 07 (Mercado)	1948

DADOS DA ENTREVISTA

DATA:	HORA:	DURAÇÃO:	LOCAL:	ARQUIVO:	TAMANHO:
08/01/2009	09:14	01:04:18	Sua residência	Seu_Antonio.wav	120589 KB

Não. É da Universidade...

Sim, mas é jornalista?

Não. É história.

Ah, história...?

É, história, patrimônio e... patrimônio e memória. Patrimônio e memória que a gente estuda...

Sim.

Que é o Mestrado que tem agora, na Universidade, então é uma pesquisa da Universidade... Até hoje não me adaptei bem com esse gravador...

Heim?

Até hoje não consegui usar direito esse gravador, mas acho que a gente vai... vai bem.

É?

Então o senhor é de Barcelos em Portugal?

Sou, sou Freguesia de Abade de Neiva, freguesia, sabe o que é freguesia lá?

Não... é uma cidade?

Não, não... é um lugar, como Areal vamos dizer...

Aham.

Aqui se diz Areal, Fragata... lá é freguesia, eu sou de Abade de Neiva, quer dizer, tem Abade de Neiva, Santa Leocádia, Carrapeços... tudo são lugares, né? Faz de conta que é como Areal, Fragata... Então eu sou de Abade de Neiva, Conselho de Barcelos, não, Distrito de Barcelos, Conselho de Braga, Portugal.

Conselho de Braga...

É, Conselho de Braga...

É lá que tem o Santuário de Bom Jesus do Monte, né?

É... é de Braga! A maior festa que tem em Portugal é lá... A Igreja que tem é no alto... é a de Braga...

Isso.

E são trezentos e sessenta e cinco degraus pra subir lá em cima. E tem gente lá, que são muito devotos, né? Então fazem promessa, quando tem qualquer coisa, fazem promessa pro santo, pra Bom Jesus, pra Santo Antonio, pra esse pra aquele... e quando é vão de joelhos, as mulheres principalmente, vão de joelhos, degrau em degrau de joelhos e quando chegam lá em cima no fim estão sangrando, agora algumas botam uma toalha assim... essa é a vida lá... em Bom Jesus de Braga.

Na sala da minha casa tem um painel grande, mostrando o Santuário de Bom Jesus do Monte, que meu avô trouxe...

Ah é?! Ah, teu avô era português?

Sim, ele é que veio de Póvoa, Póvoa do Varzim...

É... Póvoa do Varzim... É lá que o primeiro banho, que os noivos, que eles vão lá na Póvoa do Varzim pra meter debaixo d'água, e pegam as crianças pra meter debaixo, como é que é, das ondas, que é pra sorte... Pra sorte!! [risos], é... tem essas coisas...

Mas então o senhor veio de lá, o senhor se lembra que idade tinha, que ano foi?

Quando eu vim?

É, quando veio de lá.

Eu vim com quatorze anos, eu vim fazer quatorze anos em Pelotas, né?

Veio direto pra cá?

Sim. Peguei o navio no dia 1º de setembro e cheguei no Rio Grande dia 21, levei 21 dias pra chegar. Do Rio Grande, descemos, peguemos um barco, eu vim de trem até Pelotas.

Já tinha alguém lhe esperando aqui?

Não, eu vim junto com parente, e um irmão... um que já estava aqui e foi passear lá e me trouxe pra residir aqui. Vim eu e meu irmão mais moço, meu irmão onze anos veio fazer aqui.

E qual foi seu primeiro emprego, então, quando chegou aqui?

Armazém.

Armazém? Mas não era ali no Mercado ainda?

Não, não, foi ali, uma quadra, quem vem de lá pra aqui, ali da Catedral, uma quadra. E morei, morei *solito* lá, porque o patrão era solteiro e lá era só... só tinha um galpão, só tinha cozinha, não tinha casa de família, não tinha nada, então tinha muita lenha, naquela época se vendia muita lenha, muito carvão, querosene também... Então tinha um galpão confortável, a empregada emendou uns sacos, sacos de lona, emendou, arredaram o *carbon*, botaram a cama e eu fiquei lá, o carvão do lado e eu deitado [riso].

E quando é que começou no Mercado?

Ah, o Mercado foi em 48.

48?

É, 1948.

E como é que foi, como é que começou lá?

Heim?

Como é que foi, como é que começou lá?

Ah, comecei com, com... comprei uma banca lá, que tava vazia, e montei um buteco lá.

Aham... Comprou uma banca que tava vazia?

Foi, mas antes disso eu tive trabalhando... trabalhei seis meses nesse armazém, depois então eu fui trabalhar na Confeitaria Abelha, sabe onde é a Abelha?

Não.

Ali, sabe onde é a Transmontana agora?

Aham.

Era ali. Ali eu trabalhei e morava nos fundos da Confeitaria. Depois então eu saí da Confeitaria e fui trabalhar no Armazém na Gonçalves Chaves, trabalhei de empregado. Depois andei trabalhando de empregado... me empreguei de vendedor, do Armazém e Atacado, depois então eu fui andando de vendedor e tinha esse boteco, lá perto da Igreja da Luz, uma quadra da Igreja da Luz pra cá, né? É lá que eles queriam vender... e eu era solteiro ainda, era um rapazote, queriam vender e eu comprei, também era um *galpon* lá, era uma fábrica de tijoleta ali e tinha fechado, então o dono tinha um filho, fizeram lá e botaram um boteco, era só um *galpon*, e tinha as armação, né? Aí eu comprei junto, e tomei conta. Trabalhei dois anos *solito*, o *galpon* era a divisão era um quarto, a divisão das *parteleira*, encostava a meia, e eu comia de fora, né? Tinha um *fogon*, a única coisa que tinha era um fogãozinho, que era acaso de dar café pros empregados quando tinha a fábrica de mosaicos, né? Trabalhei dois anos *solito*, aí eu me casei. Tu sabe como é que eu fiz? Tinha lá, eu fiz duas peças, duas peças de madeira, né? Comprei guarda-roupa, uns movezinhos qualquer, *fogon* e tal e aí eu me casei, mas trabalhei dois anos *solito*. Aí foi quando nasceu a minha filha, e o meu filho, que já faleceu, o mais velho, e o outro nasceu aqui... o meu filho mais moço nasceu

aqui em frente, que eu morava aqui...

Mas isso foi depois?

Heim?

Foi bem depois, que ele nasceu?

Sim, ele nasceu em 55. Aí, sendo assim, um vizinho lá, ele tinha um açougue no Mercado, descia do bonde, ele morava lá perto da Igreja da Luz, descia do bonde, vinha do Mercado... eu tô contando não sei se...

Não, tá certo.

Se é isso que tu quer...

Agora vai começar a entrar onde eu quero.

É? [risos] Aí ele disse pra mim, era português, ele disse “vem cá homem, tá muito pequeno isso aqui”, que eu tinha era muito pequeno o lugar e tinha muita mercadoria e eu costumava ter muito freguês, trabalhava muito, “isso aqui está muito pequeno, tens que arrumar uma outra coisa aí...”, e eu disse “olha, o que que eu vou fazer...”, aí, aí tinha uma... na outra... perto do... sabe onde é o campo do Pelotas ali?

Sei, sei.

Uma quadra antes do Pelotas, na Argolo, na Gonçalves Chaves...

Aham.

Não, Anchieta, Anchieta, ali um terreno pra vender, aí quer saber, comprei o terreno e construí e então eu me mudei pra lá. Lá depois trabalhei, trabalhei, fiquei casado, vendi, comprei o terreno em frente à Igreja da Luz e botei outro boteco lá em frente à Igreja da Luz.

Aham.

Aí sim, lá também tinha muito serviço, trabalhava muito e tinha a minha cunhada, que tinha uma banca de verdura no Mercado, falou pra mulher: “porque vocês não vão para o Mercado, porque o Mercado...”, porque eu era muito atacado, trabalhava muito, “lá vocês tem os domingos, por caso que não trabalha os domingos de tarde, não precisa fiar”, porque eu tinha muito fiado, deixei dinheiro naquela Luz que foi muito sério, perdi muito dinheiro lá, ganhei dinheiro, mas também perdi, tem muito filho ajudado por mim lá na Luz, aí ela recomendou e eu disse “olha quer saber duma coisa, eu vou mesmo”, aí eu disse que queria vender, já veio um cara, vendi e me fui pro Mercado, foi 1948, que eu fui pro Mercado.

No Mercado não precisava vender fiado nem trabalhar no domingo? Era uma clientela melhor?

Naquele tempo tinha armazém na rua, tinha que fiar, porque senão não vendia, tinha que arriscar, e lá no Mercado não, porque era ambulante, não tinha, naquele tempo não tinha

supermercado, não tinha nada, então vendia muito, barbaridade! Lingüiça, fim de ano comprava cento e tantos quilos de lingüiça e vendia tudo, fim de ano pra churrasco e tudo, aquelas coisas...

O senhor vendia tudo isso, lingüiça...

Ah? Tinha tudo, tinha tudo...

Vendia peixe também?

Peixe não, só comida, bacalhau, bacalhau vendia muito...

Ah, vendia bacalhau?

Numa ocasião, o bacalhau vinha em caixa de 50 quilos, e no fundo duma caixa veio um bacalhau desse tamanho, grosso, botei na balança e deu 10 quilos e 200 gramas, contando ninguém acredita.

O que mais o senhor vendia?

Tudo. Comida e bebida, vendia tudo...

E da onde o senhor comprava pra vender?

Tinha coisas que eu mandava vir do Rio, São Paulo e o resto vinha daqui dos atacados, aqui tinha os armazéns e atacados, e tudo...

Onde eram os atacados?

Ah, tinha... o maior atacado que tinha aqui era o Joaquim Oliveira, que era lá na Manduca Rodrigues, lá no...

Fragata.

É. Não, lá na...

Três Vendas.

Quem vai pra Três Vendas. E o Xavier Irmãos, que era aqui em frente à Usina, nos fundos da Usina, também era um grande atacado, tinha Ferreira & Irmão... Tinha, tinha uma porção... Tinha os Treptow, também era atacado, tinha muita coisa aqui...

Xavier depois virou supermercado, né?

Sim, foi, foi justamente, o primeiro que botou aqui, na Floriano. Depois o Xavier vendeu, vendeu pro Joaquim Oliveira. Agora o Joaquim Oliveira vendeu pros americanos, os americanos que tomaram conta [risos].

Mas quando o Xavier abriu é que o Mercado começou a cair, né?

Ah sim, quando ele começou a surgir diminui o serviço, mas eu sempre teve né? Eu perdia... eu comprava direto, pimenta em grão, cominho em grão, e moía, lá na banca, tinha máquina de moer, né... e vendia muito, vendia, até no bonde, naquele tempo tinha o bonde né, eu vendi muito tempero por causa do cominho e pimenta, porque, por exemplo, tu ia lá na banca, uma senhora, um freguês, uma pessoa qualquer comprava cominho e pimenta e tava sentado e outro dizia “ué, mas que cheirinho bom, de cominho...” / “ah, sou eu, que comprei um tempero...” / “ah é? E donde que tu comprou?” / “comprei *assim, assim...*” (dizia onde é que comprou, né), quando era por ali um dia me vinha assim “aqui é a banca do seu fulano *assim, assim... Seu Real?*” / “é sim” / “é o senhor que tem cominho e pimenta...?” Mas isso foi em quantidade de vez que aconteceu... o próprio cheiro do tempero...

...era a propaganda.

Era a propaganda. Mas eu tinha em quantidade de coisa, o pessoal dizia “vai lá na banca do seu *assim, assim*, que lá tem...”, e o pessoal vinha, porque eu tinha de tudo, tu procuravas um artigo que não tinha eu digo “olha, eu não tenho, mas amanhã ou depois eu tenho”, daí eu tomava nota daquele artigo que pediu, fosse lá o que fosse, eu já comprava. Comprava pouco, se não saía, se saía muito comprava muito, mas agora o que saía pouco comprava pouco, mas tinha de tudo. Foi afamado, lá no Mercado foi afamado.

E as outras bancas o que que vendiam? Vendiam de tudo também? O que que vendiam?

Não. Lá mais era fruta, fruta e verdura. A única banca era eu... tinha três bancas de comércio, mas a mais forte era a minha.

Pelo lado de fora sempre teve barbearia né?

Pelo lado de fora... lá dentro não... até hoje tem.

Qual foi a melhor época de trabalhar lá? E a pior?

Olha... a melhor época de trabalhar foi... desde que eu foi até 86, inclusive teve o incêndio né... Que foi em 69... tivemos seis meses parados. Construí tudo de novo, quer dizer que nós perdemos tudo, eu não perdi porque eu tinha seguro, né? Mas o mais todo mundo perdeu, ficou só as paredes.

O Mercado era mais bonito antes do incêndio?

Não... era a mesma coisa, só foi... a estrutura do mercado foi modificada... porque tinha os corredores *assim*, e tinha banca de um lado e banca do outro, agora foi modificada né... pois que a estrutura...

Tinha mais corredores lá dentro...

Tinha, tinha mais corredores... na volta inclusive.

E como é que o senhor ficou sabendo do incêndio?

Olha, eu tava deitado, eu morava aqui nessa outra rua... eu tava deitado e... vinha

moleques que passava aí e... [batidas na mesa] e batiam na janela, o meu quarto era na frente ali, aí quando eu levantava eu dizia “Oh, que filho da puta!”. Quando incendiou o Mercado, bateram na porta [novas batidas] “seu Antoninho, seu Antoninho, o Mercado pegou fogo” / “vai pra puta que te pariu, filho da puta!”, pensei que era sacanagem, né?, “não seu Antoninho, não tô brincando não...” / “Vai te embora vagabundo!” / “só abre a janela que o senhor vai ver...”, foi aí então que eu abri e “olha aí, olha aí...!” eu olhei e “puta...!”, que eu só vi aquela labareda...! Aí eu levantei e fui né... quando cheguei lá já tava quase tudo no chão...

Aham... mas o senhor ficou mais tranquilo porque tinha o seguro?

Sim... mas foi uma barbaridade! O prejuízo foi muito mais do que o seguro... o seguro foi pequeno.

Aí o pessoal montou umas bancas ali na rua, ficou trabalhando ali na rua, né?

Ah, sim, alguns, eu não. Onde tem a padaria, ali na esquina, era uma casa ali, donde... não tinha casa, tinha ali ao lado, e ali tinha um bar, então ficou umas peças lá, assim, de madeira ainda, então tinha alguns que botou negócio ali...

O senhor não?

Eu não.

Ficou só esperando os seis meses...

Seis meses jogando sueca, como sempre, como até hoje... até hoje todos os dias bato carta lá no Centro, no Centro Português.

Que idade o senhor está?

Eu vou fazer agora noventa e cinco, em junho...

O senhor tem certeza... que é tudo isso?

Ué, eu nasci em 1914.

Porque não parece, né...

Pois que ninguém acredita, pensa que eu tô mentindo [risos]. Pois que eu perdi, perdi a mãe com quatro anos... morreu na espanhola... Meu pai tinha alambique, então eu é que cuidava do alambique, era molecote, tinha perto de dez, doze anos creio eu, eu não me lembro, porque vim pra cá com quatorze, devia ter mais ou menos doze ou treze anos. Eu sei que eles tavam na lavoura trabalhando e eu é que ficava tomando conta do alambique, tinha um termômetro, e só botava lenha, botava o bagaço naquele tubo, né, e aquilo ia fermentando e corria aquilo, corria assim, então com o termômetro que tinha... uma, a primeira saída era pra uma vasilha, a segunda... ela ia fracassando né... eram três vasilhas grandes, aí depois eles mistura... não sei como eles faziam né, faziam a mistura lá pra depois vender. Então quando depois, quando já tava pronto pra mudar, então eu gritava “tá pronto! Tá pronto!”, daí vinha um grande, que eu não tinha força pra, pra... movimentar o tubo, né, aí enfim enchia de novo, com novo bagaço e ia fervendo. Essa era a minha vida! E já trabalhava também, já ia pro

campo, capinar com os grandes, e já tava aprendendo a podar também, as parreiras... botava a escada e junto com o pai, o pai ia dizendo “corta assim, faz assim...” e eu já ia aprendendo. E assim foi a minha vida...

Até que teve essa idéia de vir pra cá, aos catorze anos...

É, eu vim pra cá, nós não tinha necessidade porque meu pai era mais ou menos, tava bem, né, mas ele era viúvo, há vinte anos... Isso... eu tinha quatorze anos, eu perdi a mãe com dez fazia vinte anos que ele era viúvo né? Aí ele casou, morreu o vizinho lá e ele casou... e essa vizinha, ela tinha um filho, aí eu morava junto com o meu irmão, aí ele casou e foi pra casa da mulher né, e eu fiquei na casa donde nós morava né, aí eu fui pra casa da madrasta, aí ela tinha um filho que era muito mimoso, então às vezes a gente tava brincando, coisa de moleque né, aí ele se pisava, coisa parecida, então ele saía e “oh mamãe, mamãe...!””, aí ela ficava braba e fazia queixa pro velho, e o velho com uns pontapé na bunda, puxão de orelha, mas por causa do guri, e aí eu ficava brabo, chateado... Aí eu inventei um dia... inventei de fugir pra Espanha. Lá tem a colheita de centeio, que eles empilham a palha de centeio do verão pro inverno né, então ficava alto do chão, aí, aí eu me enfiei debaixo daquilo e fiquei. Quando foi de noite, cadê o Antonio que não aparecia? Ai, cadê o Antonio...! Aí quando eles calmaram tudo eu levantei e entrei em casa... [risos].

Nem chegasse a fugir pra Espanha então?

Mas... eu era um molequinho! Então eu vim pra cá por causa desse guri, e quando esse, era meu parente, era primo... ele morava aqui, tinha venda, tinha armazém e tudo, ele foi lá visitar a família e aí pedi pra ele... chuleei⁴¹ pra ele, aí ele disse “tu quer ir? Vou falar pro teu pai...”, aí ele falou pra ele e ele acabou aceitando... Quando eu tava me preparando pra vir embora meu irmão começou a chorar, ele era o mais moço, tava com 11 anos ele, começou a chorar, queria vir, queria vir... aí ele disse assim “quer saber, ele vai como meu filho”, então viemos os dois, eu com quatorze, ele com onze.

Mas esse seu irmão não é mais vivo agora?

Ela já faleceu. Era o único, era o mais moço, nós era sete, só tem eu pra fazer... minha... o meu irmão mais velho já faleceu, também faleceu com noventa e seis, ele, e a minha irmã, era mais velha, já foi a muito tempo, e as minhas outras irmãs vivas, três, já se foram também... fiquei só eu pra contar história [risos].

Pois é isso seu Antonio... Estão aí gerações e gerações lá no Mercado, da família...

É, eu saí do Mercado, e depois o negócio foi seguindo. O meu guri mais velho, ele tava trabalhando, ele é economista, né, ele tava trabalhando num escritório aí e ele queria, queria trabalhar... aí ele comprou uma banca, eu tinha uma banca no Mercado, lá... adonde é hoje, né, ali, pro lado da Rua Andrade Neves, e em frente tinha uma banca, mas eu vendia fruta, eu tinha vendido a banca de armazém e tava só com frutas, e tinha um armazém em frente, do lado de cá, donde que tá a banca, né, que pra vender, aí eu fui, falei, comprei... a banca, meu guri comprou a banca de frente... eu fiquei eu dum lado e ele do outro. Mas nesse

⁴¹ “Chulear (v.): Estar na expectativa ou na esperança de obter alguma coisa.” (AULETE, Caldas. Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa. 2. ed. Rio de Janeiro: Delta, 1964. I v. p. 790)

meio quando incendiou o Mercado a estrutura do Mercado mudou, então nós ficamos a banca juntos, porque ali tinha um corredor, a banca dele era dum lado e eu era do outro e tinha um corredor assim né [separando-as], então depois a estrutura de reforma mudou e ficamos juntos, então tinha que botar uma parede para dividir a banca, né, aí resolvemos trabalhar os dois, então terminei com a fruteira e ficamos com o armazém, ficou uma só, trabalhando de sócios, aí eu me aposentei né e quis vender, porque meu guri tava meio doente, aquela coisa, aí eu fui e falei pra ele, “vamos vender esse negócio aí porque eu tô aposentado, tu andas ruim”, ficou nisso e tal quando foi um dia, dali a dois dias ele me disse “não pai, vamos fazer assim, eu compro a sua parte, eu vou ficar” e eu digo “mas como é?” / “sabe, o Nato, ele precisa trabalhar, e ele não sabe mais nada, a única coisa que ele pode fazer é isso, *e coisa...*”, então eu peguei e vendi a minha parte pra ele, nós era sócio, né?

Sim.

No fim do mês nós repartia o lucro, tanto pra ti, tanto pra mim, né... aí eu saí, ele ficou, ele mudou, mudou a firma, que a firma era Real & F°. , e continuou Real e F°. né, só o meu nome passou pra o meu neto, ele ficou de sócio, e aí que aconteceu isso que aconteceu que ele faleceu.

O seu Nei, né? Que era seu filho. Ele faleceu...?

É, tu não chegou a conhecer ele, né?

Não, eu não.

Tem três anos, três pra quatro... Aí ele se foi... Aí ficou o Nato, o Nato ficou sozinho. Ele é muito malandro, ele dorme toda a manhã, ela é que vai abrir a banca e ele fica dormindo, ele virou malandro, poxa...!

E ela gosta de trabalhar ali, né?

Sim, ele não trabalha [risos]. O direito era ele que tinha que ir e ela ficar em casa cuidando, mas ele é que fica em casa dormindo e ela que tem que ir trabalhar... tá errado! E tá perdendo a banca...!

É?

É, que tão se queixando muito, que não dá, não dá, que tá ruim *e isso...* que também ele não trabalha, porra! Ele bota até estranho lá trabalhando! Eu não falo nada, que faz muito tempo que eu não vou lá, as minhas pernas estão entregues... sempre de bengala, então nem tenho ido lá, e falta muita mercadoria, sabe, não tem... E era uma casa que vendia bacalhau, porra, se vendia...! Mas agora eles deixam faltar... “não tem”, seguido deixam faltar, quer dizer que eles vão noutra casa, né?

Aham...

Porque o armazém, ele tem que ter de tudo...

Aham.

O que vende mais compra mais, o que vende menos compra menos, mas sempre tem, e quando abre o bacalhau, manda vir quatro ou cinco caixas, quando vai abrir a última já faz o pedido, pra não faltar nunca, porque a pior coisa que tem [é] dum armazém dizer não, é o grande prejuízo. A mesma coisa é abrir tarde, se quem vem de manhã chega na banca tá fechado, chega no outro dia tá fechado, aí ele vai embora e “ah, eu não vou mais lá, tá fechado...”, e vai noutra!

É...

Porque quando eu entrei pro Mercado, abria o Mercado às cinco horas, e eu tava lá donde tinha que tá, todo mundo tava, não era só eu, porque ali não tinha aquelas cortinas de fechar, era tudo aberto, quando batia o sino pra fechar o pessoal via, tinha o ronda que via se faltava... se tinha alguém lá dentro ele botava pra fora né, depois cada qual proprietário ia saindo né. E de manhã tinha que tá tudo, senão abria o Mercado e não tava, o cara passava e roubava, tinha muitos lá que deixava roubar porque se atrasava às vezes, né. Quer dizer que cinco horas tava todo mundo lá esperando que abrisse.

Pois é, seu Antonio, então vamos torcer pra que melhore o Mercado, que aconteça essa reforma dessa vez...

Os restaurantes que tinha ali, na volta do Mercado, o Pátria, até a sociedade ia almoçar lá. Tinha o Pátria, tinha o Guaíba, tinha... tá tudo fechado, parece que só tem um! Barbearia sim, parece que ainda tem muita, mas os restaurantes tá tudo fechado... Tinha o Restaurante Pátria que até gente da elite ia almoçar lá...!

E devia ser onde hoje talvez seja uma barbearia, talvez...

Era pro lado do... O Pátria era pro lado do...

Da Prefeitura?

Era ali pro lado da... do Largo Edmar Fetter, na entrada, de quem entra ali no lado da Praça...

Ia gente “da alta” comer ali...

Da alta, almoçar lá...! Ia muita, muita gente, tinha muito, muito movimento... agora... terminou tudo.

Mas, dá pra dizer que do lado da Tiradentes era mais pobre e do lado do Largo era mais rico o Mercado?

Não, era igual, era igual na volta tudo, em quantidade de restaurante tinha ali e tudo vivia bem, tudo ganhava dinheiro... Tinha até... tinha um restaurante... [riso] tinha um restaurante ali em frente ao Mercado pela Tiradentes, então colono vinha, vinha de fora, às vezes fazer algum serviço ou coisa parecida, então se hospedava, e tinha a portuguesa no Mercado, pela Tiradentes, que vendia roupa pelo lado de lá, então vinha um alemão, veio da colônia, pernitoou por lá e tal e ela ofereceu roupa, roupa pra ele, que ela vendia né, e ele disse “não quero, não quero não”, e ela “oh, fique, fique, fique!”, quer dizer “fique” era que ele comprasse né? E ele diz “oh *non*, mamãe fica braba, mamãe fica braba” [risos] ele pensou

que ela queria... sabe o que é o *fique-fique*? Em alemão, sabe o que é?

[riso] Ah... entendi, pelo gesto...

O sexo!

É, pelo gesto eu já entendi...

Tu não sabia?! Mas é em alemão...

Não, mas na família não se fala em alemão mais...

Ah... [risos] Mas aí ele disse “mamãe fica braba”... achando que ela tava convidando ele pra fazer *fique-fique*...

Mas era só roupa...

É, tava oferecendo a roupa que ela vendia na banca do Mercado... [risos].

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Nome: ATIVIDADE: LOCAL: DESDE (ANO):
 Secr. Mogar Xavier Secretário Municipal de Cultura

DADOS DA ENTREVISTA

DATA: HORA: DURAÇÃO: LOCAL: ARQUIVO: TAMANHO:
 08/01/2009 11:17 00:59:33 SECULT Mogar_Xavier.wav 111664 KB

[O gravador é ligado em meio a uma conversa já em andamento:] ...inclusive, o Mercado de Salvador, o Mercado Modelo de Salvador, ele tem no subterrâneo dele, ali, uma... o que seria equivalente ao ambiente que a gente... que houve alguma vez, por exemplo, no século XIX, porque o volume, sei lá, maior que essa sala, muito maior, talvez... sei lá, talvez o volume dessa sala aqui ao lado.

Eu já vi aquela cisterna aberta.

Ah, já visse?

Já. Quando o Mercado estava sendo restaurado, naquele primeiro governo do Marro... do Bernardo. O Bernardo fez um concurso...

Na década de 80, né?

Década de 80, fez um concurso público, ganhou o projeto do Jonas Plínio do Nascimento. O Jonas, é... foi eleito o projeto do Jonas. Isso... os projetos foram selecionados, foram colocadas urnas no espaço público e o pessoal votou no projeto do Jonas, que coloriu aquelas guirlandas, aquela coisa toda, que antes o Mercado era todo branquinho e muito velho, empoeirado, aquelas guirlandas eram pontuadas de crosta e de cal, e ninguém notava a existência delas, então esse projeto do Jonas destacou as guirlandas e venceu... E naquela ocasião que a Prefeitura, através da Empresa de Obras do Município estava restaurando o Mercado, numa ocasião eu vi a cisterna aberta... ela é toda de escaiola, é imensa. Tem uns nichos, que é onde eu acho que as pessoas ficavam ali para, digamos, em caso de uma necessidade, colher de balde a água para fazer a limpeza, tinham os nichos ali... Mas isso foi lá na década de 80, lá se vão vinte e tantos anos ou algo mais. Eu não fotografei, eu vi, estava aberta... Bom, mas eu acho que não era disso que... eu nem perguntei pra ti... E as Atas da Câmara, de que ano tu, tu trabalhou?

De 1846 a 1848.

Tá, e depois?

Depois não.

Aquela cisterna é uma decisão posterior à construção do Mercado.

Não, mas já mencionava...

Mencionava. E as atas de 53? Onde tem o relatório...

Do Engenheiro...

...da construção da cisterna e da coleta d'água, que aí já é na década de 50.

Hmm...

Isso está nas Atas de 53.

Eu tive acesso ao relatório do Engenheiro da Prefeitura, de 1860 ou 70, qualquer coisa assim, onde ele faz uma vistoria nas condições das paredes da cisterna e tudo o mais... Mas foi num desses anos, e ali ele dá a entender que a cisterna não estava sendo usada, pois ele teve acesso para fazer o levantamento, e ali ele atesta que mediante algumas reformas ela teria condições de voltar a ser usada... Mas foi nesse ano aí... 1860 ou 70... Mas já em 1848, durante a construção do Mercado, por exemplo, nas atas da Câmara, já se falava em tomar cuidado com o cercamento do... das obras da cisterna...

Certo.

De certo havia uma escavação e uma preocupação em alguém cair... então já se falava nisso... havia uma construção, em 1848. Mas é um volume muito grande então? Uma peça grande?

É, imensa!

É, né?

Imensa. Na verdade, as cacimbas já estavam condenadas naquela ocasião, contaminação do lençol freático, e por isso que a cidade resolveu, e até pensou que a construção da cisterna ia solucionar o problema do abastecimento d'água na cidade. E a principal cacimba era aquela que ficava ali na sete de setembro em frente a rádio cultura. Aquela era a principal cacimba, que também estava contaminada já e... bom... Eu lamento não ter fotografado aquela cisterna naquela ocasião.

Inclusive o projeto de reforma não contempla aquilo lá... E um momento de re-explorar aquela cisterna, não só como um apelo, vamos dizer assim, midiático, sem, sem visar nenhuma perspectiva, mas até mesmo pra dar uma mobilizada nessa coisa da reforma do Mercado, dos interesses a respeito do Mercado, essas coisas assim, tipo “subterrâneo”, sempre atraem a curiosidade, o imaginário das pessoas, da população, seus interesses, né...

O [inaudível] Netto que procura muito os túneis de Pelotas, eu não acredito muito em túneis, mas...

É, isso...

Tem adeptos dessa idéia...

É, agora a pouco eu falei com uma permissionária ali do Mercado que disse que

junto a essa cisterna teria um túnel que a ligaria até a Casa da Banha.

Imagina, que bobagem.

[Risos]. É, atravessaria a Praça Coronel Pedro Osório inteira e...

Aliás, na época, o Conselho, a Câmara teve uma despesa muito grande com o aterramento daquele terreno.

Aham.

Porque o terreno dessa área central a D. Isabel de Pelotas doou o espaço da Praça Coronel Pedro Osório e o terreno onde está, estão os prédios da Prefeitura, da Biblioteca e do Liceu, mas aquilo ali era um banhado. Um terreno que recebeu mais de 80 centímetros de aterro. Alguns lugares até um metro, um metro e pouco. O porão da Biblioteca e o porão da Prefeitura marcam exatamente onde era a altura do solo original. O terreno da Praça do Mercado a Prefeitura adquiriu, custou treze mil e quinhentos contos de réis, o Estado do Rio Grande do Sul aportou dez mil contos de réis. Essa prestação de contas consta das atas de 1853, tu sabes, já debes ter tido acesso... Mas a Prefeitura se queixa da despesa que ela teve que fazer com o aterramento daquele terreno pra construir o prédio do Mercado. Era um buraco. Então é muito difícil construir um túnel, garantir a impermeabilização desse túnel, por causa de nosso lençol freático aqui está a 60 centímetros. Aqui na *Casa 2*, por exemplo, se cavar 50 centímetros encontra água.

Aham.

Encontra água.

E qual seria o interesse também, de fazer uma obra desse vulto...

Bobagem, coisas do imaginário...

Isso. E como sempre ela vinculou a interesses da Maçonaria...

[Risos]. É, bobagem... Eu acho que essa questão dos túneis, a muito tempo eu ouço falar e de vez em quando eu sou entrevistado aqui a respeito dos túneis, mas eu não sei nada sobre os túneis.

Mas essa cisterna... iria atçar o imaginário da população...

O Mercado, o prédio do Mercado tem um projeto consagrado, aprovado. Um prédio que é eminentemente público, explorado pela comunidade. A Prefeitura Municipal não tem nem um espaço sequer, nem pra administração do Mercado não tem, é totalmente cedido aos permissionários e tem sido assim a muito tempo, desde a sua fundação. Mas nada previsto quanto à exploração da cisterna. Isso pode até ser, assim, uma diretriz que o Poder Municipal pode tomar amanhã ou depois. Mas agora, como a cisterna fica, assim, bem no coração do Mercado, na fronteira ali das quatro ruas, imagina como...

Explorar.

...explorar aquilo ali, justamente no cruzamento, na cruz...

É...

Imagina, como?

Uma questão de projeto arquitetônico...

A única coisa que poderia fazer ali seria uma tampa de vidro, né? O projeto não contemplou esse aspecto, até porque o projeto foi feito assim, em parceria com a Universidade Católica, e a Prefeitura teve pouco espaço, tempo para apresentar aquele projeto. Projeto que nunca existiu, existia um levantamento que teve que ser atualizado naquele momento pra depois surgir o projeto. O projeto parte do levantamento. Mas foi vendida no passado uma idéia de que havia um projeto. Quando o Programa Monumenta decidiu que iria alocar recursos para a obra de reforma do Mercado ele pediu o projeto e deu 60 dias. Nós tínhamos 60 dias para apresentar o projeto do Grande Hotel, o projeto do Mercado e o projeto da Casa seis, e a aquisição da Casa seis. Então nós contamos com a parceria da Universidade Católica, do Escritório Modelo da Universidade Católica, que assumiu os projetos complementares, sabe, enquanto aqui o grupo de engenheiros e arquitetos fazia o Projeto Executivo e... o Escritório Modelo prepara a... os projetos...

Complementares.

...complementares. E trabalhando dia e noite pra atender o Monumenta dentro do prazo estabelecido por ele. Conseguimos. Conseguimos, mas, evidentemente não houve tempo para idealizar outras coisas, por causa do prazo e da necessidade de fazer tudo “a toque de caixa”.

Essa cisterna mesmo já deveria constar no próprio levantamento...

Não havia, não havia nada em relação no levantamento...

Mas deveria...?

Lógico.

Então se partiu de algo que já estava, de certa forma, incompleto.

Foi completamente desconsiderada a cisterna. E depois não se teve tempo de fazer mais nada. O que não impede que depois se faça, porque ela está ali, não sei em que estado...

Teve o incêndio em 69 né... do...

Sim.

...do Mercado. Tu já estavas por aqui nessa época...?

Eu vi o incêndio.

Visse o incêndio? Como é que foi?

Foi uma coisa tremenda. Explodia botijões de gás e levantava pedaços do Mercado. Eu estava ali naquela esquina do Banco do Brasil, assistindo, eu era estudante, e me lembro que foi uma coisa... Maior incêndio que já vi na minha vida foi o incêndio do Mercado. Destruí o Mercado, distorceu aquela ferragem, principalmente daquela fronteira aqui da Rua 15 de Novembro. Uma coisa muito séria. Destruí o Mercado.

A causa foi um curto-circuito, né?

É, acho que foi. Mas era um pardieiro... Encontrava gaiola de passarinho... era uma pólvora, aquilo era um negócio tremendo. É por isso que hoje o projeto de restauração do Mercado prevê uma central de gás, gás encanado, proibição dos liquinhos, botijões... porque aquilo ali...

Ainda hoje é perigoso...

Muito perigoso. Não sei se tu... sabes, mas o II Plano Diretor previa a manutenção só da Prefeitura e da Biblioteca Pública. Está lá... Tinha um projeto pra destruir todos esses casarões do entorno da Praça. Está lá, no II Plano Diretor... Obras em concreto, magníficas, numa época influenciada evidentemente pela construção de Brasília, um momento em que se jogava tudo no chão para construir em concreto, influenciado pelos traços do Niemeyer, então, foi uma coisa que percorreu o Brasil de ponta a ponta.

Mas hoje todos, até mesmo os demais comerciantes, representados pela Associação Comercial, que está participando das discussões, entendem que o Mercado pode ser um impulsor da própria atividade comercial no Centro da cidade...

Com certeza, eu me lembro que naquelas reuniões o interesse da Associação Comercial, claro, cumprindo suas atribuições, de ter o Mercado como ícone, digamos da, da representação da atividade comercial no centro da cidade. O Mercado pode resgatar uma Pelotas do Século XIX, uma Pelotas do Século XX, com comércios e espaços para atrair o turista e também a comunidade, representando peculiaridades da nossa produção da colônia, o artesanato, a produção artesanal, que eu acho que... a gastronomia...

Então tu concordas comigo que essas seriam as principais vocações...

Vocações, exatamente... especialmente pelo aproveitamento e pela oportunidade de empresas familiares desenvolverem as suas atividades ali no Mercado. Eu acho que isso urge que se faça e a Prefeitura se preocupa com isso, eu acho que a sociedade organizada também, e a Associação dos Permissionários também está convencida de que precisa se fazer alguma coisa.

Se pudesse identificar um conflito entre todos esses agentes, assim, até porque... não que seja impossível se chegar a um consenso, não seria difícil se chegar a um consenso, mas qual é o conflito principal que poderia haver em relação ao Mercado?

Não, eu acho que o conflito que existe ele é positivo, os permissionários estão conscientes de que alguma coisa precisa ser feita, eles concordam que há falta de público, falta de atração, de oferta, de qualquer forma eles têm que encontrar um meio de convencer a população que o Mercado oferece uma boa oportunidade de negócios, ou de atração turística, ou de atração cultural... Têm que existir esses três aliados aí, me pareceu que os comerciantes

do Mercado estão cômscios dessa expectativa de reverter aquele quadro. Hoje temos uma ou duas atividades que prevalecem no Mercado, né? Parece que não é suficiente para manter aquele ramo e aqueles comerciantes, e parece que por outro lado afasta a população que não tem interesse em comprar calçados, hoje não entra no Mercado, pois o Mercado está oferecendo pouca coisa, a não ser a peixaria, que tradicionalmente ela estaria lá a mais de um século, o resto tá difícil...

Tem açougue...

É, açougue acho que também tem um, acho que não resistiu à concorrência. As grandes redes, o consumidor está querendo outro tipo de oferta, o consumidor está querendo outro tipo de embalagem, os hábitos alimentares mudaram muito nos últimos tempos, há muita concorrência do frango... O Mercado antigamente se caracterizava por ser um grande fornecedor de carne bovina e ovina, na safra do ovino, mas hoje a gente sabe que o mercado das aves divide o mercado das carnes, né...

Talvez esse seja o grande conflito... não exatamente conflito, mas obstáculo, né, como concorrer com os grandes supermercados, e todas suas facilidades...?

Difícil, difícil... Se for pro comércio de hortifrutigranjeiro, o pequeno comerciante jamais vai poder concorrer com uma rede...

Tem o diferencial hoje dos agro... agroecológicos, né...

Sim, e essa eu acho que pode ser uma atividade pro Mercado.

Como um permissionário ali do Mercado me comentava, que tem banca no Mercado de São Paulo que vende só bacalhau e azeitona e isso seria inviável no nosso Mercado aqui...

Yo soy yo y mi circunstancia... Eu acho que Pelotas pode explorar aquilo que ela produz e produz com autoridade, que é a questão do doce, a questão do agronegócio, a questão do artesanato, vejo hoje aquela loja patrocinada pela Fundação Gaúcha do Trabalho que explora o prédio do Clube Comercial [na Rua Anchieta, entre General Netto e Sete de Setembro], ela poderia estar perfeitamente trabalhando no Mercado. Eu acho... é uma produção original, um artesanato local, isso é uma atividade... aquela cooperativa é uma atividade que pode ser desenvolvida dentro do Mercado.

Não tem nenhuma doceria junto ao Mercado...

Não tem. Não tem nenhuma pequena fábrica de doces dentro do Mercado, poderia ter, penso eu, eu não entendo de negócios... Acho que tanto a Secretaria do Turismo pode ter posto assim como a Secretaria de Cultura pode ter também alguma atividade, como mostruário ou espaço pra divulgar a sua programação ou a programação cultural da cidade, tendo um posto ou fazendo parte de um posto, isso faz parte do *mix*, do novo *mix* do Mercado.

Intervenções mais radicais, hoje, não tem espaço pra elas, né?

Não, não tem. Eu acho que uma vez revitalizado o Mercado, restaurado o prédio em si do Mercado, revitalizado o uso, o novo *mix* de atividades, nós precisamos preparar o

entorno. O entorno eu chamo assim, da Rua Sete de Setembro até a Rua D. Pedro II, onde nós precisamos combater algumas coisas. “Nós”, que eu digo, a sociedade organizada, o Ministério Público, a Polícia, a Saúde, a Cultura, que é a prostituição, o baixo meretrício que existe nessa região, os inferninhos, as boates, os motéis...

Que estão começando a se proliferar...

Exatamente, que sempre existiram antes, porque nós temos na história que, na verdade, desde o início o Mercado sempre foi frequentado não pela alta sociedade de Pelotas, a gente sabe que o Mercado... primeiro os escravos, depois os empregados domésticos e aqueles que ficavam na periferia rondando... Bebida, namoro e outras coisas... então, tradicionalmente, e aí eu te falo como pesquisador de história, o Mercado sempre foi muito mal frequentado.

Aham.

Inclusive era chavão, quando alguém queria ofender outra pessoa dizer que era frequentador da volta do Mercado, isso está na história, na melhor história da cidade. Acho que ele sempre foi o centro dos acontecimentos, da graça e da desgraça. Houve momentos em que a desgraça tomou conta dele, nós temos imagens, digamos assim, logo após a libertação dos escravos, os escravos com os tabuleiros no entorno do Mercado tentando sobreviver, mas, transportando pro dia de hoje nós sabemos que nesta região nós precisamos combater este pivete que habita esse lugar, pequenos malfeitores, é... A questão da bebida, o sexo... a sociedade como um todo precisa se organizar e fazer uma investida para melhorar a frequência e dar credibilidade ao Mercado, que vai ser o centro dos acontecimento todos, vai ser o prédio do Mercado, não tenho dúvida nenhuma disso. Nós não podemos convidar um turista pra conhecer o Mercado oferecendo pra ele lixo, e lixo humano, não é possível! Nós temos, como sociedade, que nos organizar para combater.

Sim, não dá pra ser uma atividade destaque né? Porque atividade desse tipo, como bem dissesse né, sempre houve, mas uma coisa é ser a atividade predominante, a única, a que se destaca...

Exatamente, tem horas da noite que tu passas por aqui e contempla uma cena dantesca... não sei... no momento que, digamos o Ministério Público, a Autoridade Sanitária, a Autoridade da Polícia, se ele examinar a atual situação, se ele vai permitir que esse alvará continue válido, a continuação desse tipo de atividade. É uma das coisas que logo ali, e eu tenho conversado com o Ministério Público, o Promotor Paulo Charqueiro tem essa preocupação também, assim que o prédio do Mercado, começar a restauração do prédio do Mercado, a sociedade vai ter que combater, organizadamente... Acho que o prédio do Mercado bem localizado, prédio histórico, belo prédio, do ponto de vista arquitetônico é maravilhoso.

Inclusive comparado com outros...

Sim. Aquela estrutura metálica é fantástica... nem vou perder tempo aqui ressaltando a beleza arquitetônica do prédio do Mercado. Mas nós precisamos encontrar uma atividade que atraia o público, este vai ser o segredo...

Do sucesso.

...do sucesso do prédio do Mercado, e tem tudo pra continuar ali e ser novamente o centro comercial, turístico e cultural, eu não tenho dúvida nenhuma disso.

APÊNDICE B - Transcrição integral do documento *Explicação das Estampas do Projeto para a Praça do Mercado desta Cidade de Pelotas*, de fevereiro de 1849

EXPLICAÇÃO DAS ESTAMPAS DO PROJETO PARA A PRAÇA DO MERCADO DESTA CIDADE DE PELOTAS.

Fachada exterior

Estampa 1ª F. 1

278 palmos tem o Edifício em quadra, adornando estas paredes uma meia colunata cujos intervalos são ocupados por portas dó abertas nas partes superiores que formão os arcos, estes arcos são ocupados por grades de ferro.

No centro de cada lado está o portão que dá entrada para o edifício, teme ste portão dez palmos de largo, fechado por uma grade de ferro além das meias columnas, tem o portão outras salientes, que sustentão a ogiva, tendo no centro em relêo a [ilegível] Nacional e servem tãobem a formar um pequeno peristilo, para o qual sobr]e-se por três degraus.

Cirula o edifício uma base ou soco geral de quatro palmos de alto, onde estão abertos 16 oculos servindo para levarem a cisterna porção d'ar suficiente para a melhor conservação da agoa.

Interior

Hé o interior do edifício quase sempre a parte menos pensada, no entanto dahi nace a salubridade ou as epidemias, como se poderá em um país quente como o Brasil. Conservar os viveres abafados em pequenos quatinhos só abertos por uma miseravel portinha que nem o ar necessário as pombeiro lhe dá!

E disto um exemplo o mercado de Porto Alegre e Rio Grande.

Para corrigir então esse defeito dei ao interior deste mercado uma fachada composta por um entablamento continuo, sustentada por uma columnata formando uma galeria aberta de 12 palmos de passeio, sendo as paredes colaterais a estas columnas abertas por arcos de dez palmos, só feichados por uma grade de pau para melhor giro do ar interno, e conservação dos viveres. Cada um destes arcos, ou portas, designa um dos pequenos armasens com quinze palmos em quadro, e vinte um de pé direito só assoalhado na galeria, este assoalho deverá ser pela parte superior para que as linhas formem com o assoalho uns [caixões?], gênero de forros próprios as galerias, rezultando disto não só a perfeição como a utilidade de servir como rezervatório de generos seccos.

Planta do edifício

Mostra esta planta um quarto do edifício mostrando duas entradas. Os caracteres alfabéticos designão o seguinte: a = grossura dos alicerces que servem também a formar o soco geral, tendo cinco palmos de espessura, sendo 3 de paredes mestras 13 [ilegível] de meia columnas, C, um e meio base, D, meio soco geral, E, os oculos ou conductores do ar para a cisterna, G, canos que servem para o despejo d'água da Cisterna quando esta [ilegível] dispensa a sua força. H, conductores das águas pluviais como mostra a figura 6ª da Estampa 3ª, I, Canos para despejo das águas que lavão o pavimento mais misteres do edifício.

L, pequeno chafaris de forma [ilegível] na fig 2ª da est. 3ª

M, A cisterna forma duas abobodas centradas.

Córtes e prefis do edifício

Estampa 3ª fig. 4ª

Mostra o cóрте e perfil do edifício sendo Á v. degrãos do portão. B, as columnas salientes e entabelamento que formão a frontal. C, a parede mestra. D, Canno que recebem as águas e armazém. F, parede que divide os armazéns das galerias. G, galerias. H, columnas que formão o entabelamento. I, parte forradas ou assoalhados.

Prancha 3

Mostra o pequeno chafaris [otóg?] tendo em cada um dos angúlos uma torneira para despejar a água tem 2 degraos de um palmo de alto e dous de largo, uma [baú?] para descanso de carris, cada um com 4 palmos de altp e 3 de largo a [causa?] tem 14 palmos d'alto e 12 de diâmetro.

Fig. 7

Corte e perfil do chafaris a – mostra o conservatório da água para as torneiras, esta água é depositada nefse reservatório por uma bomba a qual será mandada fazer de propósito dando se para ifso as explicações necefsarias. B, mostra o lugar da bomba. C, pequenas sahidadas da água para as torneiras. D, aboboda da cisterna e inclinação que devem dar as paredes para sustentarem a aboboda. F, pequeno tanque onde a bomba recebe água que

decliva do pavimento.

Fig. 8
Planta da cisterna

He a cisterna uma das utilidades do edifício tanto para seus misteres, como para a serventia publica em caso de necessidade.

Esta cisterna póde receber quatro centas, ou mais pipas d'agua em si, por ifso tem na sua parte superior que forma a aboboda 60 palmos em cruz, e no pavimento 56, mostrando A, conductores das águas pluviais.

- b. conductores d'ar.
- c. despejo do excesso d'agua.
- d. paredes mestras.
- e. inclinação das paredes na parte superior.

F, pequeno tanque onde recebe água a bomba, G, pequena escada para limpeza ou concertos da cisterna.

Plano superior do receptáculo das águas

Fig. 9ª

Estes cannos recebem das telhas as águas, e as irão levar em conductores internos nos centrod]s das columnas dos cantos como mostra a planta geral: estes cannos tem no centro (meio do portão) duas polegadas de elevação, declive suficiente para a água se não precipitam com muita força nos tubos (e que podem arrebentalos) e a vão levar a cisterna como se vê no perfil da fig. 6ª

No relatório que esta Câmara teve a honra de transmittir a V. Ex.^a, em data de 24 de janeiro ultimo, para su presente a Afsemblea Legislativa Provincial, pedio com instacia a mesma Afsemblea o emprestimo de 10:000\$000 r, como adjutório para a construcção da Praça do Mercado da Cidade, ponderando alem da utilidade da obra, reconhecida na lei n.º 11 de 0 de Abril de 1846, a conveniência de ser levada a effeito sem demora, em virtude da extraordinaria diminuição do preço dos materiais necefsarios e das jornaes, e a oportunidade do empréstimo, que afsim equivalle actualmente ao de quinze ou deseseas contos de reis em outra qualquer occasião, em que tenham volvido ao seu preço anterior e constante.

Dilatando-se porem a reunião da Afsemblea e o reclamado empréstimo, ousa a Câmara solicialo a V.Ex.^a não só pelos attendiveis motivos expendidos mas taambem porque aliás findaria a quadra favorável para a edificação, que impossível é verificar-se no inverno.

Câmara a quem V.Ex.^a se dignará impor as condições do empréstimo, conta obtelo, convencida do zelo e interefse de V.Ex.^a pela prosperidade d'este Município afsim como de toda a Província.

[ilegível] de a V. Ex.^a Cidade de Pelotas 12 de fevereiro de 1849.

Ilmo. e Exmo. Sr. Tenente [Provincial?]

Francisco José de Souza Soares de Andréa

Presidente desta Província

Joaquim José Affonso Alves

Presid.^o

José Aut.^o Mor.^a

Fran.^{co} Ger.^o Coelho

Joaquim de Sá Araújo

Domingos J.^e d'Alm.^{da}