

# OS MERCADOS PÚBLICOS COMO ESPAÇOS DE DISPUTAS NA CIDADE. O CASO DE SÃO BRÁS EM BELÉM (PA)

*PUBLIC MARKETS AS SPACES OF DISPUTES IN THE CITY. THE CASE OF SAO BRÁS IN BELÉM (PA)*

*LOS MERCADOS PÚBLICOS COMO ESPACIOS DE DISPUTAS EN LA CIUDAD. EL CASO DE SAO BRÁS EN BELÉM (PA)*



Revista  
**Desafios**

Artículo original  
Artículo original  
Artículo Original

Celma Chaves Pont Vidal\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Laboratório de Historiografia e Cultura Arquitetônica (Lahca), Universidade Federal do Pará, Belém, PA, Brasil.

Artigo recebido em 04/09/22 aprovado em 27/09/22 publicado em 30/12/22.

## RESUMO

As intervenções em mercados públicos são pautas frequentes nas gestões municipais em inúmeras cidades na atualidade. Este artigo toma como estudo de caso o mercado de São Brás, em Belém, e a partir dos documentos disponibilizados pela prefeitura, matérias divulgadas na mídia e de revisão bibliográfica sobre o tema, problematiza aspectos da proposta de requalificação, restauração e refuncionalização recente para esse equipamento público. Enfoca de maneira breve sua história, identificando os momentos em que houve outras intervenções que alteraram sua arquitetura e promoveram mudanças de usos, até sua degradação atual, esta, derivada do descaso e de uma decisão deliberada de abandono pela esfera pública, disfarçada no discurso de deterioração natural do imóvel. Destaca também os pressupostos que fundamentam a proposta, contrapondo-se à ideia de uma fórmula exclusiva para sua recuperação, apontando as possibilidades de intervir nesses espaços atendendo as novas necessidades de consumo, mas mantendo suas funções a serviço das populações dos locais onde se instalaram.

**Palavras-chave:** Mercados públicos. Belém. Intervenção.

## ABSTRACT

Interventions in public markets are frequent agendas in municipal administrations in numerous cities today. This article takes as a case study the market of São Brás, in Belém, and from the documents made available by the municipal management, articles published in the media and the literature review on the subject, problematizes aspects of the proposal of requalification, restoration and recent refuncionalization for this public equipment. It briefly focuses on its history, identifying the moment when there were other interventions that altered its architecture and promoted changes in uses, until its current degradation, this, derived from neglect and a deliberate decision of abandonment by the public sphere, disguised in the speech of natural deterioration of the property. It also highlights the assumptions that underlie the proposal, opposing the idea of an exclusive formula for its recovery, pointing out the possibilities of intervening in these spaces meeting the new consumption needs, but maintaining their functions at the service of the populations of the places where they settled.

**Keywords:** Public markets. Belém. Intervention.

## RESUMEN

Las intervenciones en los mercados públicos son agendas frecuentes en las administraciones municipales en numerosas ciudades en la actualidad. Este artículo toma como caso de estudio el mercado de São Brás, en Belém, a partir de los documentos disponibles por el ayuntamiento, artículos publicados en los medios de comunicación y de revisión de la literatura sobre el tema. Problematiza aspectos de la propuesta de recualificación, restauración y reciente refuncionalización para este equipamiento público. Se centra brevemente en su historia, identificando el momento en que hubo otras intervenciones que alteraron su arquitectura y promovieron cambios en su ocupación, hasta su degradación actual, esto, derivado del poco caso y de una decisión deliberada de abandono por parte de la esfera pública, disfrazada en el discurso del deterioro natural del inmueble. Además, destaca los supuestos que subyacen a la propuesta, oponiéndose a la idea de una fórmula exclusiva para su recuperación, señalando las posibilidades de intervenir en estos espacios atendiendo las nuevas necesidades de consumo, pero manteniendo sus funciones al servicio de las poblaciones de los sitios donde están ubicados.

**Descriptor:** Mercados públicos. Belém. Intervención.

## INTRODUÇÃO

Os mercados públicos assumiram papel de destaque nas cidades nas últimas décadas. Sua importância e presença no espaço urbano não é de hoje, visto que os mercados estão na base da origem e desenvolvimento de muitas cidades. No entanto, novas necessidades de consumo, criadas e ampliadas em função principalmente de interesses econômicos, contribuíram para um novo olhar sobre esse equipamento na formação da paisagem cultural e social das cidades, e como novo “ativo urbano” (GARRIGA & GUÀRDIA, 2015) como no caso da cidade de Barcelona e de várias outras cidades ao redor do planeta, a partir das duas últimas décadas do século XX.

A difusão das inúmeras intervenções realizadas em mercados públicos a partir da segunda metade do século XX, despertou a atenção de gestores urbanos e do setor privado, que viram, e ainda vêm na sua recuperação, uma

possibilidade de ganhos financeiros e apelo de popularização e legitimação para administrações públicas, mesmo que em detrimento da manutenção dos mercados como espaços voltados para um público de menor poder de acesso aos alimentos e a outros serviços que podem oferecer. Essas mudanças são resultantes da própria transformação da visão e do conceito de cidade, da reorganização dos novos espaços comerciais nas megalópoles, e da criação de grandes estruturas nas áreas suburbanas e de expansão urbana, bem como das novas formas de consumir os alimentos oferecidos e outros produtos rentáveis nesses espaços, como *souvenires*, artesanatos e produtos *gourmets*. De fato, muitos mercados cobertos de final do século XIX e inícios do XX foram reutilizados e se distanciaram do uso social, no qual os usuários, independente de suas condições econômicas, tinham acesso mais facilitado aos seus produtos. Em muitos casos atualmente, há

um uso elitista que acomoda funções e serviços nem sempre acessíveis às comunidades, abrigando marcas sofisticadas, serviços exclusivos, incluindo espaços para degustação de comidas e produtos seletos (GUIMARÃES, 2020; NIGLIO, 2020).

Neste artigo abordam-se algumas questões relativas à atuação do poder público na recuperação e modernização desses espaços, tomando como estudo de caso o Mercado de São Brás em Belém do Pará, enfocando o discurso que embasa as soluções propostas, dando ênfase nos modelos e políticas de intervenção em mercados que foram levadas em conta pelos autores da proposta apresentada ao poder público, e os prováveis impactos dessa proposta no futuro desse equipamento e dos seus usuários e trabalhadores. Ressalta-se que não é objetivo deste artigo realizar uma análise detalhada do projeto, mas sim apontar alguns elementos que se relacionam com as questões conceituais e ideológicas que embasam as ações interventivas em edifícios de mercados nos dias de hoje, e especialmente no mercado em questão.

Para elucidar alguns pontos apontados na proposta para o Mercado de São Brás, nos reportaremos a casos de recuperação e modernização de mercados ocorridos em cidades europeias, já que o autor da proposta e outros agentes vinculados, inclusive autoridades municipais, as tomaram como referência no momento de justificar a filosofia adotada no projeto.

Em tempos recentes, os mercados tornaram-se verdadeiros fetiches das administrações públicas e da iniciativa privada, principalmente pela oportunidade de ganhos a

partir do turismo. Hoje, o gestor público busca no sucesso de intervenções espetacularizadas nos mercados, uma moeda de troca para atrair mais investimentos nas cidades, em consonância com uma política de desinvestimento público nesses espaços, como ocorreu em várias cidades europeias (GONZÁLEZ & DELGADILLO, 2020, pág. 237; GUIMARÃES, 2020, pág. 405) e brasileiras.

Portanto, partindo do caso do Mercado de São Brás, em Belém, utilizando documentos disponibilizados pela gestão municipal, matérias divulgadas na mídia, de revisão bibliográfica, e de pesquisa realizada pela autora sobre o tema nas cidades de Barcelona, Madrid e Lisboa, entre outras, este artigo problematiza aspectos da proposta de requalificação, restauração e refuncionalização recente para esse equipamento público. Enfoca de maneira breve sua história, identificando os momentos em que houve outras intervenções que alteraram sua arquitetura e promoveram mudanças de usos, até sua degradação atual, derivada do descaso e de uma decisão deliberada de abandono pela esfera pública, disfarçada no discurso de deterioração do imóvel. Destaca também os princípios ideológicos que fundamentam a proposta, contrapondo-se à ideia de que existe uma fórmula exclusiva para sua recuperação, apontando as possibilidades de intervir nesses espaços atendendo interesses dos agentes envolvidos e as novas necessidades de consumo, mas mantendo suas funções a serviço das populações dos locais onde se instalaram.

## **MODERNIZAÇÃO DE MERCADOS PÚBLICOS: BREVES REFLEXÕES**

O projeto de 2018 para o mercado de São Brás, embora se apresente como uma alternativa de requalificação que devolverá um espaço de importância histórica, econômica, cultural e social para o usufruto de moradores e usuários, não escapa da lógica frequente nesse tipo de intervenção, que resulta, na maioria dos casos, em êxito para os que recebem o poder de gerir o espaço, e problemático para os antigos frequentadores dos mercados, bem como para os permissionários que a gerações ocupam seus boxes.

Como justificativa para a proposta de restauração e requalificação adotada, que, de fato, trata-se também de uma refuncionalização, o autor do projeto para o mercado de São Brás explica que visitou “espaços semelhantes” (Ata de Reunião no CMPPCB do dia 19/02/2019, p.3), citando os mercados de São Miguel, em Madri, o da Ribeira, em Lisboa, e o Mercado Municipal de Barcelona (*sic*), ressaltando que o interior foi influenciado pelo mercado de Covent Garden, em Londres. O autor da proposta, ao mencionar as experiências nas cidades citadas, selecionou deliberadamente os exemplos que se coincidem com a orientação da então gestão municipal, isto é, a adoção da ideia de mercado público como espaço voltada para atender principalmente um público de alto poder aquisitivo, sejam turistas ou consumidores locais.

Estudos mostram que os mercados públicos têm um papel de destaque nos projetos estratégicos para as cidades. Destaca-se nesses

processos de reabilitação dos mercados a importância da transferência de políticas (DOLOWITZ Y MARSH, 2000 apud GUIMARÃES, 2020, p. 392) e a aura de sucesso atribuída a essas intervenções que faz delas exemplos de boas práticas a serem replicados em outras cidades e países, bem como um desenvolvimento resultante do atual processo de globalização, como o considerável aumento do turismo que promove a adaptação e, em certa medida, a homogeneização dos destinos turísticos (GUIMARÃES, 2020, p. 392).

Nesse processo, identificam-se também a reutilização do patrimônio para a reinvenção de cidades (BEZERRA, 2015). As intervenções sobre essas práticas, segundo inúmeros estudos, principalmente aquelas realizadas em bens patrimonializados, demonstram que há um “vínculo entre patrimônio e embelezamento arquitetônico, tornando espaços da cidade em objetos de consumo e mercadoria, o que desencadeia uma disputa entre os usos programados para os novos espaços na cidade (BEZERRA, 2015).

Porém, essa tendência mundial, inserida em planos macros de diversas cidades do planeta, não é tão recente. Desde a demolição do mercado central *Les Halles* em Paris em 1971, para construção de um moderno *shopping center*, essas práticas passaram a fazer parte de propostas mais amplas de inserção de cidade em políticas globais para viabilizar negócios rentáveis, por meio do discurso da revitalização urbana e de recuperação de áreas degradadas. Assiste-se uma associação entre as políticas e

práticas de intervenção no espaço urbano e os novos interesses do mercado em rentabilizá-las aliando cultura e a defesa do patrimônio. Em muitos desses casos, essas práticas têm como resultado processos gentrificadores, quando normatiza a circulação e adoção de modelos e de políticas de modernização dos mercados públicos de forma hegemônica, o que mobiliza ações de resistências da população na defesa da função social dos mercados (DELGADILLO, 2019; HERNÁNDEZ, 2017). O caso do antigo Mercado do Born em Barcelona, cuja decisão de demolição foi sustada diante da resistência da comunidade, é um exemplo.

As propostas geralmente utilizam-se de estratégias variadas para legitimar as novas soluções adotadas, que buscam uma ressignificação forçada da cultura, das tradições, impulsionadas por símbolos caros à história local, porém em seus resultados, vê-se que os grupos mais vulneráveis acabam perdendo importância, seja quanto às ofertas de produtos acessíveis a eles, quanto às perdas simbólicas causando desidentificação dos antigos frequentadores com o lugar de sua história, de sua memória e de sua cultura.

Ao nos referirmos a intervenções realizadas nos mercados públicos nas últimas décadas, destaca-se o exemplo de Barcelona, pela quantidade e alcance da política local para os mercados em nível mundial, que se tornou experiência reconhecida de modernização que abrange restauro, remodelação e recuperação dos edifícios, e reestruturação de seu funcionamento como espaço de abastecimento alimentício e como atração para o turismo.

Barcelona apresenta uma rede de mercados que começou a se estruturar desde meados do século XIX. Esses mercados foram sendo construídos em diferentes momentos da história da cidade e estão intrinsecamente relacionados ao desenvolvimento da estrutura urbana, dos bairros e dos eixos comerciais que se definiram ao longo do tempo nos diversos distritos e bairros (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2015). Nos anos 1980 tem início um processo de intervenções urbanas em Barcelona, buscando regenerar a cidade a partir dos bairros e tendo os mercados como um dos motores dessa regeneração.

Contando com um total de 42 mercados, sendo 39 de abastecimento alimentício, seus edifícios vêm sendo objeto de reforma e modernização que começou no ano de 1993 com o da Sagrada Família, em uma política que até então se espelhava no modelo francês e britânico de recuperação de mercados. Desde então, e com a constatação do pouco êxito dessa intervenção, na qual se incluíam um supermercado, espaços de comércio e os boxes de serviços alimentícios, a prefeitura local optou por levar em conta o Plano de Comercio e Abastecimento Alimentar de Barcelona (PECAB) revisado em 1999 (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2015), com a adoção de políticas voltadas às dinâmicas internas definidas com mais propriedade na criação do Instituto de Mercados Municipais de Barcelona (IMMB) em 1993.

No escopo dos planos para reabilitação dos mercados de Barcelona, estes são considerados como potentes reativadores dos centros de bairros e das cidades, evitando sua desertificação, e os 19 eixos comerciais da

cidade estão relacionados com os mercados e seu entorno. Os conceitos que embasam os mercados de Barcelona, segundo o plano estratégico para os mercados de 2015, consideram-nos o *motor* e a *alma* dos bairros proporcionando não apenas experiência de compra, mas de convivência dos cidadãos; promovendo a *sustentabilidade* social, meio ambiental e cultural (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2015) (grifos do documento).

Além disso, são considerados também um sistema articulado, uma rede de titularidade municipal nos quais se pode intervir com o objetivo de potenciá-los como polaridades capazes de fomentar a reestruturação do comercio varejista de cada bairro (GARRIGA & GUARDIA, 2015)

A partir da criação do IMMB em 1993, mais de 19 renovação foram realizadas em mercados públicos na cidade (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2015). Algumas dessas modernizações seguiram pautas já conhecidas e muitas vezes criticadas por contribuírem para a gentrificação comercial e do bairro, pela inserção de supermercados no edifício do mercado como contrapartida à participação desses grupos no financiamento das obras, e pela comercialização de alimentos processados e *gourmets* voltados ao turismo (CHAVES, 2018; HERNÁNDEZ, 2015, 2017). A condição imposta aos supermercados de não comercializarem alimentos frescos foi retirada em 2017 (FRAGO, 2017 apud GUIMARÃES, 2018a), permitindo que os supermercados passassem a competir com os mercados nas vendas desses alimentos, como ocorreu na restauração e reabilitação recente do mercado de San Antoni.

Alguns dos mercados renovados estão em áreas de forte apelo turístico como os mercados da Boquería, Santa Caterina e da Barceloneta ou intensificaram esse apelo, como no caso do de Sant Antoni. Essas modernizações acarretaram forte pressão imobiliária, e comprometeram a permanência do comércio tradicional e dos antigos moradores da área. Isso suscitou inúmeros debates entre o poder público, a vizinhança, comerciantes e arquitetos, tomando-se medidas para dirimir tais conseqüências, como a limitação de acesso de grupos de turistas, no caso da Boqueria, e de ampliação do espaço público no entorno do mercado de Sant Antoni, com a criação das super ilhas.

Atualmente encontra-se em processo, embora momentaneamente paralisada, a reforma do mercado da Abaceria Central, cujo projeto foi discutido pela prefeitura com as associações de moradores, comerciantes e a comunidade do bairro, no qual as soluções adotadas nas últimas intervenções estão sendo revistas para este caso, buscando-se alternativas que dêem respostas às necessidades da comunidade como mais áreas públicas, renaturalização do entorno e inserção de dispositivos de sustentabilidade como coberturas que viabilize a eficiência energética, espaço para as entidades sociais e o incremento dos espaços verdes, segundo consta na página *web* “Mercat Abacería Central” de 2021.

Ainda que entre os casos comumente relacionados nos estudos estejam os mercados localizados nas áreas centrais, de fluxo intenso de turistas, e onde se valorizam a centralidade, acessibilidade e a incremento da frequência de usuários e visitantes, verificam-se que os

mercados fora das áreas centrais da cidade e dos eixos turísticos como o de Sant Andreu, Ninot, Sants, Hostafrancs e Galvani, e que também passaram por processos de modernização, conseguiram manter suas funções como mercado público, e preservar a arquitetura dos os edifícios.

Além do caso de Barcelona, iniciativas em outras cidades espanholas, como o Mercado Central de Valência, e os mercado de Terrassa e o de Tarragona também foram objeto de intervenção, e podem ser tomados como exemplos da possibilidade de manutenção da sua função como mercado de abastecimento alimentício, ao mesmo tempo em que são potenciais atrativos para o turismo.

Outro ponto a destacar nesse e em outros mercados, é a introdução de novas práticas de consumo como a venda de produtos de comércio de proximidade, de agricultura ecológica e ampliação da participação cidadã nos processos decisórios, contribuindo para que esses equipamentos recuperem seu protagonismo nos bairros e atraiam novos clientes.

Ainda na Espanha, o caso de Madri escancara a adoção de um modelo de modernização que segundo estudos recentes, provoca sua paulatina desapareição (GONZÁLEZ; HIERNAUX, 2017 apud CARMONA, 2020), produzindo, para os autores, uma progressiva desintegração da instituição mercado público em todas as suas dimensões: desde o vínculo institucional com a gestão pública, até às práticas que os constituíam e os sustentavam (p. 208). São exemplos disso os mercados de San Miguel, de Antón Martí e o de Barceló.

Londres, que de certa forma adotou a dinâmica de renovação dos mercados voltados para um público consumidor elitizado, na qual os mercados se transformaram em espaços turistificados (BARATA-SALGUEIRO; MENDES; GUIMARÃES, 2017) e de produtos *gourmets*, potencialmente voltados para as atividades gastronômicas, desvirtuando sua função original e tradicional, também apresenta um movimento que busca recuperar os mercados de bairros para os moradores e para a cidade (CHAVES, 2020; GONZÁLEZ & DAWSON, 2018).

No Brasil, os exemplos mais recentes como os de Florianópolis ou de Pelotas seguem a tendência a priorizar as atividades gastronômicas nos espaços de alimentação, arriscando-se a comprometer sua singularidade histórica, cultural, social e comercial. O caso do Mercado Central de Belo Horizonte, o primeiro a ser propriedade de uma cooperativa formada por seus comerciantes, é exemplar. A partir dessa iniciativa, o mercado vem passando por sucessivas modernizações para adaptá-lo às novas exigências técnicas, funcionais, econômicas, e segundo estudos, o receio inicial de sua descaracterização não se confirmou, mantendo o mercado sua singularidade e fidelidade relativa à sua função original (FILGUEIRAS, 2006). Sobre esse mercado, estudos de ANDRADE (2017, p 452), constatam que ele conseguiu sobreviver às novas formas de comércio, mantendo a tradição de lojas individualizadas, mas abrindo-se a algumas inovações, atraindo assim a população local e os turistas.

## MERCADO DE SÃO BRÁS: HISTÓRICO, INTERVENÇÕES E DEGRADAÇÃO

Inaugurado em 21 de maio de 1911, no auge das expressões do ecletismo na cidade de Belém, sua inauguração já anunciava, porém, os últimos momentos das ações de modernização da intendência de Antônio Lemos (1897-1911), cujo sistema que sustentava sua gestão se encontrava em declínio econômico e político. Sua construção traduzia o ideal modernizador e civilizatório defendido na gestão de Lemos. Situado no bairro homônimo, ainda pouco habitado no momento de sua inauguração, o mercado beneficiou-se das relações comerciais que haviam se estabelecido entre Belém e a zona bragantina, por meio da construção da Estrada de Ferro de Bragança, cuja estação se encontrava em sua área de entorno (Figura 1).



**Figura 1.** Vista área do mercado e seu entorno imediato.

Foto: Shirley Penafort, 2012.

Os estudos de Pantoja (2014) sobre o mercado de São Brás e seu entorno, são esclarecedores das razões de sua construção, das disputas políticas envolvendo sua concessão,

bem como das transformações observadas em seu funcionamento, arquitetura e dinâmica no bairro. Segundo a autora, este mercado veio atender às exigências de abastecimento de uma cidade que contava com aproximadamente 70 mil habitantes, e que exigia novos espaços de abastecimento. Assim, o novo mercado municipal alcançaria uma importância comercial similar ao tradicional mercado central, o do Ver-o-Peso. Além disso, a proximidade com a Estação de São Brás da Estrada de Ferro de Bragança, onde hoje se encontra o Terminal Rodoviário, gerava um fluxo de pessoas e atividades, o que foi decisivo para a escolha do seu local de implantação, conforme atestam os estudos da autora.

Projetado, construído e administrado pelo engenheiro italiano Filinto Santoro, em meio às disputas políticas do governo municipal e estadual de Antônio Lemos, Augusto Montenegro e grupos opositores, foi alvo de questionamentos quanto à lisura do seu processo de concessão do terreno e de uso do edifício por cinquenta anos (jornal FON-FON!, 1911; DERENJI, 1993, p 4).

O mercado de São Brás, em cujas imediações já havia se instalado uma feira, torna-se um novo espaço de atividade comercial na área de expansão da cidade em função do dinamismo populacional dos novos bairros que se desenvolviam e pela localização próxima da estação ferroviária, estabelecendo novas relações com a cidade, e gerando novos fluxos de abastecimento que impulsionaram seu crescimento na direção dos municípios do

interior, criando um novo centro de atividades comerciais nessa área da cidade (CHAVES, 2015).

No entanto, as transformações no entorno do mercado, especialmente a partir da década de 1950, enfraqueceram sua presença nos bairros limítrofes, produzidas sobretudo pela construção de um supermercado, pela desativação da ferrovia e de sua estação, e em seu lugar a construção do terminal rodoviário, comprometendo seu funcionamento (PANTOJA, 2014).

O mercado de São Brás é tombado desde 1982 em nível estadual e municipal, pelo Departamento de Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural (DPHAC), e pela Fundação Cultural de Belém (FUMBEL), respectivamente. No entanto, essa medida não foi suficiente para poupá-lo de um processo crescente de alterações, deterioração e degradação. Ao contrário, os próprios poderes constituídos que deveriam zelar por sua preservação e conservação negligenciaram seu papel nas décadas recentes.

No final dos anos 1980, Estado e Prefeitura de Belém iniciaram um projeto de urbanização da área que passou a ser chamada de “Complexo de São Brás”. Decidiu-se pela reforma do mercado e sua refuncionalização como espaço cultural, cuja inauguração foi em 30 de dezembro de 1988. Porém, a deterioração da estrutura das barracas exteriores e a má qualidade da estrutura em ferro apresentaram severos problemas de forma acelerada, causando descontentamento dos comerciantes, e no final de 1989, o Complexo já se encontrava em deterioração e seu precário estado de conservação culminou com a ameaça de sua

permanência durante toda a década de 1990 (PANTOJA, 2014).



**Figura 2.** Fachada frontal do mercado.

Foto: Celma Chaves (2019)



**Figura 3.** Interior

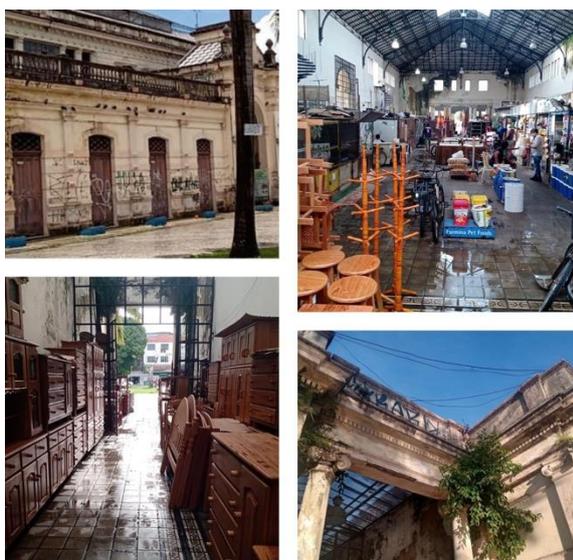
Foto: Celma Chaves (2019)

Nova proposta de restauração do edifício é desenvolvida em 2013 para sua conversão em polo gastronômico e cultural, com investimento público e administração de uma organização social, o que não foi adiante, por uma forte crítica

Assim, reformou-se apenas a Praça Floriano Peixoto, um espaço indissociável do mercado, construída em homenagem ao governador Lauro Sodré, projeto do arquiteto moderno Francisco de Paula Lemos Bolonha,

inaugurado em 1959, onde se situavam três esculturas do Bruno Giorgi, duas delas tristemente desaparecidas. Nos últimos anos seguiu-se a escalada de degradação até hoje: péssimas condições de higiene no seu interior, instalações elétricas expostas, infiltrações, problemas estruturais, pichações nas fachadas, coberturas e esquadrias destruídas, negligência na manipulação de lixo que se acumulam constantemente ao redor do edifício, colocando em risco as atividades ali desenvolvidas e ameaçando a segurança dos trabalhadores (Figura 3).

A maior parte dos vendedores que trabalhavam no interior do mercado foram repositados em pavilhões externos construídos na década de 1940. O interior, depois da retirada dos boxes de vendas de produtos frescos no pavilhão central, transformou-se em um grande armazém com produtos diversificados à venda (Figura 4).



**Figura 4.** Situação atual do mercado

Foto: Jeová Barros (2021)

Entre os principais fatores que contribuíram para que a situação do mercado chegasse ao nível deplorável que se encontra atualmente estão: o desinvestimento das gestões municipais no espaço e em seus trabalhadores, a consequente perda e dissociação da população sobre o mercado como valor simbólico e material para a cidade, a atuação, quase deliberada, em deixar que a deterioração “natural” agisse sobre o edifício do mercado, como um "ciclo natural da vida" (DELGADILLO, 2017B),

## A PROPOSTA DE INTERVENÇÃO NO MERCADO DE SÃO BRÁS

Em 2015 Belém recebeu o título de “Cidade Criativa da Gastronomia” concedido pela UNESCO. A partir de então, surgiram propostas do poder público em parceria com a iniciativa privada para os espaços que poderiam oferecer atividades gastronômicas, e que se tornassem atrativo turístico, como foi o caso da ocupação de boxes no mercado de carne Francisco Bolonha, no Centro Histórico da Cidade, e o projeto de reforma da feira do Ver-o-Peso. Como observado em matérias jornalísticas na imprensa daquele momento, a proposta apresentada à sociedade em 12 de janeiro de 2016, aniversário de 400 anos da cidade, o projeto para a feira do Veropa, como carinhosamente chamam os belenenses, foi o ponto central dos esforços empreendidos pelo poder público municipal e pelo governo do estado do Pará, cujo objetivo era a

internacionalização da culinária da região e da cidade (CHAVES & MORAES, 2019).

Em 2018 a administração municipal lançou o programa denominado “Desenvolve Belém”, constituído de uma série de editais cujo objetivo era criar ações que fomentassem atividades ligadas ao turismo, gastronomia e lazer, oferecendo “oportunidades de negócios e investimentos em forma de parcerias que seriam firmadas, futuramente, entre o poder público e a iniciativa privada” (BELÉM, 2018) em espaços diversos, e entre essas ações se incluía a requalificação do Mercado de São Brás.

Em abril desse mesmo ano foi aberta a chamada para a apresentação de propostas de requalificação do mercado. O documento insta os possíveis concorrentes a estabelecerem parcerias com a iniciativa privada, abrindo caminho para a concessão deste patrimônio à iniciativa privada por trinta anos, embora o discurso que aparece na justificativa o considere um espaço público, ao mesmo tempo que desmerece a competência dessa instância na administração do mercado.

“A possível solução para a implantação de equipamentos públicos com infraestrutura de qualidade e um modelo de gestão adequado é a formação de parceria com a iniciativa privada, a qual tem o capital financeiro e o know-how para investir em tais segmentos em curto prazo, por meio de uma concessão, cabendo à Concessionária toda a gestão, operacionalização, exploração e manutenção do Mercado de São Brás” (BELÉM, 2018, pag. 04).

Em 2019, sob a gestão do então prefeito Zenaldo Coutinho (PSDB), sob a coordenação da Companhia de Desenvolvimento e Administração da Área Metropolitana de Belém

(CODEM) e do Fórum das Entidades Empresariais do Pará, foi apresentado o anteprojeto de reforma do mercado de autoria do escritório M2P Arquitetura e Construção.

No texto do memorial do projeto básico, no qual estão inseridas as imagens da Figura 5, elaborado pelo escritório de arquitetura M2P, datado de 03 de abril de 2020, menciona-se de forma breve que um dos objetivos específicos seria “contemplar os permissionários”. No documento, estes são mencionados apenas três vezes, sem detalhamento de como iriam ocupar os espaços e a localização dos boxes nas áreas programadas para consumo de produtos alimentícios. O “calçadão dos permissionários” referido no documento não está especificado no projeto, e a palavra “feirante” também não aparece em nenhum tópico.

Na ata da reunião do Conselho de Desenvolvimento Urbano do Município (CDU), que registrou a apresentação do projeto, é visível o incômodo dos técnicos presentes sobre a necessidade de incluir a participação popular nas decisões de projeto e as autoridades tentam justificar com a ideia de que, com o projeto básico, era chegado o momento de conversar com os principais interessados, os trabalhadores (BELÉM, 2019)



**Figura 5.** Imagens das maquetes eletrônicas 3D contidas na proposta para o Mercado de São Brás.  
Fonte: BELÉM, 2019

A intenção de excluir, de certa maneira, esses sujeitos da proposta aparece, entre outras formas, por meio de artifícios para desqualificar o consumo tradicional no mercado, dirigindo-o aos novos “consumidores, mais críticos e exigentes”. Nas entrelinhas, advoga-se por um perfil de público consumidor seletivo, que busca em produtos caros e sofisticados, suprir suas expectativas em um espaço que os contemple. É notória essa escolha nos estrangeirismos adotados para alguns ambientes propostos no mercado, onde padaria se transformou em *boulangerie*, e bar em *pub*, o *market place* e a presença de um “empório”; por outro lado há a apropriação de termos e símbolos culturais locais como forma de oferecer ao turista um consumo ao mesmo tempo “consciente” baseado nas representações populares, justificando que isso viabiliza novas experiências essenciais para a atração de novos frequentadores. O resultado, se seguidas essas diretrizes será a total mercantilização e homogeneização do mercado.

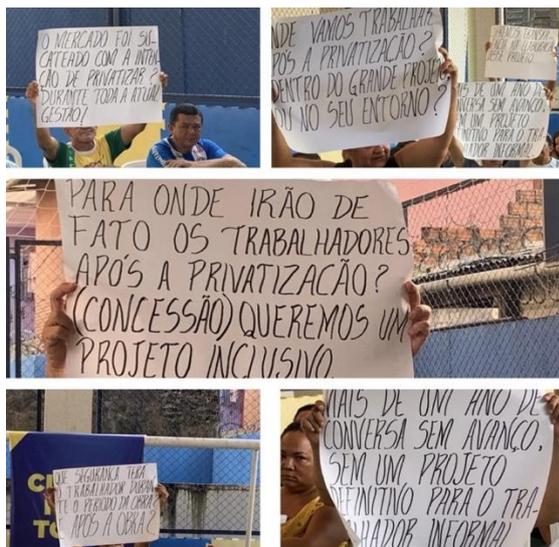
“(…) ironicamente, provocando mecanismos como a gentrificação, eles perdem uma parte importante do que os fez

diferentes, homogeneizando ambiente comercial. Na maioria das vezes, essa homogeneização é visível através do que é conhecido como gourmetização (DELGADILLO, 2018; GONZÁLEZ, 2018b).

Essa conversão proposta no projeto do Mercado de São Brás reforça a ideia de que para suplantar a “decadência” e o “abandono” do mercado, sua (re)valorização está condicionada à mudança de função, ainda que seu invólucro material, com traços que lembram o original, permaneçam como “patrimônio”. Isto está claro quando se atribui, no projeto, a necessidade de “novas oportunidades” que são traduzidas em novas atividades e novas funções ao mercado.

O que está subjacente é a criação de novos espaços e a capacidade dos mesmos atraírem novos frequentadores, criando formas de desenvolvimento econômico (BEZERRA, 2015). A ideia em si não é condenável, mas sim a serviço de quem e de quais grupos está o “novo”.

Os cuidados e prioridade dada às atividades gastronômicas faz com que a destinação dos trabalhadores seja as partes externas do mercado, chamadas no projeto de “entorno”. Essas e outras dúvidas quanto ao seu futuro motivou a manifestação realizada por permissionários e feirantes em novembro de 2019, evidenciando sua insatisfação quanto à condução do processo, com decisões arbitrárias, pouco transparentes, reivindicando a participação da associação nas soluções de projeto, cujo conhecimento se deu apenas quando o memorial e o projeto básico já haviam sido concluídos (Figura 6).



**Figura 6.** Protestos na reunião de esclarecimentos sobre o projeto com autoridade municipal.

Fonte: Celma Chaves (2019)

Ressalta-se que no edital da Prefeitura convocando para a apresentação do anteprojeto, não consta parecer dos órgãos de patrimônio sobre as soluções adotadas na proposta, embora afirme que

O Projeto tem um olhar refinado à arquitetura pois trata-se de uma estrutura secular e um marco na história da cidade de Belém, dessa forma investir de maneira sustentável e rentável em um mix de atividades específico e complementar ao existente, valorizando cada operação atual, já que a vida social gira em torno dessas atividades (BELEM, 2018, p. 21)

Nos volumes e estruturas adicionais propostos, as escolhas de materiais como o vidro, elementos metálicos, formas geométricas contrastantes com a composição do mercado, compromete a legibilidade da arquitetura do mercado e desarticula sua integração à paisagem circundante, ao mesmo tempo que promove uma imagem de “super pós-modernidade” ao “Novo Mercado de São Brás” (termo utilizado no

projeto Desenvolver Belém). É de se observar também a fragilidade geral do edifício, em estado deplorável de conservação, e o necessário cuidado ao intervir em seus espaços e elementos estruturantes buscando preservar os traços que ainda permitam reconhecê-lo em sua tipologia de mercado coberto.

A sustentabilidade, outro tema mencionado no memorial, ainda que de forma quase imperceptível, mas parece um apelo discursivo, do que empenho real em promover medidas efetivas, questão não desenvolvido no projeto preliminar. No entanto, em declarações em reunião do CDU (BELEM, 2019, p. 3) o arquiteto informou que a ideia era utilizar telhas fotovoltaicas que se tornaram inviáveis em função da preocupação com a arquitetura do edifício, mas que prevê a reutilização de águas pluviais para a lavagem do entorno.

A proposta para o Mercado de São Brás, que reserva um grande percentual para as áreas de ofertas gastronômicas em relação às de venda de alimentos frescos, evidencia que o “mix de atividades”, se construído, alterará radicalmente a natureza do mercado e provavelmente inviabilizará suas funções tradicionais, ou pelo menos as funções que atualmente o mercado abriga, que é um mix de atividades nos boxes geridos pelos permissionários, os tradicionais ocupantes desses espaços.

Certamente seria necessário incluir na proposta um estudo diagnóstico aprofundado sobre o contexto socioeconômico atual e a vocação histórica do mercado e suas imediações, para elucidar e precisar esses *mix* de atividades, produtos e serviços básicos que melhor atendam

aos frequentadores e moradores do bairro e de suas imediações.

Apesar de todas as ressalvas, críticas e discussões entre profissionais e a sociedade civil, tudo indica que essa proposta, cujo trâmite foi paralisado com a mudança na gestão municipal, será retomada quase na íntegra. No último dia 10 de agosto de 2022, a prefeitura de Belém anunciou que vai dar continuidade à licitação da obra do mercado, retomando a proposta apresentada em 2019, com algumas modificações, as quais, no entanto, ainda não foram divulgadas.

Segundo as redes sociais da prefeitura, o projeto a ser executado foi uma cessão do arquiteto autor da proposta anterior, e irá “fomentar o turismo, e, acima de tudo, preservar os postos de trabalhos e a tradição das centenas de feirantes” nas palavras do prefeito. Porém, em uma rápida visualização do vídeo divulgado com as maquetes eletrônicas, não se identificam mudanças substanciais com relação à proposta anterior, com exceção da forma da estrutura para abrigar um espaço do que parece ser um restaurante, à frente da fachada frontal e de alguns detalhes nos ambientes internos.

De fato, no dia 7 de novembro de 2022 a prefeitura lançou o edital com o objetivo de contratar empresa especializada para execução da obra indicada como “restauração e reforma do complexo do Mercado Municipal de São Brás”. Segundo o documento disponível no site da PMB, com o projeto, segundo consta, doado pelo arquiteto e sua equipe, mantém-se a quase totalidade das soluções apresentadas para a gestão anterior. A distribuição das atividades gastronômicas no pavilhão principal, enquanto

as demais se localizam nas estruturas externas, algumas como acréscimo, confirma a organização já definida anteriormente. Portanto, as considerações mencionadas neste artigo permanecem vigentes para a atual proposta cujas obras estavam previstas para serem iniciadas no dia 27 de outubro de 2022.



**Figura 7.** Proposta a ser executada pela atual gestão municipal.

Fonte:

<http://www.belem.pa.gov.br/licitacao/licitacao/consulta>

## REFLEXÕES FINAIS

As administrações das últimas décadas agiram repetidamente com desinteresse quanto à importância do Mercado de São Brás, permitindo uma ocupação desordenada do seu entorno e se desobrigando de medidas de proteção e conservação do edifício e do eixo comercial que ali se estruturou, e tem uma importância estratégica no local. Nesse sentido, qualquer intervenção no edifício deve incluir as áreas de seu entorno com vistas a qualificar suas estruturas – edifícios, vias e infraestrutura urbana.

Portanto, uma intervenção no mercado deve ser articulada com os equipamentos no seu entorno, como a escola moderna Benvinda de

França Messias e o conjunto do IAPI, a Praça do Operário, a caixa d'água de ferro do século XIX, com potencial para dinamizar atividades na vizinhança. Pensar o mercado como estruturante e em conexão com essa área que também deveria ser objeto de revitalização, além da questão dos impactos de vizinhança e no tráfego do entorno.

As referências às experiências dos mercados tomados como ilustração neste artigo não constituem exemplos a serem copiados, mas sim corroboram o fato de que além dos casos mencionados no memorial do projeto para o Mercado de São Brás, reconhecem-se propostas outras, nas quais foi possível aliar as novas demandas e exigências de consumo, às funções originais desses espaços.

É evidente que esses equipamentos públicos não podem permanecer alheios às metamorfoses da sociedade, porém, como valor cultural, social, econômico e, especialmente no caso dos mercados tombados como patrimônio cultural, tornar-se vital repensar alternativas que supere a excludente e falsa dicotomia entre entregar à iniciativa privada ou deixa-los de forma deliberada à mercê do tempo até que não haja outra opção a não ser o uso do *know how* que a privatização oferece, conforme defende o texto do memorial do projeto para o Mercado de São Brás. Algumas experiências relatadas aqui, mesmo com suas contradições, mostram que é possível manter suas funções ao tempo que se incorporam inovações necessárias às exigências contemporâneas.

As práticas interventivas devem considerar, também, o papel crucial dos mercados na estruturação da vida dos bairros, da sua população de mais idade, bem como um polo

integrador e difusor de sua importância para as gerações mais jovens. Ações que integram educação e conhecimento sobre os mercados são bem-vindas nas novas políticas de valorização.

Entende-se que, ainda que predomine nos vários casos citados intervenções alinhadas com as expectativas e interesses dos agentes hegemônicos no campo econômico, é possível pensar, no caso de São Brás, alternativas a essa intervenção que contemple os permissionários, as exigências de consumo atuais, a vocação de comércio e serviços da área, o respeito à integridade arquitetônica do edifício, e sobretudo sua permanência como mercado público e a inclusão dos trabalhadores com poder de decidir sobre a intervenção, que definitivamente não envolve apenas a sobrevivência de um edifício, mas principalmente a dos lugares de trabalho para os que fazem os mercados cotidianamente, e a permanência de uma identidade forjada durante décadas que alimenta o mercado, a cidade e sua história.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, L. Os Mercados e os Dilemas da Autenticidade. Uma análise do Mercado Central de Belo Horizonte. In: **INTERSEÇÕES** [Rio de Janeiro] v. 19 n. 2, dez. 2017, p. 443-462.

AJUNTAMENT DE BARCELONA. Remodelacions. <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/ca>.

AJUNTAMENT DE BARCELONA. **Plà estratègic. Mercats de Barcelona**. 2015-2025. Barcelona, 2015.

BELÉM (Município). Prefeitura Municipal de Belém. Edital Manifestação Pública de Interesse.

Belém, 2018. Disponível em: [www.belem.pa.gov.br/app/c2ms/v/?id=18&contendo=4815](http://www.belem.pa.gov.br/app/c2ms/v/?id=18&contendo=4815). Acesso em: 02 de janeiro de 2020.

BELÉM. Prefeitura lança editais do programa Desenvolve Belém. <https://agenciabelem.com.br/Noticia/169025/prefeitura-lanca-editais-do-programa-desenvolve-belem>. 2018a. Acesso em 02 ago. de 2022.

BELÉM. Prefeitura Municipal de Belém. Conselho Municipal de Proteção ao Patrimônio Cultural de Belém. Ata da 11ª Reunião do Conselho Municipal de Proteção ao Patrimônio Cultural de Belém. Belém, 2019c. Disponível em: <http://www.cinbesa.com.br/site/wp-content/uploads/Ata-reuniao-cons.-munic.-de-prot.-do-patrim.cultural-19.02.2019>. Acesso: 03 ago. de 2021.

BEZERRA, R. G. Identificação e reutilização do patrimônio no processo de reinvenção das cidades: uma reflexão a partir da cidade de Almada. Em: **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 46, n. 1, jan/jun, 2015, p. 69-92.

CARMONA, E. M. ¿Un modelo de renovación? Desengaños y servidumbres de la modernización de los mercados municipales de Madrid. Em: DELGADILLO, Victor; NIGLIO, Olimpia (org.). **Mercados de abastos. Patrimonio. Turismo. Gentrificación**. Roma. Ed. Aracne Editrice, Roma, 2020, p. 207-234.

CHAVES, C.; MORAES, F. Entre o passado e o futuro: o lugar dos mercados no Centro Histórico de Belém. Em: Silva, Luiz de Jesus Dias da; Miranda, Cybelle Salvador (org.). **Olhares sensíveis ao centro histórico de Belém. Vivências e temporalidades**. Ed. NAEA: Belém, 2019, p. 57-68.

CHAVES, C. Os mercados públicos e a história da cidade: Belém no final do século XIX e início do século XX. Em: LEITÃO, W. (Org.). **Ver-O-Peso. Estudos antropológicos no mercado de Belém**. Ed. Pakatatu: Belém, vol. 2 2016, p. 17-38.

CHAVES, C. Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. En búsqueda de caminos para el futuro. Em: DELGADILLO, V.; NIGLIO, O. (org.). **Mercados de abastos. Patrimonio. Turismo. Gentrificación**. Roma.

Aracne Editrice, Roma, 2020, p. 77-94.

DELGADILLO, V. Mercados de centros históricos latinoamericanos: entre tradición y reconversión al turismo. In: DELGADILLO, Victor; NIGLIO, Olimpia (org.). **Mercados de abastos. Patrimonio. Turismo. Gentrificación**. Roma. Aracne Editrice, Roma, 2020, p. 47-73.

DELGADILLO, V. Markets of la Merced – New frontiers of gentrification in the historic centre of Mexico City. In: S. González (ed.). **Contested markets, contested cities – gentrification and urban justice in retail spaces**. London y New York: Routledge, 2018, p. 19-35.

DELGADILLO, V. Patrimonialización de los mercados. In: **Ciudades**. 114, Ciudad de México, 2017b, p. 2-9.

DERENJI, J. Mercado de São Brás. CPC-USP, São Paulo. s/d.

GARRIGA, S.; GUÀRDIA, M. Viejos mercados, mercados nuevos. Los mercados de Barcelona como activos urbanos. Em: LEITÃO, W. M. (Org.). **Ver-o-Peso. Estudos antropológicos no mercado de Belém**. Vol. II, Ed. Paka-Tatu, Belém, 2016. p. 229-242.

GUARDIA, M.; OYÓN, J. L.; FAVA, N. El sistema de mercados de Barcelona. In: **Hacer ciudad a través de los mercados. Europa, siglos XIX y XX**. Ayuntamiento de Barcelona: MUHBA - Museu d'Historia de Barcelona: Barcelona, 2010, p. 263-298.

GONZÁLEZ, S.; DAWSON, G. (2018). **Resisting gentrification in traditional public markets: Lessons from London**. Disponível em: <http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2018/08/Chapter-4.pdf>.

GONZÁLEZ, S.; DELGADILLO, V. (2020). Injusticias urbanas y comercio: la gentrificación de los Mercados de abasto en Londres. Em: DELGADILLO, V.; NIGLIO, O. (org.). **Mercados de abastos. Patrimonio. Turismo. Gentrificación**. Roma. Ed. Aracne Editrice, Roma, 2020, p. 235-256.

GUIMARÃES, P. P. Mercados tradicionais minoristas em Lisboa: o caminho para a reabilitação e a gentrificação. Em:

DELGADILLO, V.; NIGLIO, O. (org.). **Mercados de abastos. Patrimonio. Turismo. Gentrificación.** Roma. Aracne Editrice, Roma, 2020, p. 389-410.

GONZÁLEZ, S.; DAWSON, G. **Resisting gentrification in traditional public markets: Lessons from London.** Disponible en: <http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2018/08/Chapter-4.pdf>

GONZÁLEZ, S. La “gourmetización” de las ciudades y los mercados de abasto. críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. In: **Boletínecos. FUHEM ecosocial**, N. 43–junio-agosto. Disponible en: [https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Boletin\\_ECOS/43/La\\_gourmetizacion\\_ciudades\\_Sara\\_Gonzalez.pdf](https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Boletin_ECOS/43/La_gourmetizacion_ciudades_Sara_Gonzalez.pdf)

IMMB - Instituto Municipal de Mercados de Barcelona (sin fecha), “Modelo Mercado Barcelona”, disponible en: <http://ajuntament.barcelona.cat/mercats/es/canal>

LACARRIEU, M. “Mercados tradicionales” en los procesos de gentrificación/recualificación. Consensos,

PANTOJA, L. M. P. Mercado de São Brás e seu entorno: tramas e sentidos de um lugar. 2014. disputas y conflictos. **Alteridades.** Buenos Aires, 26 (51). 2016, p. 29-41.

HERNÁNDEZ, A. Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. **Revista de Ciencias Sociales y Humanidades.** Iztapalapa. n. 83, año 38, julio-diciembre, 2017, p. 165-186.

MERCAT ABACERÍA CENTRAL. <https://mercatabaceria.cat/es/noticies/>. Acesso em 03 de dezembro de 2022.

MERCADO MONUMENTAL. Renascença ou São Brás. Disponível em: <https://fauufpa.org/2014/07/18/mercado-monumental-1911-%E2%80%92renascenca-ou-sao-bras/>. Acesso em: 04/06/2022.

147 f. **Dissertação** (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Pará, Belém, 2014.

NIGLIO, O. Arquitectura de mercado. Historia, transformaciones y contemporaneidade. Em: DELGADILLO, V.; NIGLIO, O. (org.). **Mercados de abastos. Patrimonio. Turismo. Gentrificación.** Roma. Aracne Editrice, Roma, 2020, p. 19-46.