UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO

HÉLIO CANTO DOS SANTOS

MERCADOS PÚBLICOS EM BELÉM (1940-1943). ARQUITETURA, HISTÓRIA E FUNCIONALIDADE

BELÉM-PA
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO

HÉLIO CANTO DOS SANTOS

MERCADOS PÚBLICOS EM BELÉM (1940-1943). ARQUITETURA, HISTÓRIA E FUNCIONALIDADE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Pará, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.
Orientadora: Profa. Dra. Celma Chaves Pont Vidal

BELÉM-PA
2015

HÉLIO CANTO DOS SANTOS

MERCADOS PÚBLICOS EM BELÉM (1940-1943). ARQUITETURA, HISTÓRIA E FUNCIONALIDADE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Pará, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.
Orientadora: Profa. Dra. Celma Chaves Pont Vidal

Data de aprovação: ____/____/____

Banca Examinadora

Profa. Dra. Celma Chaves Pont Vidal/UFPA - Orientadora

Prof. Dr. Juliano Pamplona Ximenes Ponte/UFPA

Prof. Dr. Fabiano Homobono Paes Andrade/UFPA

BELÉM-PA
2015

A minha mãe Alda, e a Deus.

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio a esta pesquisa por meio do auxílio financeiro concedido através da bolsa de estudos de mestrado, cuja contribuição foi de fundamental importância.

À Profa. Dra. Celma Chaves Pont Vidal, por sempre orientar a pesquisa de uma maneira exemplar, balizando os entraves com a sua experiência e sabedoria em todos os momentos, mas principalmente àqueles mais complicados em que não se mediu esforços em ajudar.

Às professoras membros da banca de qualificação, Profa. Dra. Heliana Vargas e Profa. Dra. Cybelle Miranda, pelos pertinentes apontamentos que engrandeceram esse estudo e aos membros da banca de defesa, Prof. Dr. Fabiano Homobono e Prof. Dr. Juliano Ximenes, por terem atendido ao convite para desempenhar este papel, dispondo de seu tempo e conhecimento para analisar este trabalho.

Á todos os docentes e discentes do Programa de Pós Graduação de Arquitetura e Urbanismo (PPGAU-UFPA), pelos ensinamentos e contribuições essenciais à pesquisa.

À todos os pesquisadores e bolsistas do Laboratório de Arquitetura LAHCA que de alguma maneira sempre ajudaram a enriquecer a pesquisa com discussões e contribuições no âmbito do Laboratório, em especial à Lana Avelar por se mostrar sempre disposta em ajudar os difíceis trabalho de campo.

À minha amiga Luna Bibas, que nos momentos mais difíceis da pesquisa teve participação fundamental para que este trabalho fosse possível.

Aos permissionários dos mercados da pesquisa, que contribuíram com seus relatos e memórias, possibilitando a existência deste trabalho.

À minha família, Alda, Hélio e Thaíssa, pelo apoio moral e psicológico, e principalmente pela paciência nos momentos mais difíceis.

À Amanda, minha companheira, melhor amiga e amor, por todo o seu carinho e dedicação, os quais foram essenciais para que esta dissertação existisse.

RESUMO

Esta dissertação insere-se nas pesquisas sobre os espaços comerciais, especificamente sobre mercados públicos, e seu impacto nas mudanças da sociedade e nas transformações das cidades. Vários estudos na área abordam o auge da construção de mercados públicos tradicionais no final do século XIX na Europa e no Brasil. Contudo, ainda são poucos os que tratam sobre os mercados públicos construídos em meados do século XX. Neste trabalho analisam-se três mercados públicos construídos na década de 1940 na cidade de Belém, a partir das suas relações de origem, desenvolvimento e permanência no tempo e espaço: os mercados da Pedreira, do Jurunas (Jurununinhas) e de Santa Luzia. Utilizam-se métodos qualitativos e históricos-interpretativos de pesquisa, por meio do uso de estudo de sua arquitetura, história, funcionalidade e estudo dos entornos, a partir de material documental, entrecruzamento de informações e entrevistas com seus usuários. Identificaram-se evidências sobre os períodos de origem e desenvolvimento desses mercados, que auxiliam na compreensão de significados a eles atribuídos ao longo do tempo. Constatou-se o estado de degradação, sub utilização ou transformação de uso em alguns desses mercados, assim como a urgente necessidade de elaboração de um planejamento estratégico para a administração desses espaços públicos tradicionais de importância vital para a vida social, cultural e econômica da cidade.

Palavras-Chaves: Mercado público. Espaço terciário. Comércio. Arquitetura. Permanência.

ABSTRACT

This work is included in the studies about commercial spaces, which seek to approach their impact on society's changes and cities' transformations. Several studies in this area approach the construction's peak of public markets in the late nineteenth century in Europe and Brazil. This work analyzes three public markets built in the 1940s in Belém, from their relations of origin, development and permanence in time and space: the markets of Pedreira's, Jurunas and Sta. Luzia. Qualitative and historical-interpretive research methods are used, through the study of use of its architecture, history, functionality and study of surroundings, from documentary material, crisscross information and interviews with their users. Evidences and indications about the origin's and development's periods of the markets was identified, that aid in the understanding of their meanings over time. It was found the state of degradation, underutilization or change of usage in some of these markets as well as the urgent need to work in a strategic plan for the management of such traditional public spaces in the social, cultural and economical life of the city.

Keywords: Public Market. Tertiary space. Trade. Architecture. Permanence.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa com a localização dos mercados públicos objetos de pesquisa no Laboratório de Historiografia e Cultura Arquitetônica (LAHCA 16
Figura 2 – Fachada do mercado do Jurunas 17
Figura 3 – Fachada do mercado da Pedreira 18
Figura 4 – Fachada do mercado de Santa Luzia 18
Figura 5 – Mapa de Belém com destaque para a delimitação dos bairros do Jurunas, Pedreira e Umarizal e a localização dos três mercados estudados 19
Figura 6 – Praça central de Bruxelas 32
Figura 7 – Fachada do Halle de Bruges 33
Figura 8 – Pátio interno do Halle de Bruges 33
Figura 9 – Fachada do mercado de Sant-Géry em Bruxelas 36
Figura 10 – Interior do mercado de Sant-Géry 36
Figura 11 – Imagem antiga dos Les Halles parisienses 37
Figura 12 – Vista aérea parcial da avenida 15 de Agosto em 1953 41
Figura 13 – Reportagem da Folha do Norte, ilustrando o projeto para uma escola modernista no bairro do Guamá 42
Figura 14, 15, 16 e 17 – Reportagens da Folha do Norte com imagens de edifícios públicos recém inaugurados em Belém, 1938 – 1941 43
Figura 18 – Planta parcial da cidade de Belém, em 1939, segundo reportagem do Jornal da época 45
Figura 19 – Reportagem do jornal Folha do Norte, com uma fotografia do comércio ambulante no bairro da Pedreira 46
Figura 20 – Fotografia do comércio ambulante antes da construção do mercado 47
Figura 21 – Construção do posto policial do bairro da Pedreira 47
Figura 22 – Detalhe do bairro da Pedreira, no mapa de Belém, Jose Sydrim 1905 48
Figura 23 – Imagem da fachada do projeto, do mercado da Pedreira e informações acerca do projeto, em reportagens no jornal Folha do Norte, de 1939 49
Figura 24 – Desenho da implantação do complexo do mercado da Pedreira 49
Figura 25 – Desenho da planta baixa do mercado da Pedreira 50
Figura 26 – Desenho da planta baixa, dos blocos anexos do mercado da Pedreira 51
Figura 27 – Reportagem com a fotografia do mercado antes de ser inaugurado 53

Figura 28 – Reportagem do jornal Folha do Norte, destacando a inauguração do mercado da Pedreira 53
Figura 29 – Fotografia ilustrando o então prefeito, Abelardo Condurú, distribuindo esmolas 54
Figura 30 e 31 – fotografia da pavimentação da travessa Breves, no bairro do Jurunas 55
Figura 32 – Detalhe do mapa de Belém de 1939, que mostra o trecho da EFB 56
Figura 33 – Projeto de um grupo escolar no bairro do Jurunas 56
Figura 34 – Fotografia de um grupo escolar em construção, no bairro do Jurunas 57
Figura 35 – fotografia da inauguração do posto policial do Jurunas 57
Figura 36 – Detalhe da região de implantação do mercado 58
Figura 37 – Reportagem que relata a construção do mercado do Jurunas 59
Figura 38 – Propaganda da Importadora de Ferragens 60
Figura 39 – Desenho da implantação do mercado do Jurunas 60
Figura 40 – Implantação e representação da Vila Mata, respectivamente 60
Figura 41 – Desenho da planta baixa do mercado do Jurunas 61
Figura 42- Desenho da fachada do mercado do Jurunas 62
Figura 43 e 44 – Postos de saúde do Jurunas e da Pedreira, respectivamente 62
Figura 45 e 46 – Delegacias do Jurunas e da Pedreira, respectivamente 63
Figura 47 – Reportagem do jornal Folha do Norte, destacando o projeto do mercado de Santa Luzia 63
Figura 48 – Detalhe do mapa de 1939, destacando o canal da doca Souza Franco 64
Figura 49 – Aspecto da Doca de Souza Franco no início das obras de retificação do canal e construção da Avenida Visconde de Souza Franco 64
Figura 50 – Fotografia de 1935 de uma terreno de baixada cercado por fábricas no bairro do Reduto 65
Figura 51 - Tipologia tradicional das baixadas existentes no bairro do Umarizal 65
Figura 52 – Avenida Generalíssimo Deodoro, no bairro de Nazaré na década de 1920 66
Figura 53 – Avenida São João 66
Figura 54 – Postal de Belém destacando o grupo escolar Santa Luzia 67
Figura 55 – Fotografia de 1905 destacando os alunos do grupo escolar Santa Luzia 67
Figura 56 – Postal da rua Oliveira Belo, com destaque para a Santa Casa de Misericórdia 68
Figura 57 – Postal da rua Oliveira Belo, com destaque para a Santa Casa de Misericórdia 68

Figura 58 – Postal da rua Oliveira Belo, com destaque para a Santa Casa de Misericórdia, na altura da praça Camilo Salgado 69
Figura 59 – Postal da praça Brasil 69
Figura 60 – Mapa de situação do mercado de Santa Luzia 70
Figura 61 – Reportagem do jornal Folha do Norte, destacando a inauguração do mercado de Santa Luzia 72
Figura 62 – Fluxo de pessoas na Av. Pedro Miranda 80
Figura 63 – Mapa do bairro da Pedreira, com destaque para o perímetro de influência do mercado 81
Figura 64 e 65 – Mapas do bairro da Pedreira, com destaque para a distribuição das funções nos lotes e para a densidade de elementos primários na área, respectivamente 82
Figura 66, 67, 68 e 69 – Loja de eletrodomésticos, vestuário, de departamento e produtos especializados, respectivamente 83
Figura 70 e 71 – Barbearia e casa lotérica na Av. Pedro Miranda, respectivamente 84
Figura 72 e 73 – Loja de açaí e restaurante, respectivamente 84
Figura 74, 75, 76 e 77 – Estabelecimentos de abastecimento no bairro da Pedreira 85
Figura 78, 79, 80 e 81 – Vendedores ambulantes de abastecimento no bairro da Pedreira 85
Figura 82, 83 e 84 – Posto de saúde, sede da associação Império Pedreirense e um templo religioso no bairro da Pedreira, respectivamente 86
Figura 85 – Residência no perímetro de influência do mercado da Pedreira 87
Figura 86 e 87 – Mapas do bairro da Pedreira, com destaque para os locais de residência dos clientes do mercado, e para localização dos supermercados que compartilham os mesmos clientes, respectivamente 88
Figura 88, 89, 90, 91 e 92 – Supermercados no perímetro de influência do mercado da Pedreira 89
Figura 93 – Aspecto do bairro Batista Campos na década de 1960 91
Figura 94 – Aspecto do bairro do Jurunas na década de 1960 91
Figura 95 – Mapa do entorno do mercado do Jurunas, com destaque para o perímetro de influência do mercado 92
Figura 96 e 97 – Mapas do bairro do Jurunas, com destaque para a distribuição das funções nos lotes, e para a densidade de elementos primários na área, respectivamente 93

Figura 98 e 99 – Fotos da antiga sede da Rádio Clube na Av. Fernando Guilhon e do atual conjunto existente no local, respectivamente 94
Figura 100 – Aspecto atual do bairro do Jurunas, na Av. Roberto Camelier, próximo ao mercado 94
Figura 101 – Vista dos conjunto residenciais no entorno do mercado 95
Figura 102, 103 e 104 – Vista da Vila Mata no entorno do mercado 95
Figura 105, 106 e 107 – Aspecto das residências na Vila Mata 96
Figura 108 – Concentração de estabelecimentos comerciais em frente ao mercado do Jurunas 96
Figura 109 – Aspecto dos estabelecimentos de serviço na Av. Roberto Camelier, no entorno do mercado do Jurunas 97
Figura 110 – Aspecto dos estabelecimentos de abastecimento e refeições na Av. Roberto Camelier, no entorno do mercado do Jurunas 97
Figura 111 – Aspecto da caçada próxima ao mercado do Jurunas 98
Figura 112 e 113 – Mapas do bairro do entorno do mercado do Jurunas, com destaque para os locais de residência dos clientes entrevistados, e para localização dos supermercados que compartilham os mesmos clientes, respectivamente 99
Figura 114, 115, 116 e 117 – Supermercados no perímetro de influência do mercado do Jurunas 99
Figura 118 – Mapa do entorno do mercado de Santa Luzia, com destaque para o perímetro de influência do mercado 101
Figura 119 e 120 – Mapas do bairro do Jurunas, com destaque para a distribuição das funções nos lotes, e para a densidade de elementos primários na área, respectivamente 102
Figura 121, 122, 123 e 124 – Fotos da presença de atividades primárias no entorno do mercado de Santa Luzia 103
Figura 125 – Mapas do entorno do mercado de Santa Luzia com destaque para localização do supermercado presente na sua área de polaridade 103
Figura 126 – Supermercado Líder no entorno do mercado de Santa Luzia 104
Figura 127, 128 e 129 – Barraca de lanche e paradas de ônibus no entorno do mercado de Santa Luzia, respectivamente 106
Fotografia 130 – Feira livre da Batista Campos, na travessa Doutor Moraes 110
Figura 131 – Implantação do comércio ambulante ao redor do mercado da Pedreira 112
Figura 132, 133, 134 e 135 – Reportagens que mostram a reinauguração do mercado 113

Figura 136 – Implantação da ampliação do mercado da Pedreira 114
Figura 137 e 138– Reportagens que mostram o novo aspecto do mercado 114
Figura 139 – Localização do novo complexo da Pedreira em relação ao mercado 115
Figura 140 e 141 – Casa do Bife em 1976, e uma propaganda da casa do Bife de 1977 116
Figura 142 – Vista interna do complexo de abastecimento da pedreira 116
Figura 143 – Vista externa do complexo de abastecimento da pedreira 116
Figura 144 – Planta baixa com a atual setorização do prédio principal do mercado da Pedreira 117
Figura 145 e 146 – Interior do prédio principal do mercado da Pedreira 118
Figura 147 – Vista interna das lojas do prédio principal do mercado da Pedreira 118
Figura 148 – Vista externa de uma loja do prédio principal do mercado da Pedreira 118
Figura 149 – Detalhe das modificações na fachada do mercado da Pedreira (original e atual, respectivamente) 119
Figura 150 e 151 – Vistas internas do prédio anexo, de vísceras, do mercado da Pedreira 120
Figura 152 – Vista externa do prédio anexo, de vísceras, do mercado da Pedreira 120
Figura 153 e 154– Vista interna do prédio anexo, de peixes, do mercado da Pedreira 121
Figura 155 e 156– Vistas da área interna do mercado da Pedreira 122
Figura 157 – Implantação da área onde funcionava a feira, ao redor do mercado do Jurunas 123
Figura 158 – Implantação da área onde funcionava a feira, ao redor do mercado do Jurunas 124
Figura 159 – Foto da estrutura da cobertura do mercado do Jurunas, com destaque para as peças inclinadas 124
Figura 160 e 161 – Fotos do espaço vazio deixado pela demolição de parte do mercado, com destaque para as o anexo do banheiro 125
Figura 162 – Representação gráfica das adaptações feitas no mercado do Jurunas 126
Figura 163, 164, 165, 166 e 167 – Vistas dos boxes do mercado do Jurunas 126
Figura 168 – Vistas da escada do mercado do Jurunas 127
Figura 169 – Clientes do bar da esquina do Mercado 128
Figura 170 – Vista do Santuário no interior do mercado de Santa Luzia 129
Figura 171 – Placa de inauguração do santuário 129
Figura 172 e 173 – Reportagem com fotos da reforma do mercado de Santa Luzia 130

Figura 174 – Implantação da área onde funciona a feira de Santa Luzia 130
Figura 175 – Placa da reforma geral no mercado de Santa Luzia 131
Figura 176 – Vista interna do mercado de Santa Luzia 131
Figura 177 e 178 – Vista interna do mercado de Santa Luzia 132
Figura 179, 180, 181 e 182 – Vistas da feira de Santa Luzia 132
Figura 183 – Planta baixa com a atual setorização do prédio principal do mercado da Pedreira 133
Figura 184 – Vista das lojas do mercado de Santa Luzia 134
Figuras 185, 186, 187 e 188 – Vistas externas do mercado de Santa Luzia 135

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ASPAS – Associação Paraense de Supermercadistas

CINCCI – Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade

DFMP – Departamento de Feiras, Mercados, e Portos

DOPM – Diretoria de Obras Públicas Municipais

EFB – Estrada de Ferro de Bragança

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LAHCA – Laboratório de Historiografia e Cultura Arquitetônica

PECAB – *Pla Especial d'equipament Comercial Alimentari de Barcelona*

PMB – Prefeitura Municipal de Belém

SECON – Secretaria Municipal de Economia

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **15**
1 O COMÉRCIO E OS MERCADOS PÚBLICOS: UM PERCURSO HISTÓRICO **24**
1.1 O espaço do comércio **27**
1.2 *Bazaars*, praças de mercados, feiras e *halles* **31**
1.3 Arquitetura dos mercados cobertos **34**
2 A CIDADE DE BELÉM E SEUS MERCADOS PUBLICOS **38**
2.1 Os mercados na segunda modernização de Belém (1930 – 1943) **38**
2.2 Estudo histórico dos objetos da pesquisa **43**
2.2.1 Mercado da Pedreira **44**
2.2.2 Mercado do Jurunas **53**
2.2.3 O mercado de Santa Luzia e o bairro do Umarizal **63**
3 PERMANÊNCIA E EVOLUÇÃO DOS MERCADOS E DO SEU ENTORNO **73**
3.1 O entorno como indicador de mudanças ou permanências **77**
3.1.1 O entorno do mercado da Pedreira **79**
3.1.2 O entorno do mercado do Jurunas **90**
3.1.3 O entorno do mercado de Santa Luzia **100**
3.2 A evolução da cidade e a permanência dos mercados **106**
3.2.1 Mercado da Pedreira **111**
3.2.2 Mercado do Jurunas **122**
3.2.3 Mercado de Santa Luzia **128**
CONSIDERAÇÕES FINAIS **136**
REFERÊNCIAS **138**
APÊNDICES **143**

INTRODUÇÃO

A presente dissertação se insere no contexto de estudos sobre os espaços comerciais como objeto de pesquisa. O interesse em estudar o comércio no campo da arquitetura e urbanismo, assume relevância nas discussões que abordam o impacto da mudança do padrão de consumo da sociedade, e, consequentemente, nas transformações das cidades. Espera-se que este estudo amplie o conhecimento sobre aspectos particulares, referentes aos espaços comerciais na cidade de Belém. A temática do IV Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade (CINCCI), é um exemplo que facilita o entendimento deste cenário:

> Diante do crescimento urbano contínuo, da visibilidade adquirida pelo território, do apelo ao hiperconsumo, da intensificação de fluxos, do caráter ininterrupto da vida urbana que funciona 24 horas, a relação comércio e cidade continua a sofrer transformações exigindo uma constante busca pela superação, que remete à necessidade de aprofundamento na compreensão da origem e dinâmica dos fenômenos que se apresentam[1] (CINCCI, 2013)

Considera-se esta pesquisa como uma fase inicial, na qual se possa reunir dados e conhecimentos científicos que apontem caminhos para uma fase posterior de pesquisa em estudos doutorais. A reunião dos dados, documentos e informações aqui apresentados pretende, dessa maneira, contribuir para o conhecimento e valorização do espaço construído na Amazônia.

O mercado público como objeto arquitetônico e espaço onde se desenvolvem atividades comerciais, ocupa o centro desta pesquisa. Estes edifícios consistem em espaços cobertos, onde se desenvolvem comercialização de produtos alimentícios, na sua maioria de primeira necessidade, e que possuem uma evolução tipológica com origens nos modelos de mercados europeus do século XIX.

No Laboratório de Historiografia e Cultura Arquitetônica (LAHCA), dez mercados públicos de Belém (figura 1) foram e continuam a ser estudados, no que diz respeito às suas relações tipológicas, de linguagens arquitetônicas, funcionais, históricas e como sua relação com a cidade. Os mercados em questão são:

a) Ver-o-Peso (mercado de peixe)
b) Francisco Bolonha (mercado de carne)
c) Mercado de São Brás
d) Mercado do Sal
e) Mercado do Jurunas

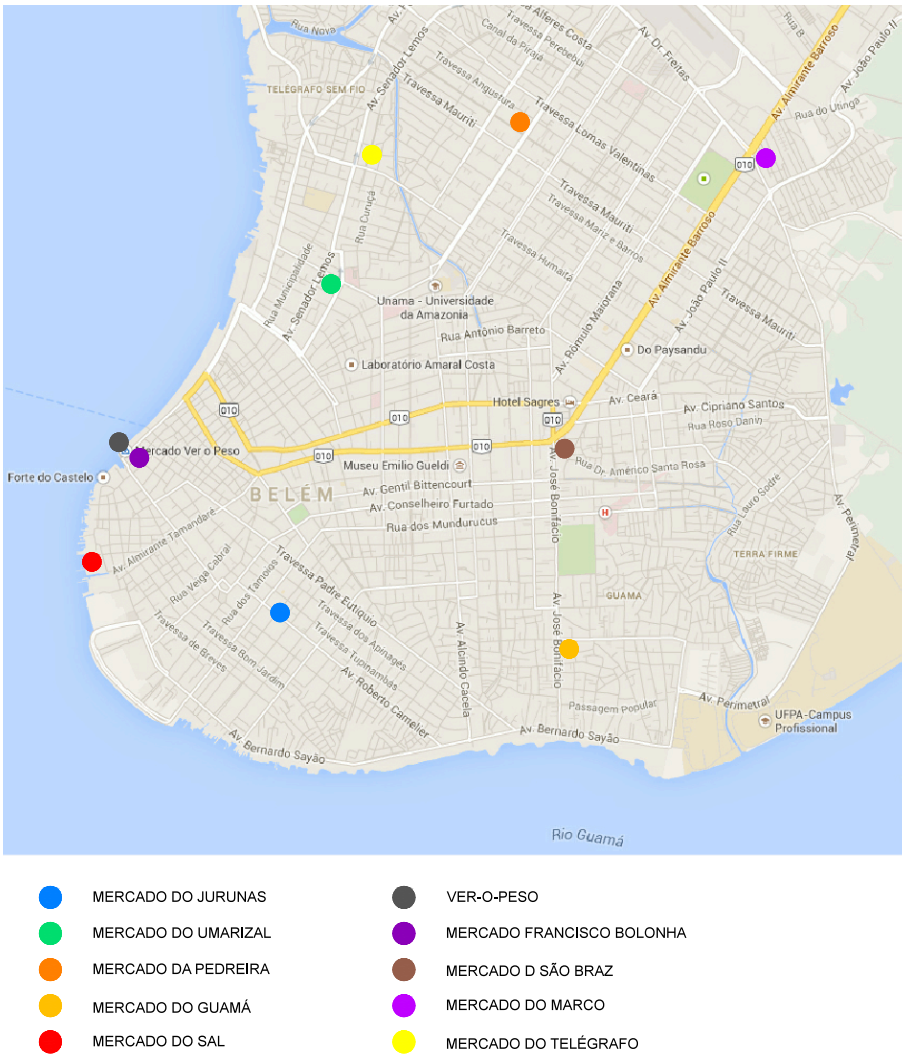
---

[1] Texto extraído do site oficial do IV CINCCI, que teve lugar na cidade de Uberlândia-MG de 26 a 28 de março de 2013.

[2] Villaça utiliza o termo subcentro para designar regiões na cidade com as características de "aglomerações

f) Mercado da Pedreira
g) Mercado do Telégrafo
h) Santa Luzia
i) Mercado do Marco
j) Mercado do Guamá

Figura 1 – Mapa com a localização dos mercados públicos objetos de pesquisa no Laboratório de Historiografia e Cultura Arquitetônica (LAHCA).



Fonte: maps.google.com, 2014.

Os objetos concretos desta pesquisa são três mercados públicos de Belém da década de 1940: o mercado da Pedreira, o mercado do Jurunas e o mercado de Santa Luzia. Estes mercados foram concebidos na década de 1940, e pertencem a um contexto local de influência de movimentos nacionalistas e modernistas próprios da arquitetura brasileira no período. O panorama político dos anos 1940 em Belém, indicava um governo intervencionista,

que objetivava a aplicação de um modelo desenvolvimentista de governo, contrário às transformações nas estruturas sociais das cidades (CHAVES, 2008). Para Penteado:

> A situação de crise que Belém então atravessava, foi acompanhada por uma completa desorganização administrativa; até a segunda guerra mundial, a cidade iria passar por uma sensível fase de estagnação. Sua população chegou mesmo a diminuir, aproximando-se em 1940, ao número de habitantes que possuía na primeira década deste século (PENTEADO, 1968, p. 166)

Os mercados selecionados para este estudo, foram construídos em meio à crise e à instabilidade política local e nacional, entre os anos 1930 e 1940. Em relação às características físicas dos mercados do Jurunas e da Pedreira (figura 2 e 3), observa-se que são mercados de pequeno porte, que possuem referências a uma linguagem neocolonial em sua composição. O mercado de Santa Luzia (figura 4), um legítimo representante da arquitetura do *Art Déco*, com uma composição sóbria, e fachadas em linhas racionais – embora apresente uma cobertura em telhas cerâmicas aparentes, um elemento claramente regional ou tradicional.

Figura 2 – Fachada do mercado do Jurunas.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 3 – Fachada do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 4 – Fachada do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2014.

Localizam-se nos bairros do Jurunas, Pedreira, e Umarizal (mercado de Santa Luzia) (figura 5), que no período de sua concepção caracterizavam-se como periferias da cidade, e demandavam do poder público ações de investimento em infraestrutura. Na primeira metade do século XX, se iniciava o processo de ocupação dessas áreas, enquanto Belém "passava por momentos angustiosos e a pobreza das áreas periféricas despertava a atenção de todos os que transitassem pelas mesmas" (PENTEADO, 1968). Apenas após o crescimento urbano nas décadas seguintes, é que estes bairros passaram a ser subcentros[2] da cidade.

[2] Villaça utiliza o termo subcentro para designar regiões na cidade com as características de "aglomerações diversificadas e equilibradas de comércio e serviços, que não o centro principal" (VILLAÇA, 2009, p. 293)

Figura 5 – Mapa de Belém com destaque para a delimitação dos bairros do Jurunas, da Pedreira e Umarizal e a localização dos três mercados estudados.

Fonte: maps.google.com, 2014.

Compreender os significados dos edifícios de mercado no cenário atual da cidade, é relevante e necessário no âmbito das pesquisas de mercados públicos, por se tratarem de edifícios de permanência, apesar das transformações no modo de consumo da população. O fato de alguns desses edifícios, que eram as principais fontes de abastecimento da população, ainda hoje possuírem um lugar importante na dinâmica comercial da cidade, nos incita à compreender a estrutura subjacente às suas complexidades.

Ressalta-se que ainda existem muitos exemplos de mercados que funcionam com fluxo intenso de pessoas, e que são verdadeiros centros na dinâmica das cidades, embora haja também, exemplos, que por diversos motivos encontram-se esvaziados ou sem o movimento e energia de outrora. Em relação aos mercados da pesquisa, nos interessa analisar quais aspectos levaram à tais particularidades entre esses edifícios que possuem histórias e arquiteturas semelhantes.

A relação entre comércio, arquitetura e urbanismo, refere-se à coexistência entre espaços comerciais em distintos momentos, portanto, com diferentes mecanismos de funcionamento e impacto na paisagem da cidade. Diversas pesquisas vêm sendo realizadas sobre o tema, abordando questões como: a atual importância dos espaços comerciais tradicionais da cidade; mudanças no padrão de consumo da sociedade; espaços comerciais como produtos do capital imobiliário; a importância de espaços públicos para a imagem da cidade; o passado e o futuro dos espaços comerciais; e a coexistência entre espaços comerciais de diferentes tempos. (VARGAS, 2001) (RENNÓ 2006) (PAULA, 2008) (GARREFA, 2011) (PINTAUDI, 2011).

Justificativa

A escolha do tema para a presente dissertação justifica-se por duas razões principais. A primeira está relacionada ao interesse pela pesquisa de tipologias arquitetônicas e o seu papel nas transformações das cidades. A segunda, está relacionada com o âmbito do LAHCA, onde se desenvolvem pesquisas sobre os mercados públicos de Belém.

Os três mercados já mencionados para o presente trabalho, foram selecionados dentre os dez mercados citados acima, devido às suas semelhanças tipológicas ~~e~~ de escala, e, principalmente, por pertencerem ao mesmo período. O interesse da pesquisa está na observação do espaço dos mercados, estabelecendo um paralelo entre o momento atual e o momento das suas construções, e nas relações com a sua área de influência.

Ao pesquisar sobre os mercados tradicionais de Barcelona, Pintaudi sugere a seguinte questão:

> A questão que levantamos é a seguinte: se as mudanças ocorridas em todas as dimensões da vida social transformaram o comprador de objetos em consumidor, como compreender a permanência de espaços comerciais que nitidamente pertencem a outro momento histórico? (PINTAUDI, 2011, p. 170-171)

Procurar compreender as condições de permanência dos mercados públicos, já tem conteúdo de investigação suficiente para justificar esta pesquisa. Todavia, houve a intenção de

ir além e investigar as relações que emergem desta permanência no tempo e no espaço. Um trabalho consistente que aborda o tema proposto dentro de caráter que se pretende dar a nossa pesquisa, foi elaborado por Rennó (2006) ao estudar o mercado público da Lapa em São Paulo. Sobre a proposição de sua pesquisa, a autora escreve:

> Atualmente, tanto formatos antigos como feiras-livres e os mercados públicos quanto os supermercados, que surgiram no Brasil apenas na década de 50, convivem no espaço urbano de uma metrópole brasileira. Assim, tomando como *corpus* um centro comercial de uma cidade como São Paulo, é possível analisar diacrônica e sincronicamente objetos como os mercados públicos e os supermercados como pontua Ferrara (1986: 122), para estudar a cidade deve-se compreender tanto a história quanto seu uso urbano atual, de modo a compreender a organização de cada um deles em suas relações de troca e relações do público com o espaço que se apresenta (RENNÓ, 2006, p. 14)

Estudar estas características nos mercados da pesquisa, acredita-se que contribuirá para o desenvolvimento do conhecimento na disciplina em nossa região. Entre todas as justificativas para a condução da pesquisa, ressalta-se o valor histórico destes edifícios, reforçando o interesse no futuro desses mercados públicos de Belém.

Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é o estudo dos mercados públicos selecionados, no âmbito tipológico e em sua relação funcional com a cidade. Pretende-se também pesquisar em particular, o contexto da origem e desenvolvimento dos mercados ao longo do tempo, os aspectos relacionados aos espaços comerciais: características espaciais, fluxos e relação com o entorno urbano estudado; assim como analisar a relação entre os mercados e os espaços de abastecimento nos bairros onde estão instalados.

Metodologia

Este estudo possui duas matrizes metodológica: a qualitativa e a histórico-interpretativa. Utilizou-se o método histórico interpretativo, por meio de verificações de acontecimentos físico-sociais, com conjunturas complexas, visando descrever estes fenômenos de uma forma narrativa e de uma maneira holística (GROAT & WANG, 2002).

O levantamento de dados foi realizado em jornais da época, fotografias e entrevistas. Durante a pesquisa, não encontrou-se documentos oficiais referentes aos projetos dos mercados. Portanto, foram utilizados os redesenhos dos mercados, cujos levantamentos arquitetônicos fazem parte da pesquisa do LAHCA. Sobre pesquisas em mestrado, Serra afirma:

> No nível das dissertações de mestrado, as pesquisas podem visar meramente a acumular informações sobre determinada tipologia de edifício, tecnologia ou componente. Não pretendem elas ultrapassar essa etapa e remetem para o doutoramento a indução de uma proposição geral sobre projeto (SERRA, 2006, p. 76)

Portanto, algo relevante a esta pesquisa é o seu carácter de investigação historiográfica, que busca reunir documentos[3] que contribuam para o conhecimento da tipologia de mercados públicos de Belém e de sua instalação e desenvolvimento no espaço da cidade.

As entrevistas e análises gráficas por meio de levantamento físico e fotográfico dos mercados, auxiliaram no conhecimento aprofundado dos objetos. Estas foram divididas em dois grupos: vendedores antigos (a) e clientes dos mercados (b). Entrevistaram-se os vendedores e moradores utilizando entrevistas abertas, com o intuito de compreender o significado dos mercados públicos para esses grupos, e delimitar o perímetro de influência dos mercados, assim como coletar dados sobre a evolução dos mercados ao longo do tempo.

Segundo Groat e Wang (2002), para se executar uma pesquisa utilizando a estratégia qualitativa de pesquisa deve-se: interagir diretamente com o objeto concreto da pesquisa; focar em interpretações e significados das observações – através de pesquisa empírica; atentar para que o próprio pesquisador interpretará do fenômeno estudado. Empregou-se, então, um sistema aberto de análise, no qual as informações adquiridas foram interpretadas e reinterpretadas de acordo com o levantamento de outras informações.

Deste modo, a qualidade dos dados levantados foram verificados por meio da triangulação e do entrecruzamento das informações. Observou-se os fenômenos a partir de mais de uma fonte de dados, para então medir a sua relevância para a pesquisa, e centrou-se a interpretação nas diferenças apresentadas entre as fontes de investigação, para alcançar respostas às questões da pesquisa.

Estrutura da dissertação

Esta dissertação estrutura-se em três capítulos. No primeiro abordam-se a origem dos mercados públicos e outras tipologias tradicionais de comércio, desde os *bazaars*, praças de mercado e *halles*, até os mercados públicos dos séculos XIX e início do século XX.

No segundo capítulo, inicia-se a análise dos objetos da pesquisa discorrendo sobre o contexto histórico, político e social do momento da construção dos mercados. Nele também

[3] Documento é, portanto, tudo aquilo que pode contribuir para esclarecer e completar as características históricas de um objeto de estudo que, por sua vez, constituem o monumento" (WAISMAN, 2013, p. 14)

elabora-se a análise historiográfica e tipológica dos mercados públicos da Pedreira, do Jurunas e de Santa Luzia.

No terceiro capítulo, analisa-se a relação entre os mercados e os outros espaços de abastecimento localizados nos seus entornos, e a possível centralidade gerada pelos mercados ao longo do tempo. Abordam-se também, os espaços físicos dos mercados a partir das suas configurações atuais. Em todo o capítulo, é central analisar as condições de permanência desses mercados públicos e as suas relações com a sua área de influência.

1 O COMÉRCIO E OS MERCADOS PÚBLICOS: UM PERCURSO HISTÓRICO

Para esta análise, considerou-se bibliografia concernente ao espaço arquitetônico e à sua relação com o entorno no setor terciário. Os estudos relacionados aos mercados europeus, expostos por Guàrdia & Oyón (org., 2010), os quais elaboraram e organizaram uma série de análises de mercados de diferentes países europeus, do ponto de vista arquitetônico, urbanístico, sociocultural e histórico. Os autores estudaram também as dinâmicas que atuam sobre a tipologia, e como a sua produção reflete na morfologia urbana de cidade europeias. Desde o surgimento de tipologias de espaços comerciais nas cidades medievais, até os modelos de mercados mais importantes em Barcelona, Londres e Paris, que se tornaram sinônimos de qualidade em diversos países.

Destacam-se a contribuição dos pesquisadores sobre as diversas formas espaciais e linguagens, que os mercados possuíram ao longo do tempo, auxiliando-nos no entendimento do desenvolvimento tipológico dos mercados públicos, e das mudanças estabelecidas na sociedade que influenciaram nas transformações da tipologia, como, por exemplo, as alterações na cadeia de distribuição alimentícia, no século XX (GUÀRDIA & OYÓN, 2010).

Vargas (2001), teve fundamental importância, no que diz respeito à construção de uma base para o pensamento aqui elaborado, pois além das questões espaciais, a autora aborda conceitos econômicos, comerciais e de mercado, ligados aos espaços terciários. A dedicação da autora em elaborar um estudo, que fosse capaz de abarcar a evolução, funcionamento, linguagem e origem, das diversas tipologias relacionadas ao setor terciário, nos auxiliou na compreensão e no posicionamento dos mercados no cenário geral dos espaços comerciais. A pesquisadora contextualiza o papel do comércio na origem e evolução das cidades, desde os *bazaars* árabes, passando pelos *halles* medievais, até os atuais shopping centers, explanando um diálogo entre as formas espaciais e as dinâmicas econômicas de cada época.

Rennó (2006) produziu uma pesquisa consistente acerca das estruturas sociais, espaciais e comerciais do mercado da Lapa em São Paulo, estabelecendo a sua relação de coexistência com outras tipologias de comércio, com destaque para os supermercados. A autora enfoca as suas observações nas relações sociais entre os hábitos dos consumidores, e compara as características espaciais particulares dos edifícios de mercados, em relação aos supermercados. Os estudos da pesquisadora, confirmaram a importância social dos mercados públicos, e suas características de permanência como objeto da pesquisa.

Os trabalhos de Murilha (2011) apresenta-nos uma análise arquitetônica, historiográfica e de políticas higienistas sobre mercados públicos e matadouros no Brasil durantes os séculos XIX e XX. Em seu estudo, utilizou critérios tipológicos arquitetônicos, para classificar os exemplares de mercados públicos construídos em São Paulo, e foi além, incluindo na pesquisa fontes historiográficas de mercados públicos em outros países (França e Alemanha) e em outras cidades brasileiras, incluindo o mercado de carne e o mercado do Ver-o-Peso em Belém. A pesquisa trás a análise histórico-tipológica de diversos mercados públicos, incluindo questões de estilo, linguagem e técnicas arquitetônicas para a construção de mercados.

O conjunto das pesquisas de Garrefa (2002, 2008 e 2011) é outro marco referencial de destaque. Inicialmente, a partir da sua dissertação (2002), elabora uma análise da evolução tipológica e cronológica dos espaços comerciais, e investiga a relação de coexistência entre espaços sociais tradicionais com espaços comerciais mais atuais, culminando nos shopping centers. Garrefa contribui para o entendimento das relações entre os espaços comerciais com os interesses imobiliários das cidades contemporâneas. O autor discorre em sua tese (2008), sobre como o conceito de *controle* é utilizado como base de um empreendimento comercial, de interesse imobiliário, diferentemente do contexto de espaços comerciais mais tradicionais, que têm como base o conceito de *troca*.

Paula (2010), apresenta uma interessante visão sobre a centralidade e vitalidade de espaços comerciais em Juiz de Fora e Buenos Aires. O autor introduz conceitos de estudos urbanos na análise dos lugares de comércio, em destaque o de centralidade. Apoia-se nos estudos de Vargas (2001), Corrêa (2005), Lefebvre (2004), Jacobs (2001), entre outros, para a relação entre a presença de estabelecimentos comerciais, em lugares de centralidade urbana, com a intensidade do fluxo e deslocamento das pessoas.

Quartilho (2011) desenvolve estudo onde analisa três mercados na cidade do Porto a partir do conceito de fatos urbanos. A pesquisadora utiliza os estudos apresentados por Aldo Rossi (2001) para compreender as relações de interdependência entre a presença da tipologia de mercados, com as dinâmicas urbanas no seu entorno. A autora também apresenta uma interessante análise de exemplos de mercados históricos, que tiveram diferentes destinos, são eles: o *Convent Garden* em Londres, os *Halles* em Paris, e o mercado de *San Miguel* em Madri. Esta base auxiliou a pesquisadora no entendimento dos acontecimentos ocorridos nos mercados da sua pesquisa: o mercado Ferreira Borges, do Bolhão e do Bom Sucesso. Ao final da pesquisa, aborda proposições de possíveis intervenções nos objetos de estudo.

Pintaudi (2011) estuda as condições de permanência de mercados públicos tradicionais em Barcelona. A autora nos oferece questões importantes para a pesquisa dos objetos do estudo, no que se refere à crítica sobre a descaracterização dos mercados públicos em consequência das mudanças dos hábitos de consumo. Todavia, a autora ressalta a importância desses elementos centrais, na vida das cidades, por se tratarem de lugares de permanência, em meio a tantas transformações na vida social (PINTAUDI, 2011, p. 170-171). Martins (2011), elaborou uma pesquisa historiográfica sobre o mercado municipal de Campinas. Utiliza métodos consistentes para a análise de documentos históricos que auxiliem a compreensão de eventos históricos e sociais, durante evolução urbana da cidade a partir da perspectiva do mercado.

No âmbito das pesquisas locais, Chaves (2008) nos fornece uma base para a pesquisa historiográfica sobre o período da concepção dos mercados, analisando as relações políticas, sociais e culturais em Belém durante o governo federal de Getúlio Vargas. Aborda conceitos essenciais para a pesquisa em arquitetura e urbanismo sobre período como modernidade, racionalismo e desenvolvimentismo. Chaves e Claudinho (2013), inserem o tema dos mercados públicos nas pesquisas por meio de uma investigação que procura inserir os mercados nos estudos referentes ao sistema de relações urbanas de Belém. Desta maneira, os mercados da cidade são entendidos como pontos de referências nas suas respectivas regiões, alterando as dinâmicas do seu entorno. Analisam questões tipológicas e de linguagens, apresentadas nos dez mercados estudados, destacando os valores simbólicos destes edifícios. Pantoja (2014) em seus estudo sobre o mercado de São Brás, abarca a historiografia do mercado e da cidade, estabelecendo uma relação entre o mercado e o seu entorno, a partir da centralidade gerada pelo mercado na área.

Medeiros (2010) realiza uma interessante pesquisa, no campo da geografia urbana, sobre as feiras e mercados de Belém, com uma importante coleta de dados na investigação. O pesquisador aborda as questões inerentes à formação (geo) histórica das feiras livres na cidade, as relações entre cidade e comércio e as condições atuais e perspectivas futuras do objeto da pesquisa. Leitão (2013) e diversos autores elaboram pesquisa interdisciplinar sobre o mercado do Ver-o-Peso, levantando questões antropológicas, culturais, sociais e econômicas.

1.1 O espaço do comércio

Neste item abordam-se os lugares em que a atividade comercial se estabeleceu ao longo do tempo para compreender os acontecimentos históricos envolvidos na formação do lugar do mercado como se conhece atualmente.

O termo "mercado público", refere-se aos mercados de abastecimento ou mercados de alimentação, tal como se apresentavam no início do século XIX na Europa, como uma nova forma arquitetônica e urbanística, e como equipamento urbano (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 11). Porém, antes de iniciar esta reflexão sobre a origem dos mercados, é pertinente esclarecer algumas características da atividade comercial.

Troca é a palavra chave para compreender a lógica dos espaços comerciais. Existe a necessidade do *encontro* para a sua realização – que também inclui a troca de ideias, experiências e sensações. Estas são características marcantes nos mercados públicos, onde este *encontro*, acaba por criar o *lugar do mercado* (VARGAS, 2001). A forma dos mercados emerge destas relações de complexidade.

A sua centralidade, como elementos focais na vida social, e o seu caráter de espaço público, também são elementos que devem ser considerados no estudos dos mercados (VARGAS, 2001). Há duas diferenças fundamentais entre estes espaços comerciais mais tradicionais e outros espaços que têm uma história mais recente. A primeira ocorre quando o espaço do mercado é concebido de uma maneira que facilite o fluxo das pessoas na própria cidade, enquanto em estabelecimentos como supermercados e shopping centers há um forte controle na divisão do espaço interno exercido pelo empreendedor, visando a maximização do lucro. A segunda, é o surgimento do espaço do mercado com o intuito de suprir a demanda por abastecimento da população, enquanto estabelecimentos comerciais mais recentes consistem em empreendimentos de base imobiliária (GARREFA, 2011).

Troca, comércio e consumo

Para Garrefa, "As origens do comércio remetem à troca de produtos voltados às necessidades humanas mais básicas: os tais gêneros de primeira necessidade" (GARREFA, 2011, p. 22). Logo, em suas origens, a atividade comercial era caracterizada como sendo uma atividade social, com a função de abastecimento dos centros urbanos. O comércio está na base do aparecimento das cidades, pois como é de conhecimento geral, a troca dos excedentes de produção necessitava de um espaço para o encontro dos comerciantes, como relata Vargas:

> Para a troca se realizar e, consequentemente o comércio, existe sempre a necessidade do encontro, [...] promovendo para além da troca de mercadorias, a troca de ideias, palavras, informações, experiências e sensações [...]. É este encontro de fluxos de pessoas e mercadorias, local de facilitação das relações humanas, espaço para o abastecimento das populações não autossuficientes, principalmente as urbanas, o embrião do lugar do mercado[4], marcando assim a relação entre a atividade econômica do comércio e serviços e o espaço que lhe dá suporte (VARGAS, 2013, p. 2)

Foi neste espaço da troca, que originaram-se os estabelecimentos destinados às atividades comerciais tradicionais: bazares árabes, ágoras gregas, os fóruns romanos, e os mercados e feiras na Europa. Estes espaços tinham (e ainda têm) importância na constituição dos espaços das cidades do ponto de vista social. A possibilidade do convívio por meio do encontro condiciona a troca não apenas de mercadorias, mas também de ideias, notícias, conhecimentos e percepções, que serão prerrogativas para o estímulo ao fascínio relacionado ao ato de consumo (VARGAS, 2013, p. 2).

Surge uma divisão do trabalho e um processo de produção com a evolução dos mecanismos da atividade comercial, que inicialmente limitavam-se à troca pela sobrevivência, e que logo evoluíram para uma elevada produção de mercadorias – como produtos – para além do necessário (GARREFA, 2011, p. 22). O consumo pode ser explicado como a consequência do alto nível de industrialização das economias a partir do século XIX, onde o produto deixa de ser apenas um objeto de necessidade ou prazer de quem o adquire e passa a ser um sistema de significações com o qual o consumidor se relaciona.

O contexto da origem dos mercados públicos e outros espaços comerciais mais tradicionais é caracterizado por meio da troca pela sobrevivência, principalmente em centros urbanos que passaram por crescimento acelerado e desordenado, gerando a necessidade de intervenção do poder público. Vargas explica estas condições de origens:

> A atividade de troca também vai responder, num segundo momento, à necessidade de abastecimento das populações não autossuficientes, principalmente as urbanas. As mais remotas civilizações vão se preocupar com este aspecto da vida social, e mercados e praças de mercados vão, durante toda a história da humanidade, ter o seu próprio lugar (VARGAS, 2001, p. 20)

Nos interessam alguns momentos da evolução da atividade comercial, para compreender como configuraram-se as formas que dão lugar ao comércio. Há indícios de que

[4] "O lugar do mercado estabelece-se pela facilidade de acesso e proximidade entre vendedores e compradores, em solo neutro, garantindo seu funcionamento, muitas vezes, mesmo em tempos de guerra. A condição de ser público por natureza, advém da necessidade de confirmar e garantir o negócio ,na ausência de um contrato, tendo o público presente como testemunha. É a concentração de vendedores e compradores que torna o mercado mais perfeito, no sentido de fazer o preço refletir, mais verdadeiramente, as condições do mercado, ao possibilitar a existência da concorrência" (VARGAS, 2013, p. 2)

desde o período paleolítico superior já havia, de certa maneira, uma forma de comércio com a troca de alguns produtos como, por exemplo, conchas.

Vargas (2013), pontua três ideias que contribuíram para a negação do comércio como uma atividade economicamente importante, são elas: (1) a troca como um processo de acumulação de riquezas, (2) o preconceito sobre o termo "comércio", e (3) a negação da atividade como sendo economicamente produtiva (VARGAS, 2013, p. 3). Estas ideias estão associadas às origens das atividades comerciais, e, consequentemente, de seus estabelecimentos até hoje. Destaca-se a importância do pensamento aristotélico sobre a transformação do comércio como atividade social para uma atividade econômica. Sobre isso Garrefa relata que:

> Aristóteles ampliou a definição platônica da moeda[5,] condenando, em seus textos, a forma como a permuta se transforma na troca indireta, por meio da utilização da moeda – que substitui as comparações por peso e tamanho, feitas quando se trocavam produtos – e se transforma no comércio pelo comércio, objetivando somente a necessidade de fazer dinheiro (GARREFA, 2011, p. 23)

Sendo assim, a troca de produtos de primeira necessidade dá lugar à troca com objetivo de acúmulo de dinheiro. A moeda aparece como instrumento de transformação de produtos em capital. Como consequência da diluição do caráter social das atividades comerciais, há muitas vezes a desconsideração do fato que estas atividades cumprem um importante papel de abastecimento dos centros urbanos.

A relação entre a religiosidade e a sociedade durante o período medieval – ideais como de Santo Agostinho (354-430) em que ainda se utilizavam as considerações de Aristóteles para sustentar a condenação do comércio, associando-o à usura como justificativa às suas críticas – contribuíram para a estagnação das atividades comerciais durante esse período (GARREFA, 2011). Foi somente com São Tomás de Aquino (1225-1274) que o comércio começou a ser mais aceito pela sociedade, como "um mal inevitável" (VARGAS, 2001, p. 26), justificando-o quando exercido para o auto-sustento.

Outro teólogo importante na evolução das atividades comerciais foi Calvino (1509-1564), que "refere-se ao conceito de predestinação [...], pelo qual os homens predestinados eram escolhidos por Deus e, portanto, o fato de um indivíduo ser bem-sucedido nesta vida indicava uma preferência divina (VARGAS, 2001, p. 29). Isto gerou uma apologia ao acumulo de capital e à valorização do trabalho e contribuiu significativamente para ideologia do capitalismo. Durante o século XVII, devido à ascensão da classe burguesa e a

[5] "Platão considerava a moeda apenas em seu valor nominal, enquanto símbolo, para fins de troca" (GARREFA, 2011, p. 23)

internacionalização das atividades comerciais, transformaram-se as condições comerciais, que passariam a ter um planejamento de mercado, "essa evolução do mercantilismo correspondeu à passagem da 'praça de mercado' à 'economia de mercado'" (GARREFA, 2011, p. 33)

Foi somente a partir do século XVIII que o comércio passou a assumir uma posição secundária na sociedade em relação ao setor industrial, devido às revoluções industrial e tecnológica. Há então uma inversão de valores, em que o consumo passa a ser estimulado, como comenta Garrefa:

> É de notar que, no decorrer da história, o significado das necessidades humanas foi sendo paulatinamente alterado. A divisão social do trabalho e a consequente divisão de classes, aliadas à utilização do comércio como fonte de acumulação de capital, fizeram emergir a categoria de mercadorias supérfluas, ou seja, aquelas que não se enquadram no rol dos gêneros de primeira necessidade (GARREFA, 2011, p. 33)

Outro momento em que esta estimulação exagerada ao consumo aparece é na segunda metade século XX. É quando o comércio passa a ocupar lugar de destaque no caminho do produto até o consumidor, e isto acarretará em mudanças nos aspectos físicos dos estabelecimentos comerciais. Sociólogos como Baudrillard (2008) estudam a *sociedade de consumo* deste período, onde há uma aceleração na evolução dos meios de comunicação e transporte

> [...] o comércio recupera a sua primazia e o processo de terciarização das grandes cidades se intensifica. A forma de comerciar e a sofisticação de suas técnicas vão responder pela melhor colocação dos produtos industriais. Além disto, toda uma série de novas necessidades vai ser criada para manter a produção ativa em função da dinâmica do consumo (VARGAS, 2013, p. 5)

Atualmente ainda observam-se os reflexos destas transformações em nossos centros urbanos, onde reúnem-se diversos modos de atividades comerciais operando em coexistência. Mas o que chama atenção são as características espaciais particulares que cada atividade comercial possui, por isso enfatizam-se aspectos espaciais referentes a estas atividades.

Outro ponto em destaque é a característica de espaço públicos que os espaços comerciais tradicionais adquirem em contraposição a espaços de atividades comerciais mais atuais. No momento em que o lugar do mercado surge da necessidade do encontro, o espaço exerce a função pública na vida social, desde o início destas atividades econômicas (VARGAS, 2001, p. 96). Sobre a constituição de um espaço público, Vargas comenta:

> Espaço publico, por excelência, é o lugar onde uma pessoa pode estar sozinha sem dar a impressão de estar solitária. Segundo Gastelaars, é importante saber que para ser considerado um "espaço público", o espaço deve, a princípio ser acessível a todos os moradores e visitantes, ao mesmo tempo em que esses cidadãos e visitantes

> devem ser capazes de interagir, livremente, na mesma base, independentemente de sua condição social (VARGAS, 2001, p. 98)

A partir das mudanças econômicas do século XX, muda também a condição de espaço público dos estabelecimentos comerciais. Para Vargas (2001), há dois tipos de espaços comerciais, quanto ao seu caráter público/privado; (1) os chamados elementos focais da vida social, espaços caracteristicamente públicos**:** "o *bazaar*, a *ágora*, o *forum*, o cardo, os mercados periódicos, as praças e as feiras, a basílica, alguns templos e igrejas, os mercados cobertos" (VARGAS, 2001, p. 97); e (2) os espaços semipúblicos: "as galerias ou arcadas comerciais, os *grand magasins* e lojas de departamento com todos os seus desdobramentos, o super e o hipermercado, os centros de compras planejados e os shopping centers" (VARGAS, 2001 p. 97).

1.2 *Bazaars*, praças de mercados, feiras e *halles*

A origem dos mercados públicos está ligada aos bazares árabes, com características semelhantes, como o intenso fluxo de pessoas em movimento pelos seus corredores ou a efervescência de estímulos aos nossos sentidos. Este modelo de espaço comercial, pode ser encontrado no norte da África – na costa do mar Mediterrâneo – sudeste europeu, e Oriente Médio. Sua origem data desde os tempos pré-islâmicos até os tempos atuais. Vargas descreve sua formação espacial da seguinte maneira:

> As lojas no bazaar são estreitas, quase sempre medindo dois metros quadrados e abrem-se para a rua. Atrás delas, ou menos frequentemente no andar superior, estão escritórios e depósitos. [...] em mercados tradicionais as lojas ficam um pouco elevadas à rua. Na frente há um toldo para proteção do consumidor e do vendedor. As lojas podem ser fechadas com várias pranchas de madeira. [...] mas esse tipo de loja, hoje, já é bastante rara (VARGAS, 2001, p. 111-112)

A forma atual dos bazares tem suas raízes na Idade Média, quando foi inserido em sua constituição arcos e abóbodas, para proteção permanente; pátios internos circundados por colunatas são ulteriores às encontradas em mercados europeus. Na Europa, já existiam as ágoras gregas e os fóruns romanos. A primeira, constituía-se em espaços públicos, em forma de U, cercados por edifícios, onde acontecia a venda de produtos e interações sociais. Os fóruns romanos faziam parte de um complexo arquitetônico, como no caso do mais imponente exemplar, o de fórum de Trajano (século II), onde se encontravam lojas, basílicas, pórticos, etc (VARGAS, 2001).

As praças, feiras e *halles* também antecederam os mercados públicos como estabelecimentos comerciais de abastecimento, amplamente difundido na Europa durante a idade média como locais onde aconteciam as atividades comerciais, e que também fazem parte das origens dos mercados públicos. As praças medievais eram elementos, que acompanhavam o crescimento dos centros urbanos organicamente, localizando-se como elementos centrais para facilitar o encontro de pessoas. Vargas (2001) cita a praça central de Bruxelas (figura 6), como um exemplar de praça medieval, apesar ter sido reconstruída no século XVII, ainda possui atividades comerciais em suas adjacências.

Figura 6 – Praça central de Bruxelas.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Os *halles* ou *edifícios de mercados*, são construções medievais, que naquela época servia como local aberto, circunscrito, para a exposição e venda de mercadorias. Os *halles*, tiveram ampla difusão na Europa desde o século XII, como, por exemplo, o *halle* de Bruges (figuras 7 e 8), que Guàrdia e Oyón (2010) consideram como o primeiro tipo de mercado de uso misto. Os autores descreveram este tipo de mercado como: "habitualmente de forma rectangular con una planta baja de soportales, completamente abierta al espacio de la plaza del mercado que la acogía. […] Ejemplos ilustres son las monumentales Halles de Brujas, realizadas entre los siglos XII y XV" (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 16). Nas figuras abaixo, nota-se que o prédio já é bem diferente da descrição dos autores, pois seus acessos são mais restritos à praça central. Vargas (2001, 0. 148) define o *halle* de Bruges como um dos centros comerciais mais desenvolvidos de sua época. De fato, ao conhecer a cidade, percebe-se que

durante a Idade Média, Bruges era um dos importante centros comerciais da Europa, pois encontrava-se em posição privilegiada como entreposto comercial entre importantes cidades, como Paris, Londres e Amsterdã, e muito daquele tempo ainda permanece como patrimônio da cidade.

Figura 7 – Fachada do *Halle* de Bruges.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 8 – Pátio interno do *Halle* de Bruges

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Em um segundo momento, os *halles* evoluíram para um segundo tipo, que assemelha-se aos modelos de mercados cobertos, que foram produzidos em grande parte da Europa,

começando pela Inglaterra, “mucho menos voluminoso pero bastante más frecuente, era el de la planta porticada, libremente accesible, desde la sencilla nave porticada de los *sheds* británicos” (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 16). Para os autores, estas construções se adaptavam perfeitamente com as praças e ruas de mercados das cidades medievais. Outra característica importante destes edifícios, era o fato de muito deles abrigarem funções governamentais em seus espaços.

Outra forma de espaço de atividades comerciais da Europa pré-industrial são as feiras. As feiras decorriam (e provocavam) de um intenso fluxo de pessoas. Muitas tinham famas regionais, e sua principal característica é o seu ciclo de periodicidade, e devido ao seu deslocamento “formavam uma espécie de mercado contínuo, exceto no período de mau tempo” (VARGAS, 2001, p. 146). Segundo Rennó “Os mercados públicos surgiram depois das feiras, como uma forma de oferecer produtos quase todos os dias da semana, já que as feiras tinham dias específicos para ocorrer” (RENNÓ, 2006, p. 38).

A evolução destes espaços ao longo do tempo, foram caracterizando-se por serem espaços que atendiam ao abastecimento das populações dos centros urbanos, conforme explica a autora:

> Aos poucos, as feiras e mercados públicos, principalmente por serem sistemas controlados pela iniciativa pública, que controla e autoriza os tipos de produtos que serão comercializados, foram se especializando no comércio dos artigos de primeira necessidade, como os gêneros alimentícios (RENNÓ, 2006, p. 37)

Nestes espaços citados, que eram destinados ao abastecimento, o comércio coexistia em harmonia com outras atividades como, por exemplo, política, religião e até esporte; e este encontro de pessoas e atividades diferentes, às vezes se dava até por obrigatoriedade em entrada de cidades. Logo, cria-se um “espaço propício ao aparecimento do mercado. Essa tenderá a ser, através da história, um espaço com todos os atributos de um espaço público por excelência (VARGAS, 2001, p. 156).

1.3 Arquitetura dos mercados cobertos

A partir do século XIX estes tipos de construções já não suportavam mais a aceleração do crescimento demográfico por que passaram os centros urbanos europeus, devido aos reflexos da industrialização. É então que o poder público passa a intervir, diretamente, na produção dos mercados cobertos com intenções que já não eram as mesmas de antes, como relata Vargas:

> Ainda com relação ao caráter social da atividade de comércio e serviços, o abastecimento urbano e regional também é, muitas vezes, desconsiderado. O abastecimento por meio de feiras e mercados descobertos e cobertos vai passar a fazer parte das preocupações de governantes visando controlar as condições sanitárias e de saúde da população, principalmente a partir do século XIX (VARGAS, 2013, p. 3)

Os mercados ao ar livre sofreram limitações de funcionamento, como uma medida higienista do poder público, em geral, no século XIX, e consequentemente houve um boom na construção de mercados cobertos na Europa, entre 1801 e 1900 (GUÀRDIA & OYÓN, 2010). Os mercados cobertos tornaram-se neste período um instrumento de regulação do espaço urbano, aliado dos grandes planos de renovação urbana, que seguiam os modelos de Paris implementado por Haussmann. Nessa cidade, a abertura de bulevares estabeleceu a construção distribuída de mercados cobertos na cidade. Para Vargas, "a força desses mercados tem sido a política deliberada da cidade de Paris bem como de outras cidades francesas por mais de 170 anos, em que a distribuição de alimentos é considerada uma forma de serviço público" (VARGAS, 2001, p. 161). Os mercados cobertos que seguiram o padrão parisiense, possuíam uma linguagem neoclássica e uma organização espacial fechada por um perímetro de lojas, "faceando um espaço central, coberto com um forro leve sustentado por uma grande estrutura de ferro" (VARGAS, 2001, p. 162).

A Grã-Bretanha também passou por um período de intensa construção de mercados públicos entre 1821 e 1890, em que havia o predomino de um "tipo de mercado totalmente cubierto y exento: casi dos terceras partes del total se erigieron durante esos setenta años y algunos ellos fueron los más innovadores desde el punto de vista constructivo" (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 24). Bruxelas seguiu a dinâmica dos modelos britânicos e franceses com a construção do mercado de estrutura mista de Saint-Géry (figura 9 e 10), em 1874 segundo Guàrdia e Oyón (2010), conforme a descrição dos mercados acima.

Figura 9 – Fachada do mercado de Sant-Géry em Bruxelas.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

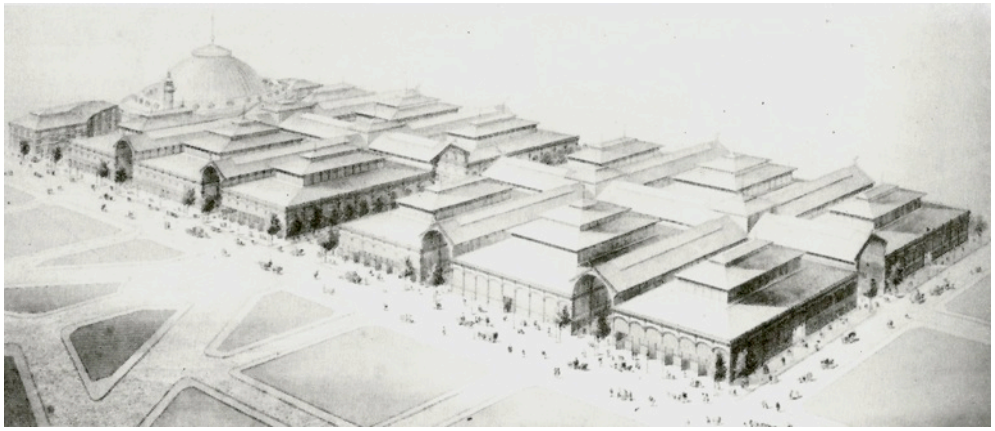
Figura 10 – Interior do mercado de Sant-Géry.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Os mercados neoclássicos ficaram conhecidos pelo sucesso dos Les Halles Centrales (figura 11) parisiense concebidos por Victor Baltard, cuja construção iniciou-se no ano de 1851, devido ao seu êxito imediato foi reproduzido massivamente. Além da construção de 32 mercados nos moldes de Baltard em Paris, empresas francesas de construções metálicas

reproduziram este modelo em outras centenas de cidades francesas e cidades fora da França como, por exemplo, Bucareste, Madri, Recife e São Paulo (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 37).

Figura 11 – Imagem antiga dos Les Halles parisienses.



Fonte: Vargas, 2001.

Observa-se no princípio do século XX o primeiro momento de declínio dos mercados cobertos europeus, e sua progressiva destruição inicia-se, justamente, nos países que marcaram suas inovações (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 56). Possivelmente, o principal motivo deste declínio foi devido às transformações impostas pela revolução na distribuição de produtos de abastecimento, que passaram a ser dominadas por grandes cadeias de distribuição, eliminando a antiga relação direta e de caráter social entre vendedor e consumidor (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 56).

Houve ainda uma última geração de mercados europeus, construídos no período entre guerras, como relata Guàrdia e Oyón:

> De todas formas, no puede interpretarse la tercera generación de mercados europeos como un período de difusión de la misma intensidad que las dos generaciones anteriores. Buena parte de las nuevas construcciones fueron exclusivamente de mercados de distrito al por menor y, en consecuencia, de un sistema de mercados repartidos que acompañase el intenso crecimiento urbano que se produjo en el primer siglo XX (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 61)

É nessa geração de mercados que localizam-se os objetos de pesquisa, e assim como as gerações anteriores, que também tiveram seu declínio, no momento seguinte à Segunda Guerra Mundial. Isto se deu, entre outros motivos, pelo desenvolvimento do supermercado e promovida pelo autosserviço, em que há o predomínio de espaços comerciais com a perda de sua característica de espaço público.

2 A CIDADE DE BELÉM E SEUS MERCADOS PÚBLICOS

2.1 Os mercados na segunda modernização de Belém (1930 – 1943)

Atribui-se neste trabalho, no recorte temporal definido neste item, o conceito de modernização a partir da visão de autores como Gorélik (2011), que a entende sob uma perspectiva particular, isto é, ligada aos tempos e espaços das cidades latino americanas. Enuncia-se também como "segunda modernização" o período que vai do início da administração de Getúlio Vargas e seus respectivos interventores locais, até o final do mandato do governador Magalhães Barata e seus prefeitos nomeados, como Abelardo Condurú e Alberto Engelhard[6]. Entende-se que nesse momento se configura um quadro político-ideológico no qual um ideário de modernização e modernidade é renovado em face da desestruturação das infraestruturas e dos espaços públicos e privados remanescentes da administração do intendente Antônio Lemos.

Seguindo essa direção, aborda-se o conceito de modernidade que Gorelik (2011) esclarece, ao constatar certos vícios que mistificaram seu significado e compreendendo que não há casualidade na relação entre modernidade e arquitetura, ou seja, segundo o autor, a arquitetura, por meio de seus próprios instrumentos pode desenvolver-se em ritmo mais acelerado em relação aos fenômenos socioeconômicos. Assim, esses fenômenos ainda que ausentes em determinados contextos, não impediriam que uma certa modernidade se instaurasse, na exata medida em que as ideologias as necessitavam para legitimar seus espaços políticos. É nesse sentido que observa-se, em Belém, uma arquitetura de aspectos modernizados, embora não houvesse um aparato industrial como respaldo às suas realizações.

Comumente a noção de modernidade está relacionada a princípios como progresso, complexidade, novidade, originalidade e criatividade. O discurso de desqualificação do passado é uma tentativa de opor-se a um *status quo* instaurado até o início do século XX, que na arquitetura esteve diretamente ligado à linguagem eclética historicista no Brasil. Na tentativa de alcançar a ilusão de um progresso, inevitável e permanente, se estabelecem coordenadas para uma nova arquitetura em países desenvolvidos:

> Embora o movimento das vanguardas artísticas tenha surgido de forma incipiente com o culto à novidade e à originalidade por parte do romantismo no final do século XVIII, a modernidade encontrou suas expressões e mitos mais completos e culminantes na arte de princípios do século XX. Em sintonia com a ideia de

[6] Fonte: CRUZ, 1945, p. 277.

> modernidade que significa expressão do *Zeitgeist* (espírito da época), setores da burguesia mais metropolitana e renovadora promoveram as técnicas das vanguardas, confiando em um progresso imediato e rápido, incentivando a ruptura das convenções e prol da originalidade. Esse culto à novidade e à originalidade implicava uma revolta contra a tradição e uma defesa da tábua rasa e do grau zero (MONTANER, 2012, p. 109)

Para Müller (2011), estes princípios de modernidade criaram, na verdade, uma matriz para o seu desenvolvimento, passando a existir assim, uma rede de "incessante experiências" que se entrelaçam, apresentando a sensação de ruptura com o passado. Esta rede é chamada na historiografia da arquitetura, de uma "rede histórica", dentro da qual existem vários níveis de acontecimentos. Esta metodologia ajuda a analisar um objeto de pesquisa, dentro de uma acepção cultural mais crítica na exploração de seu significado histórico (WAISMAN, 2013, p. 116). Sendo assim, afasta-se a visão simplificada e prototípica da modernidade na arquitetura, entendendo sua variedade material, regional, temporal e espacial.

No Brasil, essa modernidade caracterizou-se por um processo de transição entre o considerado antigo e o desejado progresso. Nas principais cidades, ainda na década de 1920, se construíam edifícios ecléticos, mesmo com toda mudança socioeconômica que ocorrera nas primeiras décadas do século XX. O mundo testemunhou sua primeira Grande Guerra devastando parte da Europa, e os Estados Unidos passaram pela crise da Bolsa de Nova Iorque em 1929, eventos estes, que tiveram seu impacto nos países da América Latina. No Brasil, o problema passava pela queda na exportação do seu principal produto, o café. A instabilidade econômica e política nas principais cidades brasileiras desencadeou uma série de revoltas militares a partir de 1922, culminando na Revolução de 1930. Por meio deste golpe, Getúlio Vargas chega à presidência da República e inicia um processo de medidas políticas, na tentativa de montar um imaginário de um Brasil forte e moderno:

> O sentido de modernização da chamada "Era Vargas" (1930-1945) fundamenta-se na transformação das estruturas de sustentação da oligarquia cafeeira numa administração centralizada e intervencionista, de discurso nacionalista (SEGAWA, 2002, p. 24)

O ufanismo também foi incluído no discurso deste novo governo, em oposição ao pensamento *Beaux-art*s, do ecletismo historicista tardio que ainda aparecia nas edificações construídas nas duas primeiras décadas do século XX, nas principais cidades brasileiras. Os defensores deste pensamento rigoroso, consideravam a arte colonial brasileira e portuguesa desprovidas de conteúdo estético expressivo. Foi então, na década de 1910, que apareceu uma corrente de valorização da arte tradicional brasileira, defendida inicialmente pelo engenheiro Ricardo Severo e pelo médico e historiador Mariano Filho. Este último, responsável pela

denominação do movimento: neocolonial, que teve seu auge na década de 1920, e foi devidamente adotado em edifícios públicos na década de 1930, como elemento importante na mudança cultural imposta pelo governo Vargas e seus correspondentes administradores das prefeituras e governos estaduais (SEGAWA, 2002, p. 35 – 37). Posteriormente, Lúcio Costa viria criticar o movimento neocolonial:

> Foi então [1900-1930] que se construíram os grandes edifícios públicos das principais cidades e que ocorreu a tentativa de criar um estilo neocolonial postiço [...]. Segundo Lúcio Costa, as formas da arquitetura colonial não devem ser copiadas, antes devemos 'aprender as boas lições que ela nos dá de simplicidade, perfeita adaptação ao meio e à função, e consequentemente beleza' (MONTANER, 2012, p. 80)

Outra linguagem que também foi utilizada em edifícios públicos no início do século XX, e que viriam a ser utilizados nos projetos modernizadores da Era Vargas, foi o Art Déco Todavia, diferentemente do neocolonial, esta linguagem arquitetônica sofreu um processo de transculturação ao ser importado dos seus países de origem para os países da América Latina. O Art Déco derivou de uma exposição a favor da modernidade, na França em 1925, intitulada "*Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*", mas foi, de fato, criado como um estilo nos Estados Unidos, onde converteu-se e se tornou simplesmente "*Art Déco*", e "alimentou os sonhos de uma afluente sociedade norte-americana" (SEGAWA, 2002, p. 54). As vanguardas do movimento moderno se posicionavam contrárias ao Art Déco:

> A modernidade de vanguarda nutriu a difusa perspectiva Art Déco, e essa diluição é o ponto de antagonismo entre as vanguardas e o Déco. O engajamento político-ideológico do futurismo, o anti racionalismo, o antisubjetivismo e a eliminação do supérfluo nas plataformas dos programas do neoplasticismo holandês, do construtivismo russo, do purismo francês e da Bauhaus alemã – foram todos manifestos contrários ao otimismo e à frivolidade Déco (SEGAWA, 2002, p. 54)

Todos estes eventos também tiveram ressonância na história de Belém: a busca pela modernidade, o ufanismo, a estagnação econômica devido à crise no mercado da borracha, a influência das guerras na Europa, o processo de industrialização brasileira, a guinada política e a transição da produção arquitetônica como forma de expressão do espírito da época (PENTEADO, 1968).

No início do século XX, Belém apresentava um valioso patrimônio arquitetônico herdado da chamada *Belle Époque*. Porém, a partir da década de 1920 configura-se um cenário de estagnação econômica e a cidade apenas vivia de uma memória da Belém da Borracha. Este cenário, principalmente na construção de obras públicas, perdurou até a Revolução de 1930, como se pode notar:

> Após algumas gestões administrativas sem muitos resultados favoráveis à solução da crise política, institucional e econômica instalada depois da saída de Lemos, a Revolução do Presidente Getúlio Vargas em 1930 virá acender novamente as possibilidades de recuperação da economia e das ações de desenvolvimento na cidade e no Estado do Pará (CHAVES, 2008)

A ideologia da administração de Getúlio Vargas fomenta a construção de novos edifícios públicos nas principais cidades brasileiras, com a intenção de renovar sua imagem a partir do uso de linguagens arquitetônicas diferentes (neocolonial e Art Déco) das que vinham sendo tradicionalmente utilizadas (linguagens ecléticas). No estado do Pará o Governador Magalhães Barata (nomeado pelo presidente), acompanha esse processo em sintonia com o projeto de modernidade. Barata foi governador do estado em duas ocasiões, entre 1930 e 1935 e volta ao posto em 1943 a 1945.

As principais medidas tomadas pelo governador foram de cunho urbanístico e de embelezamento da cidade. Certamente sua contribuição mais relevante para a modernidade da cidade foi o incentivo para ocupar a Avenida 15 de Agosto (atualmente Presidente Vargas) (figura 12) com edifícios comerciais e institucionais em altura e modernos, porém, devido à difícil situação econômica que ainda se encontrava a economia paraense, foi difícil completar este objetivo, que viria acontecer posteriormente (CHAVES, 2008).

Figura 12 – Vista aérea parcial da avenida 15 de Agosto em 1953.

Fonte: IBGE, 2015.

A modernidade também era divulgada nas páginas da Folha do Norte, como por exemplo, numa matéria intitulada “Medicina e modernismo” que trazia pensamentos como: “O ‘modernismo’ domina as consciencias humanas, numa philosophia de idealismo pratico. Em todas as actividades humanas, ajusta-se e renova-se o pensamento antigo no difícil e intrigado ‘modus vivendi’” (MEDICINA..., 1939, p. 3). Assim como o ufanismo em matérias como “Espirito Nacional ou Brasilidade” (ESPIRITO..., 1939, p. 33).

Este era o contexto histórico do período da concepção dos mercados, cujos projetos eram elaborados pela Diretoria de Obras Públicas Municipais (DOPM), era dirigida por Domingos Acatauassú Nunes. A 2ª seção, a de obras públicas, era responsável pelo projeto e fiscalização das construções dos mercados objetos deste estudo. Esta seção era composta da seguinte maneira: chefe de seção eng. Richard Schemandek; chefe de seção interino eng. Valdir Acatauassú Nunes; engenheiro auxiliar Arnaldo Baena; agrimensor Francisco Costa; desenhista Arlindo Guimarães; auxiliar desenhista Oswaldo Pinho; e apontador Apollonio Silva.

No DOPM, também elaboravam-se projetos de um conjunto de obras públicas, utilizando elementos neocoloniais, da arquitetura "tradicional", e outros de linhas racionais e aspectos modernos, como um grupo escolar projetado para o bairro do Guamá com capacidade para 200 alunos na travessa José Bonifácio próximo à travessa Barão de Igarapé-Miry. Este projeto, provavelmente nunca construído (figura 13), foi elaborado pelo engenheiro Arlindo Guimarães que ocupava na época o cargo de desenhista na seção de obras públicas da Diretoria de Obras Públicas da prefeitura, a quem é atribuído o projeto do mercado de Santa Luzia, objeto deste trabalho.

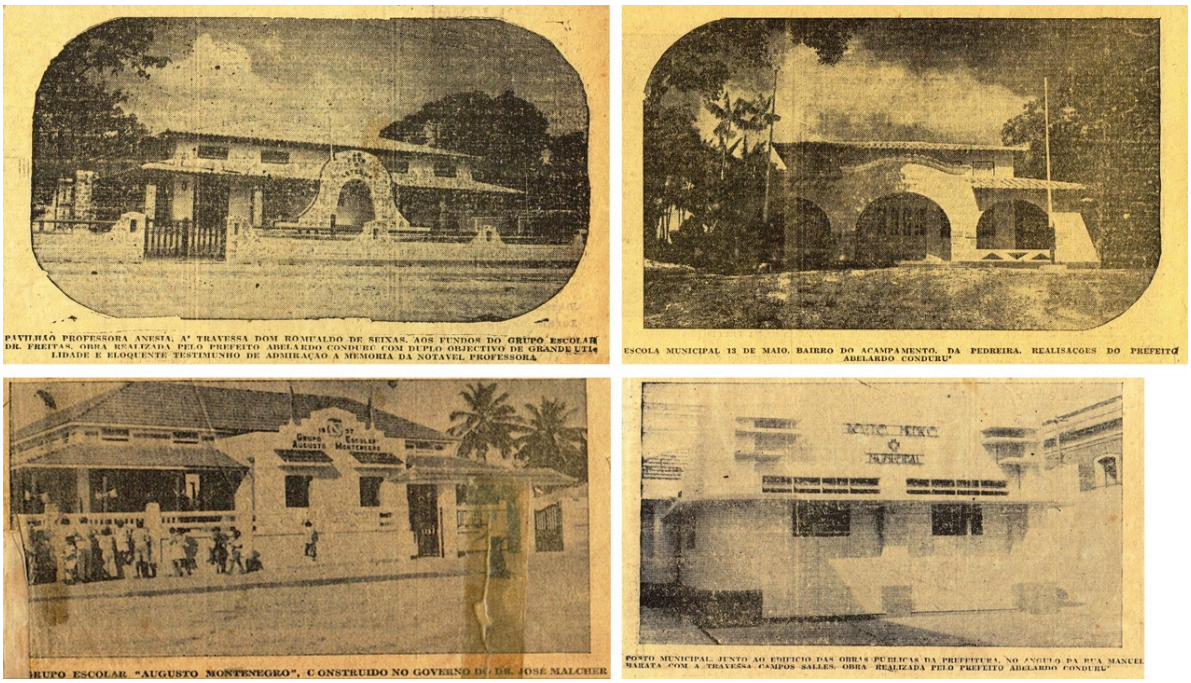
Figura 13 – Reportagem da Folha do Norte, ilustrando o projeto para uma escola modernista no bairro do Guamá.

Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1939.

Para elucidar a questão da relação entre o uso de escolas como símbolos formais do novo governo, destaca-se o título de uma reportagem veiculada no jornal Folha do Norte, onde os problemas pedagógicos são inseridos no contexto da Diretoria de Obras Públicas da Prefeitura de Belém, em busca do "moderno": "A Directoria de Obras Publicas em face do problema educacional: Os imperativos da pedagogia moderna e os importantes serviços prestados por aquele Departamento do Estado" (A DIRECTORIA..., 1939, p. 51). A soma destes projetos em *Art Déco* e neocolonial (figuras 14, 15, 16 e 17), era uma tentativa de criar

símbolos de modernização na cidade, em consonância com a ideologia política do Estado (CHAVES, 2008). Ideologia que estava presente no próprio sistema pedagógico, na arquitetura dos prédios públicos, e até mais expressamente publicada em mensagens nos jornais da época, como, por exemplo: “Belem será, tem de ser, fatalmente, uma força propulsora do progresso nacional, caminhando à vanguarda de todo o septentrião brasileiro” (A CIDADE..., 1939, p. 9).

Figura 14, 15, 16 e 17 – Reportagens da Folha do Norte com imagens de edifícios públicos recém inaugurados em Belém, 1938 - 1941.



Fonte: Biblioteca e Arquivo Público do Estado do Pará, 2014.

A construção de mercados públicos também estava dentro desse projeto de progresso da Belém Moderna na administração do prefeito Abelardo Condurú, e como isto ocorreu será mais detalhado nos próximos itens deste capítulo.

2.2 Estudo histórico dos objetos da pesquisa

Durante a pesquisa a escassez de informações sobre a história dos projetos e da construção dos mercados, foi um desafio. Para encontrar os dados aqui apresentados utilizou-se a bibliografia existente sobre a história da arquitetura de Belém, do início do século XX, levantou-se informações no acervo público da cidade, realizando um cruzamento das

informações com os dados das entrevistas realizadas com clientes e antigos permissionários dos mercados.

Empreendeu-se então um trabalho de investigação que se estabelece naquilo que a Calabi (2003) qualifica de entrecruzamento de fontes. Neste processo procura-se multiplicar a análise comparada entre as informações que se apresentam ao pesquisador. No momento em que é atestada a falta da iconografia particular, referente aos projetos originais dos objetos da pesquisa, utiliza-se de fontes secundárias que possam apontar indícios dos acontecimentos históricos que incidiram nos mercados do trabalho. O conjunto das informações reunidas na pesquisa, configura um complexo de relações do objeto estudado. Esses acontecimentos particulares, podem se mostrar ao observador sem a precisão exata do acontecimento em si. Cabe então ao pesquisador o entrecruzamento das fontes, ou seja: "colher alguns acontecimentos concretos, nos quais se notam causas materiais semelhantes, objetivos comparáveis, análogas casualidades, conhecendo bem que nem tudo é 'típico'" (RETTO JUNIOR & BOIFAVA, 2003).

Esta rede de acontecimentos apresenta semelhanças e contradições, que se entrecruzam durante a sua verificação. O pesquisador então deve avaliar o funcionamento deste sistema, em meio às suas "regularidades" e "particularidades". Sem este entrecruzamento das fontes – literárias, documentais, iconográficas, cartográficas, materiais – não se pode concluir um estudo histórico completo. Portanto, é necessário:

> [...] trabalhar sobre base de fontes "indiretas", ou de "segunda mão", ao invés de trabalhar exclusivamente a partir da coleta de dados originais. É preciso, em suma, estar consciente dos problemas que coloca a própria pesquisa (com as suas dificuldades, as incertezas, as hipóteses formuladas e talvez posteriormente abandonadas, os sucessos e os insucessos de um percurso e obstáculos) (RETTO JUNIOR & BOIFAVA, 2003).

2.2.1 Mercado da Pedreira

Este mercado foi provavelmente o primeiro a ser inaugurado entre os aqui estudados, e também é o que funciona mais intensamente nos dias atuais. Aqui, far-se-á uma análise histórica do mercado e do contexto de sua implantação, levando em consideração a sua influencia na região em que foi construído no ano de 1939 e 1940, sua tipologia e projeto.

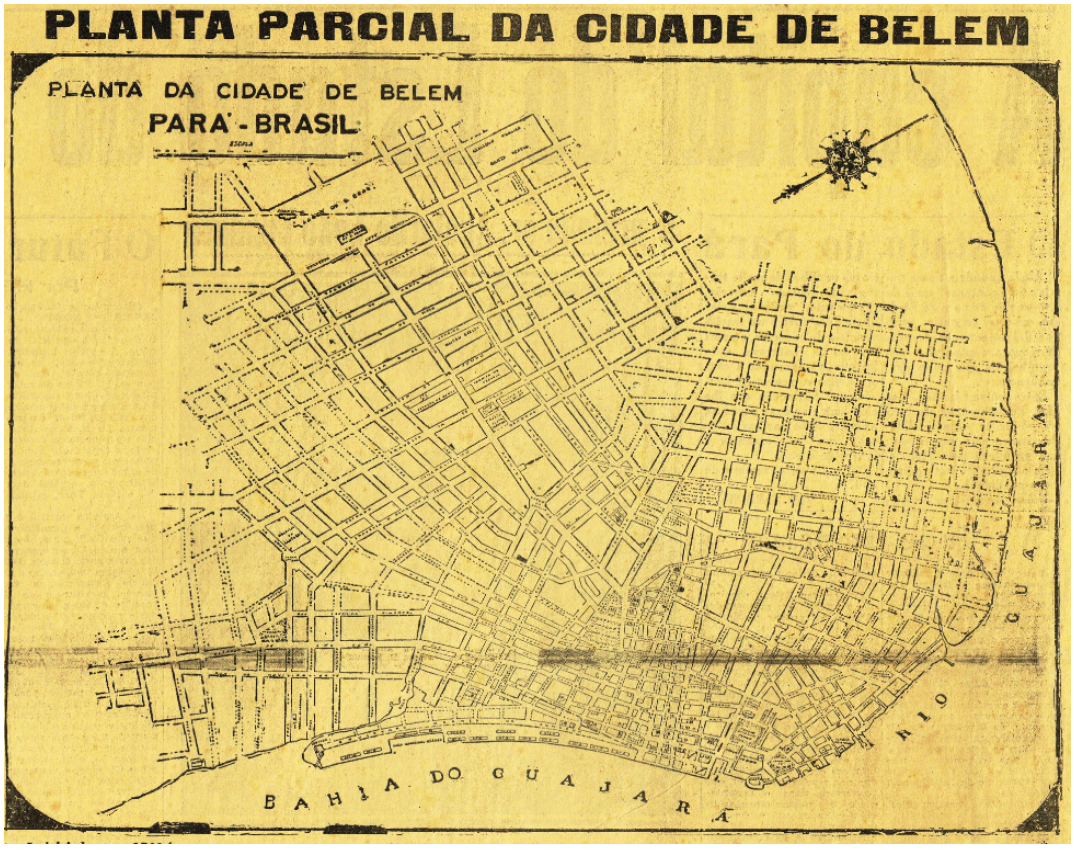
Em 1939, durante a ditadura do Estado Novo, a população de Belém passava dos 200mil habitantes[7], mais que o dobro dos 96.560 habitantes no ano de 1900[8]. A cidade crescia

[7] Fonte: IBGE – Relatório de tendências demográficas no período de 1940/2000

e avançava para os bairros mais afastados do centro comercial, no sentido das áreas projetadas anteriormente pelo intendente Antônio Lemos, e que não haviam sidas totalmente ocupadas devido à falta de infraestrutura e demanda, visto que após a crise da exportação da borracha, essas áreas da cidade viram-se afetadas.

Em reportagem do jornal Folha do Norte, em mapa parcial da cidade de Belém (figura 18), se visualiza o bairro da Pedreira. Durante a pesquisa notou-se a falta de registros cartográficos de Belém do período em questão, por isso a utilização do mapa ilustrado no jornal em que parte da periferia da cidade é, inclusive, apagada no mesmo. Isto pode ser uma evidência de que o bairro ainda era uma região pobre em infraestrutura urbana, com aspectos diferentes de outros bairros mais antigos da cidade. Esta questão era importante para o poder público, pois com o crescimento da população e a falta de infraestrutura mínima, os moradores das periferias da cidade poderiam questionar a ausência da administração da prefeitura.

Figura 18 – Planta parcial da cidade de Belém, em 1939, segundo reportagem do Jornal da época.



Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1939.

[8] Fonte: IBGE - Sinopse do Recenseamento de 1920, Rio de Janeiro, 1926 in SARGES, 2002.

Neste período as prioridades da prefeitura foram diferentes do período de modernização anterior (Antônio Lemos), quando obras relevantes foram executadas em uma política de embelezamento da cidade. Nas décadas de 1930 e 1940, os novos projetos eram mais modestos, sem intenções de exibir monumentalidade, e provavelmente vieram para atender necessidades da população, em consequência do crescimento demográfico da cidade[9]. Estas necessidades eram segurança, saúde, educação e infraestrutura urbana. Foi nessa ocasião que se construíram posto de saúde, posto policial, grupo escolar, calçamento de vias públicas e o mercado municipal da Pedreira.

A avenida Pedro Miranda possuía um aspecto de pouca higiene e falta de infraestrutura para atender a população, o que já era evidente, como notam-se nas fotos e reportagens do jornal Folha do Norte em 1940 (figuras 19 e 20). Nas imagens, percebe-se que já existiam construções de alvenaria no bairro, e no lado direito da primeira imagem, uma construção que já parece ser o mercado da Pedreira em obras. A delegacia do bairro (figura 21) também foi construída neste período, no terreno imediatamente ao lado do mercado. Observam-se a quantidade considerável de pessoas que já faziam o seu abastecimento no próprio bairro, sem precisar se deslocar aos outros mercados no centro da cidade, significando, provavelmente, que o bairro já possuía uma densidade de ocupação, ainda na década de 1930, e que o projeto do mercado veio para atender à essa demanda.

Figura 19 – Reportagem do jornal *Folha do Norte*, com uma fotografia do comércio ambulante no bairro da Pedreira.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELEM

7 — ASPECTO DO COMMERCIO DE PEIXE, VISCERAS, FRUCTAS, LEGUMES E AVES, COMO AINDA HOJE S' FEITO NA PEDREIRA, EM PLENA RUA. SUBSTITUINDO TAL ESPECTACULO, POUCO RECOMMENDAVEL A' ESTHETICA E HYGIENE DA CIDADE, FOI QUE O PREFEITO ABELARDO CONDURU DECIDIU CONSTRUIR O ELEGANTE E OPTIMAMENTE INSTALLADO MERCADO DA PEDREIRA, A SER INAUGURADO BREVEMENTE.

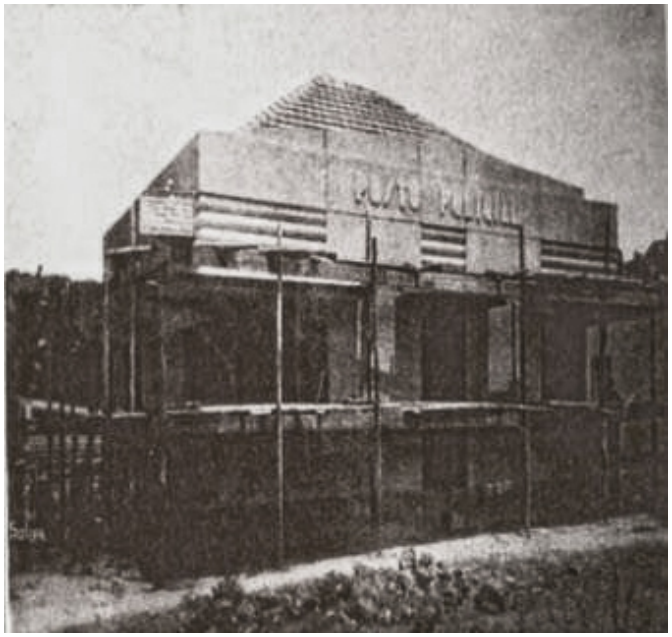
Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1940.

[9] Este crescimento se reflete no número de habitantes do bairro na década de 1950, atingido o número de 16.125 pessoas (PENTEADO, 1968, p. 211)

Figura 20 – Fotografia do comércio ambulante antes da construção do mercado.

Fonte: Jornal *Folha do Norte*, 01.01.1040.

Figura 21 – Construção do posto policial do bairro da Pedreira.



Fonte <www.nostalgiabelem.com>, acesso em 16.04.2015.

O local escolhido para a implantação do mercado foi a esquina da travessa Mauriti com a avenida Pedro Miranda, onde antes funcionava a feira ao ar livre, citado anteriormente. O local não possuía condições básicas de higiene necessárias para a venda de alimentos, mas apesar disso, lá eram comercializadas mercadorias de toda sorte: peixe, vísceras, frutas legumes e aves[10]. Na análise do mapa do levantamento de Belém de 1905 de autoria de José

[10] PREFEITURA Municipal de Belém. **Folha do Norte**, Belém, p. 17, 01.01.1940

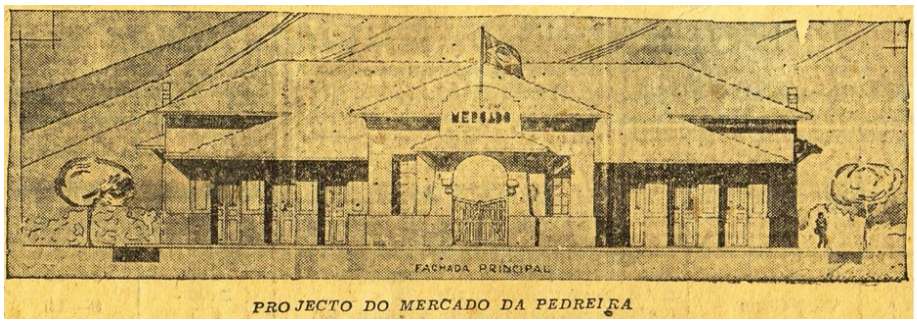
Sidrim, a partir do mapa de Odorico Nina Ribeiro (figura 22), nota-se que esta área ainda não existia no início do século. A região era cercada de áreas alagadas, e projetado no traçado urbano de retículas ortogonais. Havia um espaço destinado para uma praça que nunca foi construída, exatamente em uma esquina na frente desta praça onde em breve o mercado da Pedreira seria construído.

Figura 22 – Detalhe do bairro da Pedreira, no mapa de Belém, Jose Sydrim 1905.

Fonte: Acervo do LAHCA.

O projeto (figura 23) do mercado foi elaborado pelo engenheiro Arlindo Guimarães, funcionário da DOPM, que ocupava o cargo de desenhista na época, segundo reportagem do jornal Folha do Norte (figura 24). E a construção calculada na época com 436m^2 ficou sob a responsabilidade do engenheiro Arthur Doria. Documentos levantados durante a pesquisa, nos mostram que o Sr. Arlindo Guimarães foi responsável por diversos projetos na DOPM, reforçando a ideia de que havia um plano dentro da prefeitura – que era diretamente ligada ao governo federal – de mudar os aspectos das construções da cidade, condizente com uma ideologia de modernização dos espaços urbanos.

Figura 23 e 24 – Imagem da fachada do projeto, do mercado da Pedreira e informações acerca do projeto, em reportagens no jornal *Folha do Norte*, de 1939.



MERCADO DA PEDREIRA

Esse edifício está em construcção na avenida Pedro Miranda, esquina da travessa Maurity.

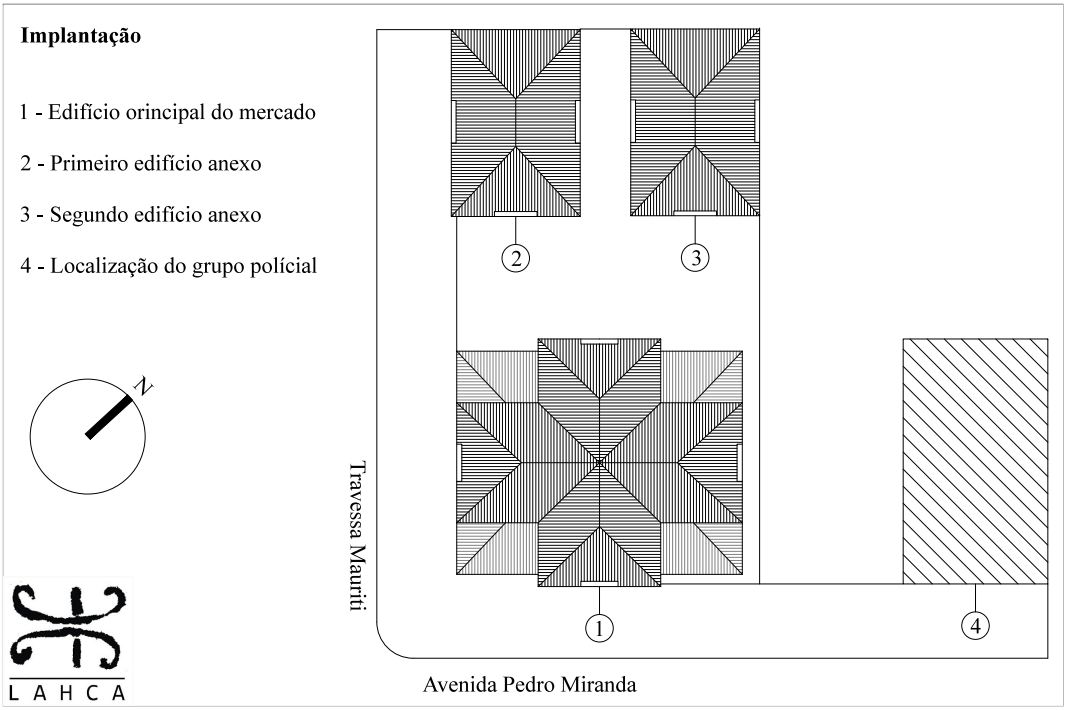
Projecto, Arlindo Guimarães; construcção, Arthur Doria (empreiteiro); fiscalização, Waldir Acatauassú Nunes; área a construir, 436 metros quadrados.

Pavilhão annexo ao Mercado de São Braz — Esse pavilhão, que será destinado a mercado de peixe e mariscos, está recebendo obras de adaptação com bom acabamento. Os talhos são em concreto armado revestidos de azulejos com cercaduras do mesmo material e taboleiro dos balcões em marmore.

Fonte: Jornal *Folha do Norte*, 01.01.1939.

Como diretrizes de projeto havia a necessidade de atender às demandas de abastecimento de carnes, peixes, aves, frutas e legumes, no terreno em questão. Foram projetados três blocos com acessos independentes entre si e isolados no terreno, algo que não era comum na época para uma edificação de pequeno porte. A escolha do autor foi optar pela projeção de um bloco principal e mais imponente que os outros, na esquina do terreno. Os outros dois são iguais e de aspectos mais modestos. A figura abaixo ilustra a implantação do complexo no terreno (figura 24). O acesso ao bloco principal poderia ser feito tanto pela avenida Pedro Miranda, quanto pela travessa Mauriti, além de também ter acesso à circulação externa, feita para o acesso aos outros dois edifícios.

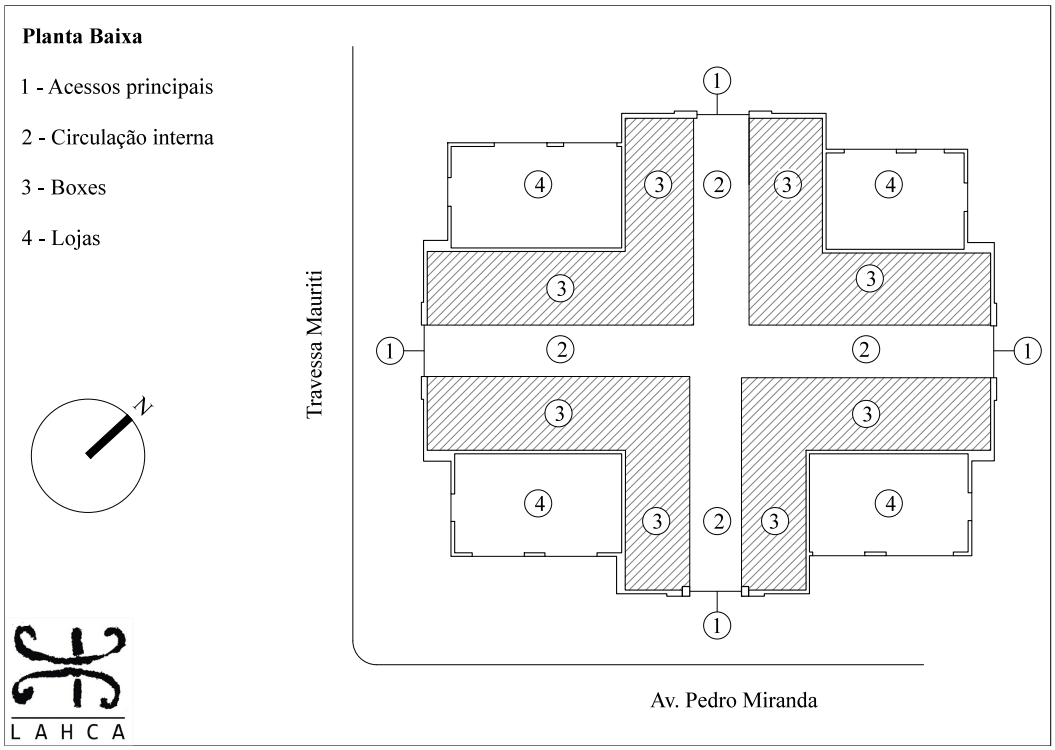
Figura 24 – Desenho da implantação do complexo do mercado da Pedreira.



Fonte: Acervo do LAHCA, 2014.

Os edifícios foram projetados para ter apenas andar térreo, com um pé direito alto para favorecer as condições de higiene do local. O bloco principal tem uma tipologia de mercado em cruz (figura 25), onde os boxes ocupam as bordas das circulações que se cruzam no meio do edifício. Este aspecto já nos mostra uma diferença em relação aos mercados construídos nos períodos anteriores: a planta em cruz e isolamento do edifício no terreno (ambos para facilitar a circulação dos usuários do mercado), é uma característica da funcionalidade e racionalidade do projeto, que em outros tempos, não eram comuns para o estilo de arquitetura eclético historicista. Mostra, também, uma tentativa de implantar um imaginário de modernização no cotidiano da cidade, por meio de símbolos, como os edifícios de mercados. Estes edifícios soltos no terreno, nos quais as paredes não são compartilhadas com nenhum outro edifício e possuem um interior livre, sem ambientes compartimentados, caracterizam a nova funcionalidade racional que a arquitetura modernista já apresentava em outras tipologias e em outras realidades urbanas.

Figura 25 – Desenho da planta baixa do mercado da Pedreira.

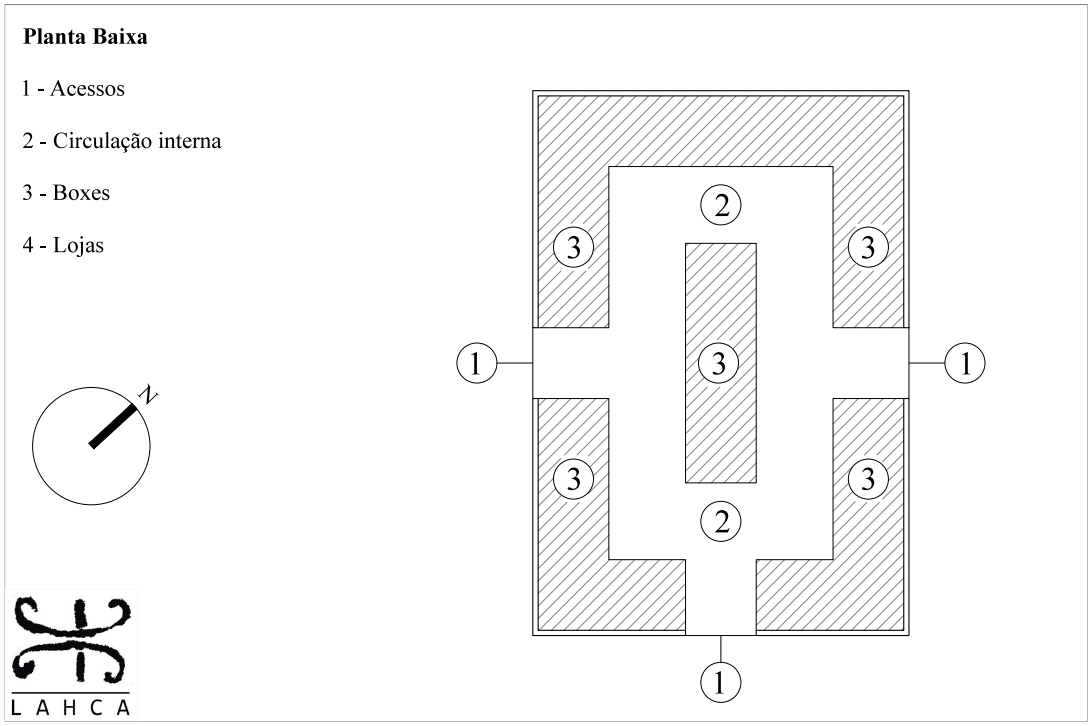


Fonte: acervo LAHCA, 2014.

O edifício principal apresenta uma composição volumétrica simples, dividida em quatro fachadas simétricas, com quatro volumes menores nas esquinas do terreno e um volume central de maior altura. A tipologia de mercado coberto em cruz pode ser facilmente identificado pelo volume do edifício. Mesmo com a presença das lojas nos quatros cantos do

edifício, o volume mantém sua forma pela diferença de altura entre as lojas, mais baixas, e o salão principal do mercado, mais alto. Já os blocos anexos (figura 26), possuem boxes nas suas naves centrais e contornando suas paredes internas. Os volumes destes blocos, são simples, apenas dois prismas com um pé direito considerável.

Figura 26 – Desenho da planta baixa, dos blocos anexos do mercado da Pedreira.



Fonte: acervo LAHCA, 2014.

A disposição dos edifícios no terreno, gera uma circulação externa entre os blocos que com o tempo foi sendo ocupada por mais vendedores ambulantes, devido à alta demanda por abastecimento da região. O fechamento dos edifícios foi construído em alvenaria e seu sistema estrutural é todo embutido nas paredes, porém tudo leva a crer que ele foi concebido com pilares e vigas em concreto armado – devido à sua altura e pouca espessura de paredes. O concreto armado já vinha sendo utilizado em outros mercados na cidade, inclusive em alguns executados pelos mesmos realizadores do mercado da Pedreira, como se pode notar na reportagem: "*Secção de Fructas* – **Compartimento de concreto armado** [grifo nosso], revestido de azulejo, com mobiliario de madeira, vidro e marmore. Projeto de Arlindo Guimarães e construção de Arthur Doria"[11], a matéria diz respeito às reformas em um mercado na avenida 15 de Novembro.

[11] AS REALIZAÇÕES do Sr. Abelardo Condurú. **Folha do Norte**, Belém, p. 12, 01.01.1939

Devido ao seu partido, o edifício principal é apenas iluminado pelas grandes portas de acesso e as janelas adjacentes às portas, deixando o salão interior do mercado com pouca iluminação natural. Todavia, ele foi elaborado de uma maneira que recebesse boa ventilação cruzada, pelos seus grandes e livres corredores internos. As paredes em alvenaria até o teto, protegem o edifício do alto índice de calor na região. Na sua volumetria, o que chama mais atenção é a cobertura com várias águas, em diferentes alturas, formando um jogo de volume harmônico. A cobertura, tanto do edifício principal, quanto dos edifícios anexos, possuem estrutura em madeira e telha cerâmica, inclusive nos beirais, que são sustentados por mãos-francesas de madeira, característica dos edifícios ecléticos de linguagem neocolonial.

As esquadrias dos edifícios foram feitas em madeira e vidro, sendo que nos acessos principais havia apenas porteiras baixas em madeira. Os edifícios anexos foram projetados para serem bem abertos, com paredes externas à meia altura, sem esquadria que viesse a impedir a ventilação dos edifícios. Os elementos principais, para compor a fachada dos edifícios com uma linguagem neocolonial, além da cobertura em telha cerâmica aparente com beirais, da simplicidade nas aberturas e esquadrias, são os pórticos de acesso aos edifícios, com aberturas em arco, acompanhadas por frontões também em arco intercedendo a cobertura.

Nota-se todos estes aspectos originais ao edifício na foto (figura 27), publicada no jornal Folha do Norte, em reportagem sobre a execução do mercado. Pela imagem não conseguimos identificar a cor original do mercado, que se tratava da cor branca, ou alguma cor pastel bem clara, comum nos edifícios da época. A foto também mostra que o edifício já possuía uma textura à meia altura em sua fachada, para compor a harmonia da edificação. Chama a nossa atenção a característica de bairro periférico, com ruas ainda sem pavimentação e vegetação abundante. O fundo da imagem é preenchido por árvores, e a avenida Pedro Miranda ainda não se encontra pavimentada.

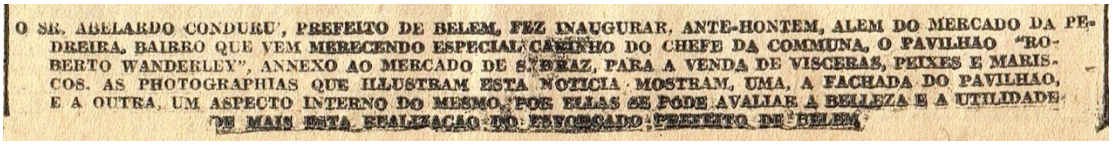
Figura 27 – Reportagem com a fotografia do mercado antes de ser inaugurado.

6 — O NOVO MERCADO DA PEDREIRA, A SER BREVEMENTE INAUGURADO, CUJA CONSTRUCÇÃO FOI INICIADA HA MEZES POR INICIATIVA DO PREFEITO ABELARDO CONDURÚ. NA PARTE POSTERIOR COMPLETAM O CONJUNCTO DOIS PAVILHÕES MAGNIFICAMENTE INSTALLADOS, DESTINADOS AO COMMERCIO DE PEIXE E AVES.

Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1940.

O complexo do mercado da Pedreira, foi inaugurado no dia 13 de Março de 1940, com a presença do prefeito Abelardo Condurú, e foi na época motivo de muito orgulho para a administração, como relata reportagem da Folha do Norte, exaltando o bairro da Pedreira como de "especial carinho do chefe da comuna" (figura 28).

Figura 28 – Reportagem do jornal Folha do Norte, destacando a inauguração do mercado da Pedreira.



O SR. ABELARDO CONDURÚ, PREFEITO DE BELEM, FEZ INAUGURAR, ANTE-HONTEM, ALEM DO MERCADO DA PEDREIRA, BAIRRO QUE VEM MERECENDO ESPECIAL CARINHO DO CHEFE DA COMMUNA, O PAVILHÃO "ROBERTO WANDERLEY", ANNEXO AO MERCADO DE S. BRAZ, PARA A VENDA DE VISCERAS, PEIXES E MARISCOS. AS PHOTOGRAPHIAS QUE ILLUSTRAM ESTA NOTICIA MOSTRAM, UMA, A FACHADA DO PAVILHÃO, E A OUTRA, UM ASPECTO INTERNO DO MESMO, POR ELLAS SE PODE AVALIAR A BELLEZA E A UTILIDADE DE MAIS ESTA REALIZAÇÃO DO DEVOTADO PREFEITO DE BELEM.

Fonte: jornal *Folha do Norte*, 15.03.1940.

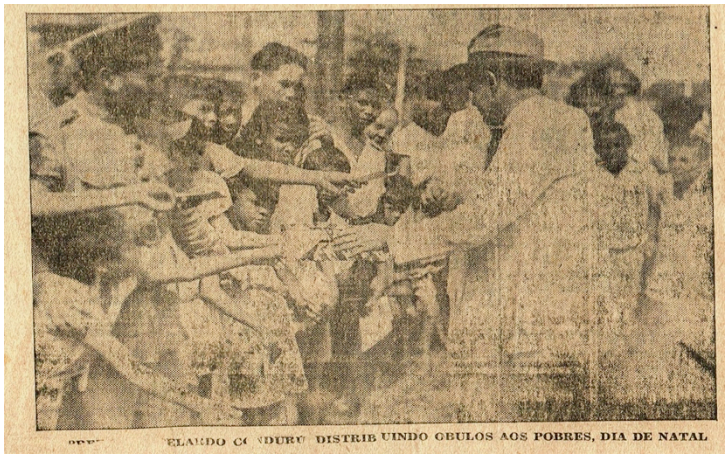
2.2.2 Mercado do Jurunas

De acordo com os estudos estatísticos e econômicos da época[12], nas décadas de 1930 e 1940, Belém já possuía uma população considerável nas suas regiões afastadas do centro. Esses bairros de periferia eram ocupados por uma população muito carente e ansiosa por melhorias[13]. Em uma foto da época (figura 29), publicada no jornal Folha do Norte, aparece o prefeito Abelardo Condurú distribuindo esmola a um amontoado de pessoas, com um teor de publicidade da grande generosidade do prefeito. Isto nos sugere um sentimento de

[12] PENTEADO, Antonio. Belém do Pará, Estudo de Geografia Urbana, 1o e 2o. volumes. Universidade Federal do Pará, 1968. P. 207.
[13] Id., 1968, p. 312

normalidade, em relação à enorme desproporção de distribuição de renda entre as classes sociais da cidade. Na descrição da fotografia, aparece o texto: “Prefeito Aberlado Condurú distribuindo obulos aos pobres, dia de natal” (A METRÓPOLE..., 1941, p. 3).

Figura 29 – Fotografia ilustrando o então prefeito, Abelardo Condurú, distribuindo esmolas.



Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1941.

O bairro do Jurunas e adjacências, onde parte da população carente residia, se encontravam, nesse momento, em desenvolvimento. O bairro passava por obras de infraestrutura urbana e construções de equipamentos públicos. Escola, postos de saúde, grupo policial, pavimentação e o mercado do Jurunas, foram todos realizados em um curto período de tempo. Isto nos leva a crer – em resposta à questão posta no inicio deste item –, que não houve uma política integrada de construção de mercados. O que houve na verdade, ao analisarmos as semelhanças dos investimentos em equipamentos públicos, nos bairros da Pedreira e do Jurunas, foi uma intenção da prefeitura, por meio da DOPM, de se fazer presente em bairros emergentes na cidade, devido à aceleração demográfica da cidade no início do século.

As matérias publicadas no jornal, apresentam-se mais como material de divulgação dos trabalhos da DOPM nesses bairros. Duas delas (figura 30 e 31) mostram a travessa de Breves, nas proximidades do local onde estaria sendo construído o mercado do Jurunas, em obras de pavimentação. Nas imagens, nos chama a atenção o aspecto diferente do centro da cidade, com várias casas bem simples, inseridas em um contexto de muita vegetação. A primeira fotografia é acompanhada de uma nota, que ilustra a “chegada do progresso” à periferia de Belém:

> Serviços de terraplenagem e construção de pontilhão à travessa de Breves, esquina com a rua dos Tamoyos, para o estabelecimento da ligação do trafego de omnibus e

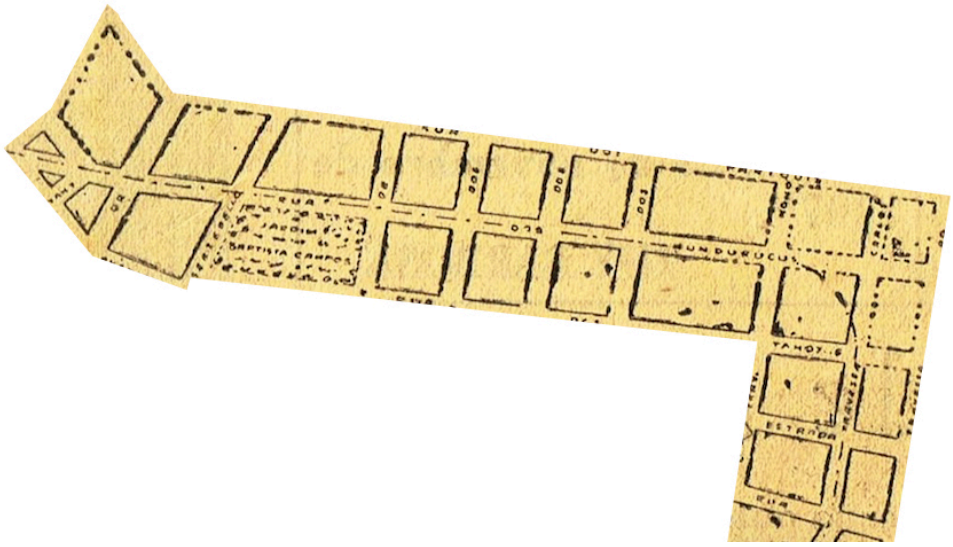
> outros vehiculos com o largo do Ladrão – serviços mandos executar pelo prefeito Abelardo Condurú (PREFEITURA..., 1940, p. 33)

Figura 30 e 31 – Fotografias da pavimentação da travessa Breves, no bairro do Jurunas.

Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1940.

Até o ano de 1931, a Estrada de Ferro de Bragança (EFB) era composta por um trecho intraurbano, que passava pela rua dos Mundurucus desde o jardim botânico do Horto, passando pela praça Batista Campos e seguindo até as proximidades do Ver-o-Peso, para o abastecimento do comércio da região (ANDRADE, 2010). No mapa de 1939 (figura 32), ainda há vestígios do caminho do trem, marcado por uma linha tracejada. Apesar de ainda existir um vestígio da linha no mapa, sabe-se que houve, durante as décadas de 1930 e 1940, a mudança do sistema de transporte público, dos trilhos de bondes e trens, para as rodas dos ônibus e automóveis.

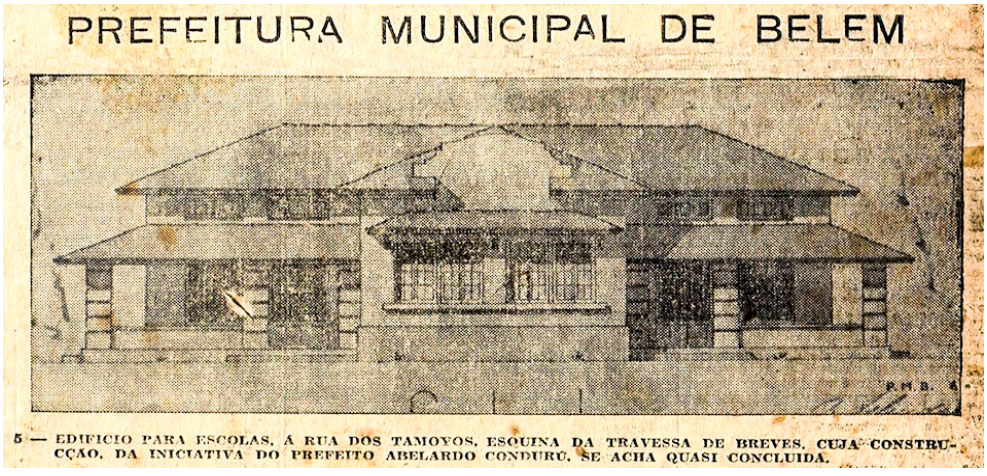
Figura 32 – Detalhe do mapa de Belém de 1939, que mostra o trecho da EFB.



Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1939.

A DOPM passou, então, a pavimentar diversas ruas afastadas do centro da cidade e implantar os equipamentos urbanos que faltavam no bairro e arredores. Um projeto de um grupo escolar construído na rua dos Tamoios, esquina com a travessa de Breves, apresenta uma linguagem arquitetônica em consonância com os outros projetos executados pela DOPM, como, por exemplo, platibanda em frontão arqueado, telhado em quatro águas, e aparente, beirais e simetria da fachada. Uma fotografia da construção do grupo escolar (figuras 33 e 34), revela a simplicidade das técnicas construtivas no período, quando os edifícios de médio porte eram executados sempre pelos mesmos empreiteiros (assim como eram chamados), segundo diversas reportagens.

Figura 33 – Projeto de um grupo escolar no bairro do Jurunas.



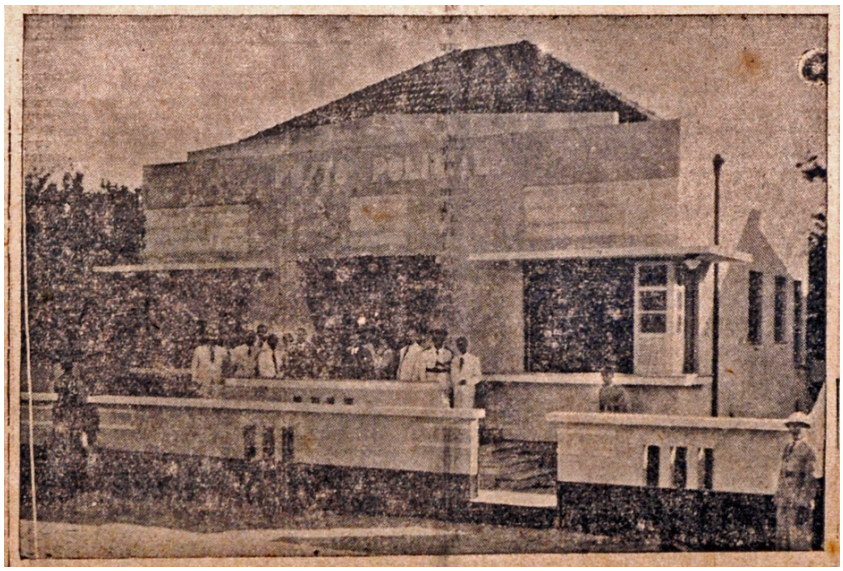
Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1940.

Figura 34 – Fotografia de um grupo escolar em construção, no bairro do Jurunas.

Fonte: jornal *Folha do Norte*, 01.01.1940

No período também foi construído um grupo policial (figura 35), sob a responsabilidade do Governo do Estado. O edifício está localizado no mesmo quarteirão, a poucos metros do mercado público. Sua construção ocorreu concomitantemente à construção do edifício do mercado, apesar de possuírem aspectos distintos. O edifício da polícia possui linhas retas, *brises* em concreto e platibanda com calha para a cobertura, que não estava totalmente escondida, devido à altura. Está em concordância com outros edifícios construídos no período, que externamente possuem elementos de uma linguagem mais racionalizada, em uma estilização *Art Déco*.

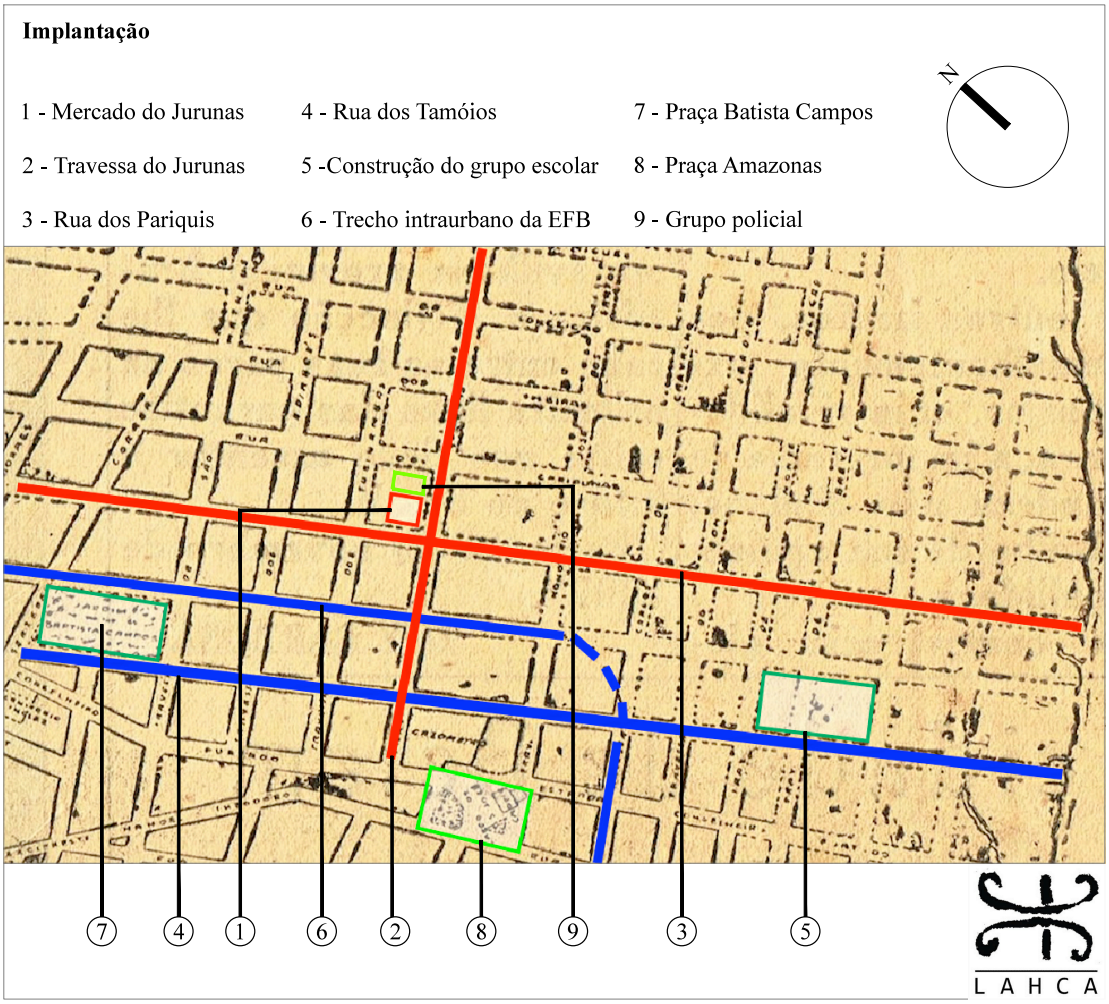
Figura 35 – fotografia da inauguração do posto policial do Jurunas.



Fonte: jornal *Folha do Norte*, 14.03.1940.

A localização escolhida para a implantação do mercado foi a esquina da travessa do Jurunas com a rua dos Pariquis. O mapa abaixo (figura 36), mostra a relação geográfica da localização do mercado em relação a outros equipamentos públicos e a rua dos Tamoios, como um ponto de concentração de casas e obras de infraestrutura no período, assim como o traçado do antigo trecho da EFB. Entende-se que esta localização para o mercado poderia funcionar como um polo central no, ainda novo, bairro do Jurunas, devido à concentração de esforços para a construção do mercado, do grupo escolar na rua dos Tamoios, da delegacia e as obras de infraestrutura urbana nos bairros do Jurunas e Tamoios[14]. Estes novos equipamentos urbanos atraem a movimentação de pessoas e, consequentemente, criam uma polaridade na sua área de influência.

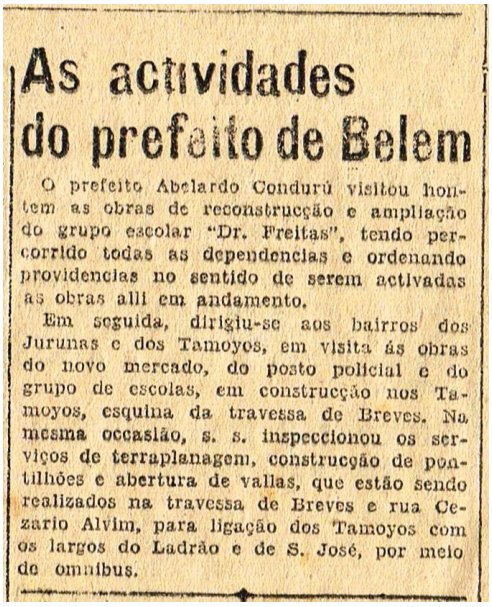
Figura 36 – Detalhe da região de implantação do mercado.



Fonte: acervo LAHCA, 2014.

[14] No jornal Folha do Norte no ano de 1940, há diversos relatos e imagens de obras de pavimentação, calçamento e construção bocas de lobo nos bairros referidos.

Figura 37 – Reportagem que relata a construção do mercado do Jurunas.



As actividades do prefeito de Belem

O prefeito Abelardo Condurú visitou hontem as obras de reconstrucção e ampliação do grupo escolar "Dr. Freitas", tendo percorrido todas as dependencias e ordenando providencias no sentido de serem activadas as obras alli em andamento.

Em seguida, dirigiu-se aos bairros dos Jurunas e dos Tamoyos, em visita ás obras do novo mercado, do posto policial e do grupo de escolas, em construcção nos Tamoyos, esquina da travessa de Breves. Na mesma occasião, s. s. inspeccionou os serviços de terraplanagem, construcção de pontilhões e abertura de vallas, que estão sendo realizados na travessa de Breves e rua Cezario Alvim, para ligação dos Tamoyos com os largos do Ladrão e de S. José, por meio de omnibus.

Fonte: jornal *Folha do Norte*, 19.01.1940.

Não conseguimos informações suficiente para confirmar a equipe de trabalho envolvida no projeto e construção do mercado. Todavia, sabendo que todos os projetos semelhantes executados pela prefeitura, eram elaborados pela DOPM, e sabendo das semelhanças compositivas e construtivas dos mercados da Pedreira e do Jurunas, deduz-se que o projetista do mercado foi o próprio Sr. Arlindo Guimarães, e o construtor teria sido também o empreiteiro Arthur Dória, responsável pela execução de outros mercados e reformas de mercados, em Belém.

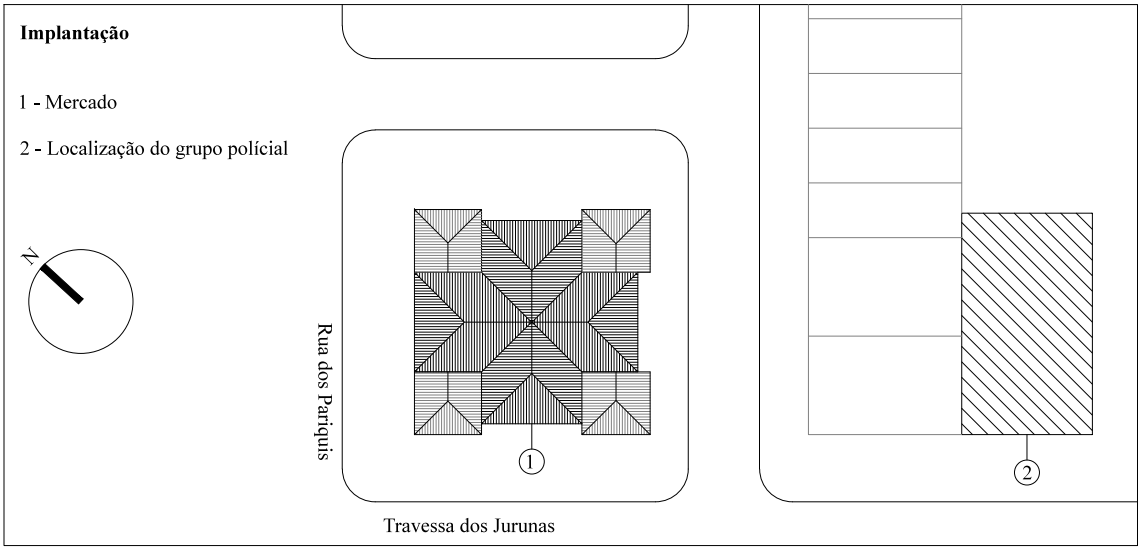
O mercado foi implantado no quarteirão, isoladamente de outros edifícios, formando uma ilha cercada pelo passeio público, e como se pode observar na fotografia (página 38) do grupo policial nas proximidades do mercado. Segundo informações do Sr. João Chaves (informação verbal)[15], antigo morador do local, junto ao conjunto formado entre o mercado e o posto policial, foram construídas casas para abrigar os funcionários da Importadora de Ferragens criando ali a Vila Mata, em referência à matriz da loja (figura 39). A sua implantação (figura 40) privilegia o acesso pela travessa do Jurunas, em relação aos outros acessos, de acordo com a volumetria do edifício.

[15] CHAVES, João Maria. **João Maria Chaves**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.

Figura 38 – Propaganda da Importadora de Ferragens.

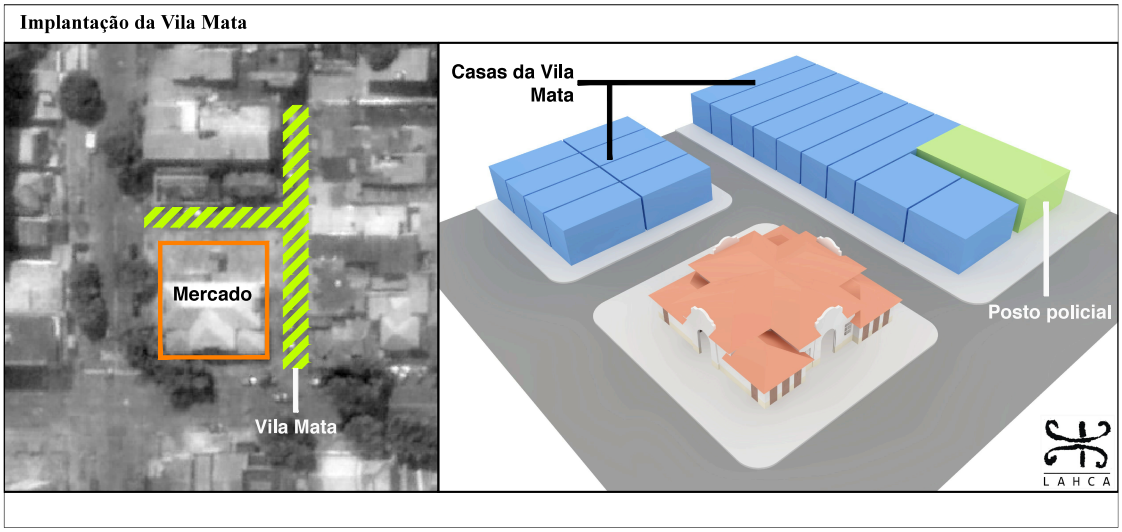
Fonte: acervo LAHCA, 2014.

Figura 39 – Desenho da implantação do mercado do Jurunas.



Fonte: acervo LAHCA, 2014.

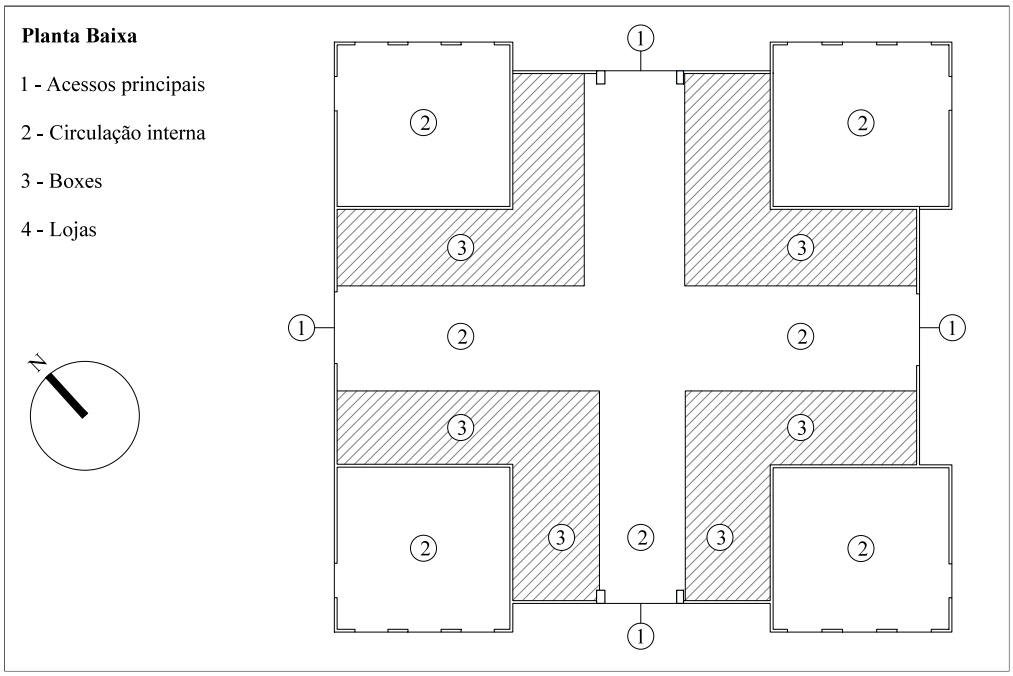
Figura 40 – Implantação e representação da Vila Mata, respectivamente.



Fonte: Google Maps, 2015; e Hélio Santos, 2015.

Além de possuírem elementos compositivos semelhantes, os mercados do Jurunas e da Pedreira possuem em comum a estrutura formal de mercado coberto com circulação cruzada e lojas com acesso exclusivo. Observa-se que, como os outros mercados, as divisões internas eram feitas por meio de boxes, nas bordas da circulação interna (figura 41).

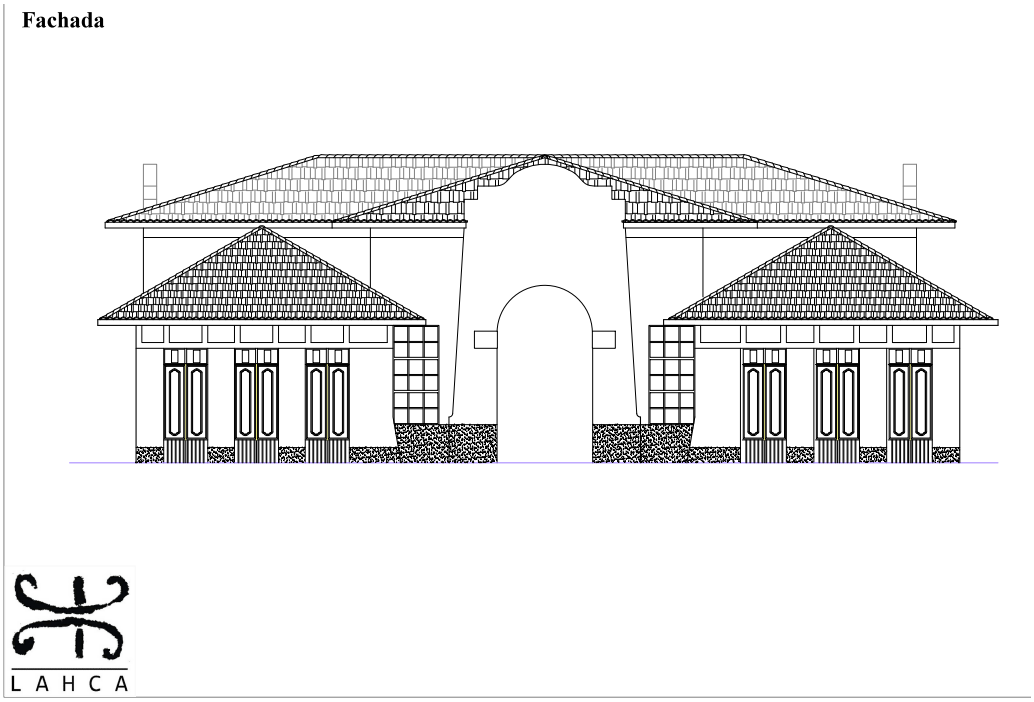
Figura 41 – Desenho da planta baixa do mercado do Jurunas.



Fonte: acervo LAHCA, 2014.

A fachada do mercado do Jurunas (figura 42), possui os mesmos elementos compositivos que apresenta o mercado da Pedreira, como, pórtico com acesso em arco, platibanda com função de frontão arqueado, telhado cerâmico com várias águas, pé direito alto do salão central e pé direito reduzido das lojas. Estas características evidenciam que o mercado do Jurunas é uma variação reduzida de modelo do mercado da Pedreira, possuindo menos área para boxes e duas lojas a menos.

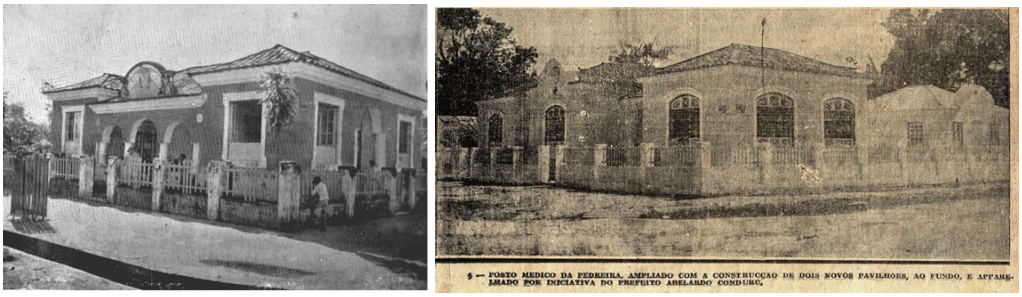
Figura 42- Desenho da fachada do mercado do Jurunas.



Fonte: acervo LAHCA, 2014.

Vale destacar as semelhanças entre os mercados da Pedreira e do Jurunas, tanto em suas formas físicas, quanto em seus contextos urbanos. Além de possuírem volumetria e linguagem das fachadas muito parecidas, nos seus entorno foram construídos postos de saúde (já demolidos) (figuras 42 e 43), foi executada a pavimentação das principais ruas dos bairros, e as delegacias construídas nas suas respectivas adjacências são quase idênticas (figura 45 e 46). Isto nos auxilia a concluir que havia uma intenção da prefeitura, por meio da DOPM, de padronizar a linguagem dos edifícios construídos por aquela administração, e suprir a demanda por infraestrutura naqueles bairros da periferia da cidade.

Figura 43 e 44 – Postos de saúde do Jurunas e da Pedreira, respectivamente.



Fonte: Álbum do Pará 1939 (Jurunas) e Jornal a Folha do Norte (Pedreira)

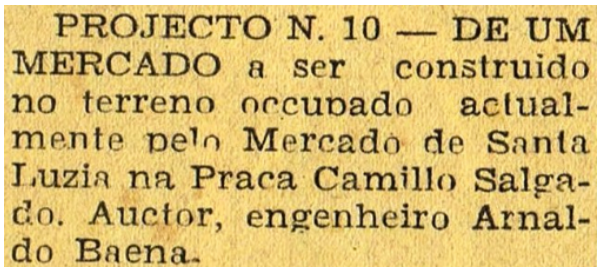
Figura 45 e 46 – Delegacias do Jurunas e da Pedreira, respectivamente.

Fonte: Hélio Santos, 2015 e 2013.

2.2.3 O Mercado de Santa Luzia e o bairro do Umarizal

O mercado de Santa Luzia foi implantado no bairro do Umarizal, na esquina da rua Bernal do Couto com a travessa Dom Pedro I. Informações sobre o projeto do mercado foram publicadas no jornal Folha do Norte (figura 47), ainda no ano de 1939. O projeto do mercado foi elaborado, aproximadamente no mesmo período dos projetos dos outros dois mercados objetos da pesquisa, apesar de ter sido inaugurado em ano diferente.

Figura 47 – Reportagem do jornal Folha do Norte, destacando o projeto do mercado de Santa Luzia.



PROJECTO N. 10 — DE UM MERCADO a ser construido no terreno occupado actualmente pelo Mercado de Santa Luzia na Praca Camillo Salgado. Auctor, engenheiro Arnaldo Baena.

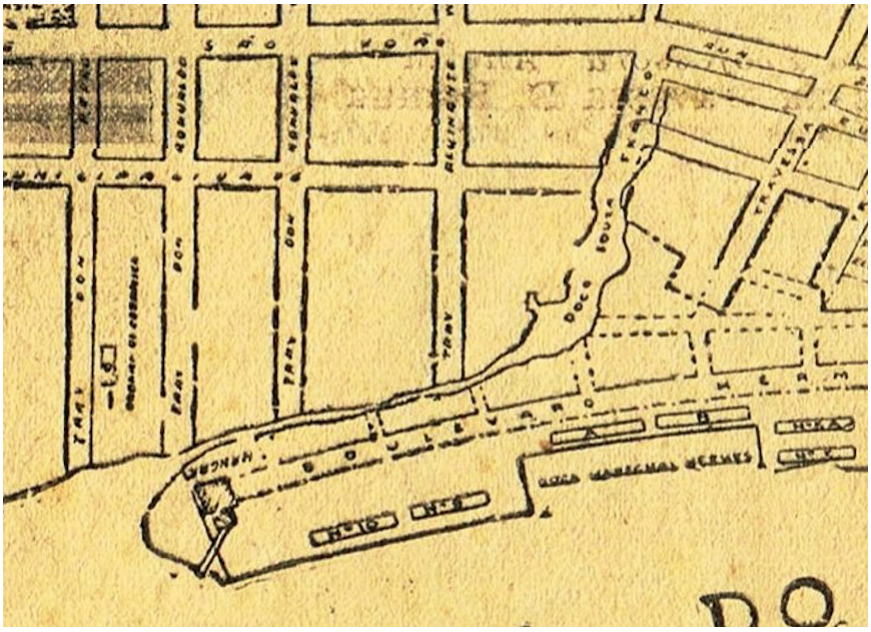
Fonte: jornal Folha do Norte, 01.01.1939

Nota-se a decisão de implantar o mercado em uma praça onde já existia uma atividade comercial denominada “Mercado de Santa Luzia”. Acredita-se que este “mercado” era na verdade um comércio ambulante, similar ao do bairro da Pedreira, pois ambos localizavam-se em regiões afastadas do centro comercial da cidade, onde não havia registro de mercados construídos.

No início do século XX o bairro do Umarizal ainda possuía um aspecto de periferia do centro comercial, em área limítrofe aos bairros do Reduto, onde se localizavam várias fábricas e vilas operárias com linguagem *Déco*, e com o bairro de Nazaré, que por sua vez possuía muitas residências com linguagem eclética e neocolonial, e que ainda apresentam exemplares

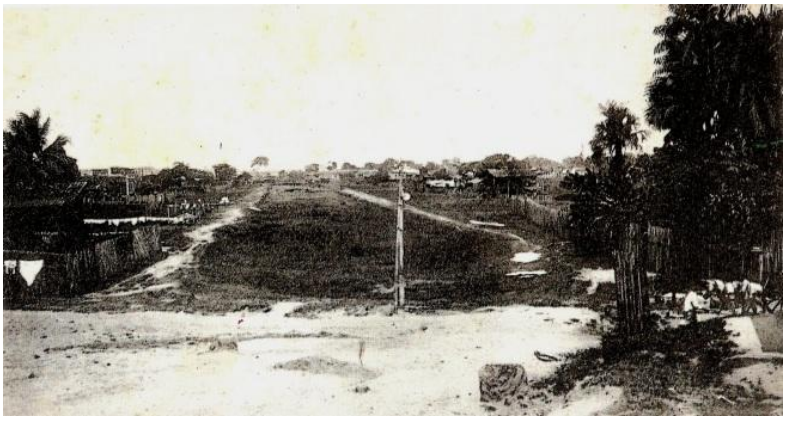
de edificações. As ruas do Umarizal foram alargadas e equipadas com rede de coleta de esgoto, ainda na administração de Antônio Lemos, com a intenção de desenvolver a área e valorizar os grandes terrenos, de propriedade de famílias abastadas do bairro. (VENTURA NETO, 2012). Porém, apesar da tentativa, o bairro ainda possuía muitos terrenos de baixada, com pouca dinâmica urbana nos locais próximos ao canal de Souza Franco, que segundo cartografia da época, ainda era apenas um braço da Baía do Guajará (figura 48 e 49).

Figura 48 – Detalhe do mapa de 1939, destacando o canal da doca Souza Franco.



Fonte: jornal Folha do Norte, 01.01.1939.

Figura 49 – Aspecto da Doca de Souza Franco no início das obras de retificação do canal e construção da Avenida Visconde de Souza Franco.



Fonte: Belém da Saudade, 2004.

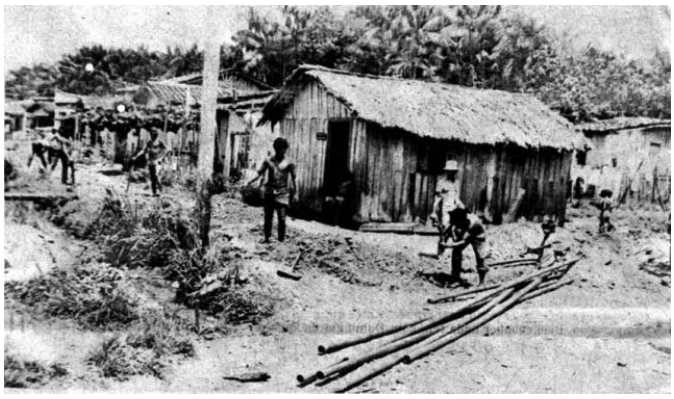
Nas proximidades da localização do mercado se observavam ruas sem pavimentação e grandes terrenos baldios que serviam de pasto para rebanhos urbanos e algumas fábricas para abastecimento interno (figura 50). As poucas residências dessas baixadas do Umarizal

possuíam um aspecto simples de casas de periferia, típicas desse período, construídas em madeira e palha (figura 51)

Figura 50 – Fotografia de 1935 de uma terreno de baixada cercado por fábricas no bairro do Reduto.

Fonte: Universidade do Wisconsin Milwaukee, 2015.

Figura 51 - Tipologia tradicional das baixadas existentes no bairro do Umarizal.



Fonte: VENTURA NETO[16], 2012.

Em sua parte alta, próxima ao bairro de Nazaré, o bairro do Umarizal possuía edifícios residenciais de classe média alta, ruas e avenidas largas e sombreadas, como, por exemplo, a estrada Generalíssimo Deodoro (figura 52) e a avenida São João (figura 53), que hoje é a avenida Senador Lemos. Este contraste entre terrenos de baixada com pouca infraestrutura, e terrenos altos, arborizados, com residências e infraestrutura, formava a imagem do bairro na primeira metade do século XX.

[16] VENTURA NETO, R. **Circuito imobiliário e a cidade**: coalizões urbanas e dinâmicas de acumulação do capital no espaço intraurbano de Belém. 2012 (Mestrado em arquitetura e urbanismo) – ITEC – UFPA.

Figura 52 – Avenida Generalíssimo Deodoro, no bairro de Nazaré na década de 1920.

Fonte: disponível em http://fragmentosdebelem.tumblr.com/post/54095945449.

Figura 53 – Avenida São João.

Fonte: Belém da Saudade, 2004.

Neste contexto urbano, optou-se por instalar o novo mercado na praça Camilo Salgado no centro do bairro. Provavelmente a denominação de mercado de Santa Luzia deve-se ao antigo nome da praça onde seria construído (CRUZ, 1970, p. 121). A praça mudou de nome em homenagem ao médico Camilo Salgado, personagem importante na medicina paraense. No período anterior à construção do mercado, na rua Bernal do Couto havia o grupo escolar Santa Luzia (figura 54 e 55). Quando o mercado foi construído, o edifício da antiga escola já abrigava a Faculdade de Medicina.

Figura 54 – Postal de Belém destacando o grupo escolar Santa Luzia.

Fonte: Belém da Saudade, 2004.

Figura 55 – Fotografia de 1905 destacando os alunos do grupo escolar Santa Luzia.

Fonte: disponível em http://fragmentosdebelem.tumblr.com/post/15294502789, acesso em 10.12.2014.

Outro importante elemento na malha urbana do entorno da praça Camilo Salgado, era o edifício da Santa Casa de Misericórdia de Belém (figura 56, 57 e 58). A Santa Casa e o Grupo escolar são heranças do século XIX que permanecem até hoje no bairro. Sabe-se que durante a sua administração, o prefeito Abelardo Condurú acumulava outras funções além da de prefeito, como descreve a reportagem da Folha do Norte: “Desde então as suas energias se desdobram de um modo admiravel, porque elle não é só o prefeito de Belém. É tambem

Provedor da Santa Casa de Misericordia e presidente das directorias da Assembléa Paraense e do Paysandú S. Club" (Folha do Norte, 01.01.1941). O prefeito frequentava quase diariamente as instalações da Santa Casa de Misericórdia. Essa fato pode evidenciar que ele testemunhava o comércio ambulante na praça em frente ao hospital e, tendo em vista o esforço do prefeito em efetuar o embelezamento da cidade incluiu, em seus planos, a regularização do comércio na área.

Figura 56 – Postal da rua Oliveira Belo, com destaque para a Santa Casa de Misericórdia.

Fonte: Belém da Saudade, 2004.

Figura 57 – Postal da rua Oliveira Belo, com destaque para a Santa Casa de Misericórdia.

Fonte: Belém da Saudade, 2004.

Figura 58 – Postal da rua Oliveira Belo, com destaque para a Santa Casa de Misericórdia, na altura da praça Camilo Salgado.

Fonte: Belém da Saudade, 2004.

Há, ainda, um outro importante elemento urbano nos arredores do local escolhido para a implantação: a praça Brasil (figura 59). Ernesto Cruz escreve sobre o momento de inauguração da praça: "Tanto a estatua do *Índio*, que ornamentava o logradouro, como a praça, foram inauguradas na administração do Prefeito Abelardo Conduru, no dia 1º de maio de 1935" (CRUZ, 1970, p. 122). Em um vídeo de 1944[17], um ano após a inauguração do mercado, nota-se um fluxo intenso de pessoas na praça, o que serve como demonstração que o bairro possuía uma vida social ativa, servindo de atrativo para a instalação de um mercado na área.

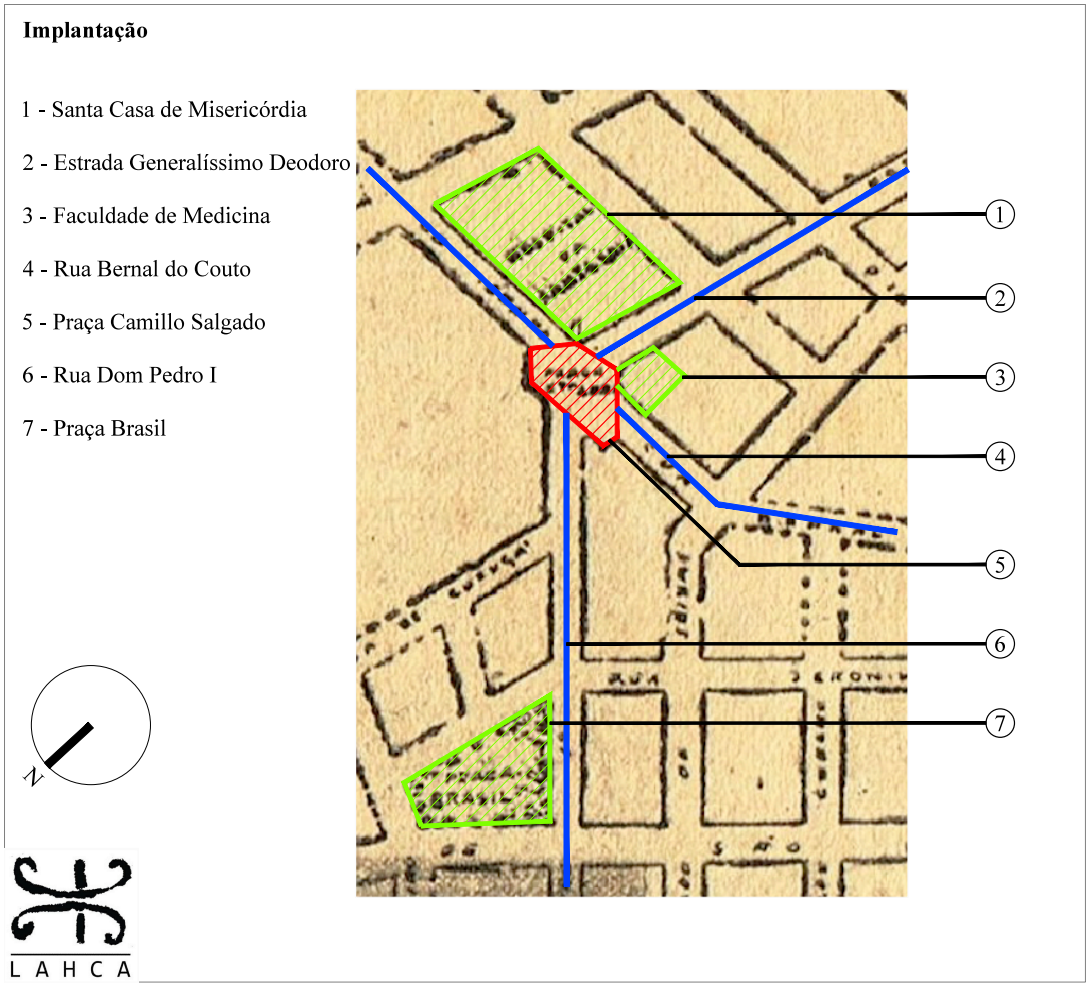
Figura 59 – Postal da praça Brasil.

Fonte: disponível em http://fragmentosdebelem.tumblr.com/post/86760082270, acesso em 10.12.2014.

[17] Disponível em http://fragmentosdebelem.tumblr.com/post/86760082270, acesso em 25.02.2015.

O entorno urbano assim configurado e seus elementos representados no mapa de Belém de 1939 (figura 60), com destaque para o entorno do mercado, pode nos indicar que diferente dos entornos dos outros dois mercados estudados, a área de implantação deste mercado já possuía um movimento de trocas e um fluxo de pessoas que favoreciam as atividades comerciais inseridas no cotidiano do bairro no momento da sua construção.

Figura 60 – Mapa de situação do mercado de Santa Luzia.



Fonte: acervo LAHCA, 2014.

O autor do projeto do mercado de Santa Luzia foi o engenheiro auxiliar do DOPM, Arnaldo Baena. Assim como os outros dois mercados estudados, o projeto do mercado de Santa Luzia foi elaborado de dentro do próprio órgão da prefeitura, mas, dessa vez, não ficou a cargo de Arlindo Guimarães. O engenheiro Baena detinha um cargo superior ao cargo de desenhista de Guimarães, o que nos indica um nível mais alto de importância dedicada ao referido mercado, conforme já mencionado na demonstração da hierarquia da DOPM.

O mercado possui uma estética racional, contrastando com os edifícios existente no seu entorno (Santa Casa, Faculdade de Medicina, residências). Possui três acessos, um principal e dois laterais, em um andar térreo, ocupando quase todo o terreno, que possuiria lojas com acesso externo, e boxes internos. Atualmente, o edifício apresenta banheiros internos e administração, porém não pode-se afirmar se esses ambiente são originais ou foram incluídos ulteriormente, nas reformas das décadas de 1960 e 1990. O seu posicionamento foi direcionado levando em consideração, principalmente, o posicionamento do acesso principal de frente para a praça Camilo Salgado, no cruzamento da rua Bernal do Couto, com a travessa Dom Pedro I.

Como características tipológicas, a planta do mercado tem uma geometria trapezoidal, com um eixo principal marcado por um elemento volumétrico de linhas retas e aberturas verticais, dispostas como uma malha retangular. Para este acesso, também foi elaborada uma marquise semicircular, para proteção de intempéries. Os outros dois acessos laterais possuem o mesmo elemento volumétrico de iluminação, todavia de menor altura em relação ao acesso principal. Além destes elementos, o edifício possui uma volumetria simples, apenas seguindo sua planta baixa, com aberturas dispostas regularmente na fachada para acesso às lojas externas. A sua circulação interna foi prevista para ter dois eixos principais perpendiculares, seguindo diretamente dos acessos ao passeio público e circundados por boxes de venda. No encontro dessas duas circulações foi construído um pátio interno para iluminação e ventilação, que atualmente é ocupado por uma homenagem a Santa Luzia, padroeira do mercado.

O seu sistema estrutural é o mesmo dos outros dois mercados, construídos em alvenaria, concreto e estrutura da cobertura em madeira com cobertura em telhas cerâmicas. A cobertura, diferentemente dos outros dois mercados, é protegida por uma platibanda e, ainda como proteção, o mercado possui em toda extensão da sua fachada uma marquise em concreto, característica da linguagem *Art Déco.* A cobertura possui quatro volumes principais, cada um com quatro águas, com uma altura que ultrapassa a altura da platibanda, transformando-a em um importante elemento visual na volumetria do mercado.

A inauguração do mercado aconteceu apenas quatro anos após o ano da divulgação do seu projeto, na administração do prefeito Alberto Engelhard e do governado Magalhães Barata, o último participando da inauguração do mercado no dia 10 de novembro de 1943, como mostra reportagem do jornal Folha do Norte do dia seguinte à inauguração (figura 61).

Figura 61 – Reportagem do jornal Folha do Norte, destacando a inauguração do mercado de Santa Luzia.

MERCADO DE SANTA LUZIA

Às 16,30, o coronel Magalhães Barata, inaugurou o mercado de Sta. Luzia.

Esse ato contou com a presença do coronel Magalhães Barata, interventor federal, drs. Lameira Bittencourt, secretario geral do Estado; Teixeira Gueiros, chefe de Policia; Castro Valente, membro do C. A. P.; cel. Moura Carvalho, comandante da Fôrça Policial; sr. Lindolfo Mesquita, diretor do DEIP; sr. Clementino Oliveira, dr. Bertino Lima, e pessoas de relevo na administração do Estado e municipio.

Fonte: jornal Folha do Norte, 11.11.1943.

3 PERMANÊNCIA E EVOLUÇÃO DOS MERCADOS E DO SEU ENTORNO

Passado o período das suas respectivas inaugurações, os três mercados tiveram diferentes caminhos na sua evolução ao longo do tempo. São diversos os possíveis fatores que influenciaram as modificações dos objetos desta pesquisa durante o seu desenvolvimento. Neste capítulo, discorre-se acerca das condições atuais dos mercados e como estas modificações se deram no decorrer dos anos.

Antes de analisar as condições atuais dos mercados, é necessário esclarecer algumas questões e conceitos que envolvem o tema. A primeira questão trata das transformações nos sistemas de produção e de comercialização do setor varejista, e as suas consequências nas características do consumidor e no funcionamento da vida nas cidades.

A mudança mais significativa no setor terciário que impactou no comércio de abastecimento foi o surgimento dos supermercados. Os supermercados aparecem nos Estados Unidos na década de 1930, após a crise econômica de 1929 (VARGAS, 2001). A partir de então a troca, como princípio fundamental na constituição dos espaços de abastecimento, vai cedendo lugar a outros conceitos como controle, operação e marketing. Nessa nova organização da vida social, o antigo comprador de objetos dá lugar ao consumidor de símbolos, e esta é a base da sociedade do consumo. A troca obviamente continua integrando o sistema comercial, porém, agora, com novas características, como por exemplo, a gradativa perda do contato direto entre o comerciante e o cliente e o alto consumo de artigos supérfluos[18].

A mudança da rotina do comércio nas cidades a partir do advento do supermercado pode ser definida do ponto de vista em que, a evolução não se deu simplesmente no surgimento de novos produtos diferenciados, mas, principalmente, no processo como a comercialização nesses espaços acontece

> O supermercado pode ser definido como um método operacional, com ênfase sobre o faturamento de mercadorias de baixo valor unitário, a preços baixos, exposição maciça de produtos, com *lay out* para facilitar o movimento rápido de uma grande quantidade de consumidores e atendimento ao cliente pela técnica de *self-service* (VARGAS, 2001, p. 242)

[18] Em oposição aos artigos de primeira necessidade, os supérfluos vão além do necessário. Por isso necessitam de uma alta exposição, embalagens ou conteúdos chamativos, e preços acessíveis à compra rápida. Por exemplo, quando se vai ao box de carne, procura-se o produto exposto sem excessos para identificar a sua qualidade mínima para o consumo, ao contrário de conjunto de canetas coloridas, capas de aparelhos celulares, etc., que, por sua vez, procuram destacar-se entre tantos outros à sua volta.

Novas tecnologias de auxílio à venda como portas automáticas, catracas, carrinho de compras, caixas registradoras que facilitam o troco e o cartão de crédito, e ambientes mais confortáveis e higiênicos devido ao controle da temperatura, tudo isso associado aos baixos preços e grande oferta de produtos nas prateleiras, transformou o supermercado no principal estabelecimento de abastecimento nas cidades (VARGAS, 2001). Isto fica evidente ao entrevistarmos os clientes que frequentam os mercados da pesquisa. Ao serem indagados sobre qual o lugar em que eles fazem as "compras do mês", as respostas são unânimes em apontar o supermercado mais próximo.

No Brasil, os primeiros supermercados foram inaugurados na década de 1950, em São Paulo, mas só ganhariam expressão na década de 1960, com "a introdução do sistema de autosserviço, a preocupação com a programação visual interna, a higiene e o aumento na variedade de produtos comercializados" (GARREFA, 2002, p. 67).

O supermercado de vizinhança é o mais comum em Belém. Este tipo de supermercado possui como características a localização em bairros consolidados das cidades, e a sua área de influência é dada pelos moradores das vizinhanças, permitindo o fluxo a pé ou de carro, em curtas distâncias, num raio aproximado de dois quilômetros. Em muitos casos, a escolha da localização destes estabelecimentos tira proveito da polaridade comercial existente em ruas de circulação intensa ou no entorno de antigos mercados. Sendo assim, eles "concorrem com o pequeno varejo alimentar, desde o pequeno autosserviço até o comércio mais tradicional como padarias, açougues e *mercadinhos*" (RENNÓ, 2006, p. 59) dentro do seu contexto urbano. Gerando a necessidade de adaptação dos pequenos comércios, para conseguir concorrer com os baixos preços dos supermercados (RENNÓ, 2006).

O pequeno comércio tradicional tem a vantagem do contato direto com o cliente, podendo assim conhecer diretamente os gostos e costumes dos fregueses. É importante destacar, que não considera-se o supermercado como o culpado pela decadência dos mercados públicos, muito pelo contrário, a presença dos supermercados complementa "a rede básica do comércio alimentício da cidade, a integra aos mercados municipais, e servem a diversas áreas da cidade que, na maioria dos casos, se não fosse por eles haveria uma situação de déficit de oferta de alimentos" (BARCELONA, 2014). Acredita-se que o declínio da atividade de alguns mercados públicos, se deu em consequência dessas mudanças nas características da sociedade, que passou por mudanças em seus hábitos de consumo.

Na introdução citou-se Pintaudi (2011) para indagar a respeito das transformações na vida social do consumidor, que impactam em estruturas espaciais pertencentes a outro momento histórico, mas que *permanecem* no tempo. Muitos autores no âmbito das pesquisas

em arquitetura, abordam sob diferentes pontos de vista a questão da permanência, neste trabalho adota-se os termos propostos por Waisman (2013) e Rossi (2001), devido à ênfase a conceitos historiográficos que os autores utilizam.

É importante considerar o caráter de monumento dos objetos da pesquisa no que se refere à sua condição de permanência física no espaço, dentro do seguinte contexto:

> No caso da arquitetura, na verdade, "o que permanece" do evento original é uma forma física significativa. Não o evento inteiro: os usos sociais, as condições de produção, o entorno com seus respectivos usos e significados, o significado que o monumento teve para seus contemporâneos etc. etc. – tudo isso poderá ser estudado, investigado, reconstruído até certo ponto, e é parte da tarefa do historiador. O monumento, porém, é somente "pista, lembrança" do que aconteceu, e é o interesse ou valor daquilo "que permanece" que nos inclina a estuda-lo. (WAISMAN, 2013, p. 12-13)

A *teoria das permanências*[19] entende um artefato arquitetônico como "um passado que ainda experimentamos" (ROSSI, 2001). As cidades desenvolvem-se a partir dos seus traçados e eixos urbanos existentes e os monumentos persistem como sinais físicos do passado que podem permanecer idênticos e dotados de uma vitalidade constante, interferindo na direção do crescimento da cidade (ROSSI, 2001). Um monumento difere-se do acontecimento histórico a partir do fato de que ele não se encerra no seu momento histórico, mas permanece significativamente no tempo devido à sua qualidade histórica e ao seu valor artístico ou arquitetônico (WAISMAN, 2013).

Nos monumentos de arquitetura, o que permanece é a forma física, original ou não, do edifício, enquanto que seus usos sociais, atividades, intensidade de uso, entorno e significados adquiridos ao longo do tempo, devem ser investigados pelo historiador, a partir das pistas oferecidas pela permanência do edifício (WAISMAN, 2013). Os monumentos nas cidades europeias podem ser considerados como elementos patológicos ou propulsores, dependendo das condições que os modificaram ao longo do tempo (ROSSI, 2001).

Outro conceito que envolve o tema da pesquisa é o da centralidade (LEFEBVRE, 1999) (VARGAS, 2001) (VILLAÇA, 2001) (SERPA, 2011). A lógica do espaço terciário passa pela busca ou criação da centralidade por parte dos agente envolvidos, de modo que o foco da atenção deste agente é o fluxo de pessoas. Assim, tira-se proveito de centralidades existentes para a escolha de novas localizações para estabelecimentos comerciais, evidenciando a centralidade como base do seu desenvolvimento (VARGAS, 2001).

---

[19] Aldo Rossi (2001) considera a *teoria das permanências* a partir dos estudos de Poète e de Lavedan, para desenvolver sua análise sobre cidades europeias pelos problemas que surgem a partir das considerações históricas das cidades.

A centralidade é, assim, vista como elemento essencial do fenômeno urbano, pois reúne os seus conteúdos, acumula seus objetos, pessoas e fluxos. Esta reunião inclui os símbolos e signos urbanos, como os mercados públicos tradicionais. O "amontoamento de objetos e produtos nos entrepostos, monte de frutas nas praças de mercado, multidões, pessoas caminhando, pilhas de objetos variados, justapostos, superpostos, acumulados, eis o que constitui o urbano" (LEFEBVRE, 1999, p. 108), e o que constituí a centralidade urbana.

Para analisar a centralidade de espaços urbanos, é necessário focalizar a aglomeração de manifestações culturais em espaços públicos, entre as formas e os conteúdos da cidade. Para qualificar a análise das áreas de estudo, é necessário dar

> [...] visibilidade àquilo que está oculto para a produção e o consumo cultural de massa. Trata-se de explicitar as manifestações da cultura popular em nossas cidades e suas formas de organização, resgatando o sentido lúdico e a ludicidade do urbano no período contemporâneo (SERPA, 2011, p. 104)

A centralidade pode não ser duradoura, ela pode perder o seu conteúdo ao longo do tempo e ao mudar seus usos, pode, consequentemente, reduzir seus fluxos. Sem o movimento perde-se a centralidade, e se esse "espaço se esvaziar, excluir o conteúdo, torna-se lugar de raridades ou de poder em estado puro" (LEFEBVRE, 1999, p. 119).

Para definir a centralidade de uma área, é necessário analisar, além do já citado fluxo de pessoas, a quantidade e densidade dos espaços de comércio e serviços. A partir do ponto de vista da produção espacial de comércio e de serviços, encontra-se nas cidades uma divisão hierárquica entre centro e subcentro. O conceito de *subcentro* designa aglomerações de espaços terciários distantes do centro principal, ou seja, uma réplica do centro em menor escala, que reúne os requisitos da centralidade para atender uma parte da cidade (VILLAÇA, 2001).

Quando a concentração no centro principal se rompe, é necessário um novo centro complementar, uma periferia (LEFEBVRE, 1999). Isto de fato acontece nos bairros dos objetos da pesquisa, no momento em que foram criados, pois, como já foi demonstrado no segundo capítulo, junto aos mercados foram criados outros equipamentos urbanos como postos de saúde, delegacias e escolas, gerando assim, novas centralidades na cidade. Os bairros e as suas características particulares assumem papel de destaque nos estudos sobre a centralidade

> Que na cidade antiga [não sendo diferente nas cidades modernas] os bairros se distinguiam uns dos outros, com seus centros, seus monumentos e seu modo de vida, é coisa universalmente conhecida e verificável tanto pela história urbana como pela própria realidade (ROSSI, 2001, p. 76)

Deve-se priorizar, portanto, o recorte espacial a partir dos bairros como lugares de experiência, ação, espaço vivido e sentido, ou seja, como um sistema de relações particular que é significante na cidade (SERPA, 2011). Entende-se a definição dos bairros como áreas grandes ou médias das cidades, que são reconhecíveis mentalmente pelo observador devido ao seu caráter homogêneo. Esta homogeneidade está nas características físicas de componentes como "textura, espaço, forma, detalhe, símbolo, tipo de construção, usos, atividades, habitantes, estados de conservação, topografia (LYNCH, 2011, p. 75). O bairro está intimamente conectado com a evolução e a imagem da cidade, sendo identificado a uma paisagem urbana, ao conteúdo social e presença de funções. Portanto, ele caracteriza-se como sendo uma outra cidade, dentro da cidade (ROSSI, 2001, p. 70)

Esclarecidas estas questões e conceitos, que nos auxiliam na metodologia de análise dos objetos de pesquisa, agora se analisar-se-á os mercados no tempo presente, levando em consideração as definições e métodos levantados nessa introdução ao capítulo.

3.1 O entorno como indicador de mudanças ou permanências

Neste trabalho considera-se relevante para a análise dos objetos como monumentos[20], a observação das transformações no seu entorno, no que diz respeito à sua caracterização no espaço da cidade e a identificação dos elementos que contribuíram para a formação e transformação dos seus significados ao longo do tempo. Estudos históricos de obras arquitetônicos devem "[...] revelar um modo de vida no setor urbano, o tipo de pessoas que o habitam ou transitam por ele, o modo de ocupação dos espaços públicos, em uma palavra, definem as qualidades existenciais do entorno" (WAISMAN, 2013, p. 188). E, complementando, a autora afirma:

> Em nossas cidades, em contínua transformação e rápido ritmo de mudança, a análise histórica não pode deter-se no descobrimento dos tipos, na descrição das mudanças e na interpretação das respectivas causas. O juízo histórico, o significado atribuído a tais tipologias, dependerá da interpretação da problemática urbana correspondente e das pautas que o observador considera positivas para o desenvolvimento da cidade em questão. (WAISMAN, 2013, p. 117)

Utilizando este caminho metodológico, orienta-se, então as questões referentes à tipologia na sua *relação do edifício com o entorno*[21]. Deve-se fazer o juízo histórico dos

[20] WAISMAN, Marina. *O interior da história: historiografia arquitetônica para uso de latino-americanos*. São Paulo: Perspectiva, 2013. P. 12-13.
[21] Id., p. 117.

significados dos objetos, tendo em vista o impacto que as tipologias (formal e funcional) exercem sobre a *imagem* do seu entorno, ou seja, a sua capacidade de destruir ou gerar um entorno adequado para a vida urbana. Não utiliza-se aqui o termo *morfologia urbana*, pois ao contrário das cidades europeias, onde a estrutura das suas cidades formam-se pela presença de monumentos, como igrejas e mercados, associados à topografia da cidade, as nossas cidades desenvolveram-se a partir de sistemas ortogonais definidos. Portanto, utiliza-se o termo *imagem*, para adequar a análise à nossa realidade, onde a presença de monumentos influencia a paisagem do seu entorno (WAISMAN, 2013).

Há de se considerar os aspectos deste entorno a partir da relação entre as funções nele existentes, pois quando um estabelecimento com uma função comercial produz uma centralidade, passa a exercer influência em outros espaços, "obrigando-os" a participar da configuração de uma forte unidade urbana (LEFEBVRE, 1999, p. 21). Este fenômeno acrescenta valor ao local, pois para que ele de fato aconteça, é necessário a presença de outros atrativos, como: a acessibilidade que facilite o movimento dos moradores do local ou das pessoas em trânsito, os aspectos simbólicos da arquitetura do objeto, condições de uso do solo urbano do entorno e a qualidade ou especificidade dos produtos vendidos (VARGAS, 2001). Isto significa dizer que o objeto arquitetônico terá mais valor, de acordo com a sua eficiência como elemento de "identificação e apropriação do entorno"[22].

A análise parte dos espaços dos próprios mercados, que são delimitados pelo seus edifícios, enquanto que os locais de feiras e outras atividades mercantis – que acontecem de forma espontânea nas suas imediações e que apropriam-se do espaço urbano ao redor do mercado – fazem parte da área de influência do mercado (LEAL, 2011). Enquanto as concepções de mundo são projetados no terreno do próprio objeto, no seu entorno a cidade projeta a globalidade da vida social (LEFEVBRE, 1999). Portanto, deve-se considerar as relações entre os objetos e a cidade, a comunidade local e a vida social, para entender a qualidade e identidade das suas condições atuais. Um objeto arquitetônico pode facilitar ou dificultar a vida social e identificação da imagem do seu entorno da seguinte maneira:

> Um tema fundamental a ser considerado, portanto, na preservação da identidade de uma área ou um edifício, é esse conjunto de relações que, definitivamente, são as que marcam o caráter e a identidade do lugar, o modo de uso dos lugares públicos, os modos de vida social, a imagem urbana.
> *A trama urbana* e com ela a estrutura dos espaços públicos, está muito intimamente inscrita nos hábitos e na consciência do cidadão de cada região. Permite-lhe compreender a localização dos volumes no espaço, o caráter geral da estrutura

[22] WAISMAN, Marina. *O interior da história: historiografia arquitetônica para uso de latino-americanos*. São Paulo: Perspectiva, 2013. P. 186.

> urbana, e possibilita-lhe distinguir, a partir de suas variações, a mudança de caráter do bairro ou uma área qualquer; definitivamente, mediante sua compreensão, pode concordar em apropriar-se de uma área urbana com a qual facilmente se sinta identificado (WAISMAN, 2013, p. 192)

Para analisar o entorno dos mercados da pesquisa, utilizou-se a metodologia de delimitação das áreas de polaridade apresentada pelo *Pla Especial d'equipament Comercial Alimentari de Barcelona* (PECAB). Os critérios para a delimitação física, do perímetro da área de influência da polaridade dos mercados são:

- Estabelecimentos comerciais existentes;
- Acessibilidade à zona;
- Espaço para a circulação de pedestres;
- Plano de fachadas das ruas adjacentes;
- Densidade comercial;
- Geração de foco de equipamentos comerciais no entorno que atuam como elementos de atração de consumidores e gera concentração ao seu entorno;

Para isto procurou-se identificar a cidade pela divisão em elementos primários[23] e área residêncial, pois "a união desses elementos (primários) com as áreas em termos de localização e de construção de permanências de plano e de edifícios, [...] constitui um conjunto que é a estrutura física da cidade (ROSSI, 2001). As *atividades fixas* (lojas, escolas, hospitais, edifícios públicos, etc.) foram levantadas por meio de observação das fachadas das ruas de polaridade, no entorno dos mercados. Para analisar o alcance do mercado na estrutura da cidade, bem como quais são os seus principais concorrentes no âmbito dos gêneros alimentícios, foram realizadas entrevistas abertas com clientes que frequentavam os três mercados da pesquisa e moradores dos bairros.

3.1.1 O entorno do mercado da Pedreira

Analisando as entrevistas e a movimentação no entorno do mercado da Pedreira, pode-se considerá-lo um subcentro da cidade. Porém, diferentemente dos centros principais das cidades, onde a centralidade possui um raio de alcance concêntrico, nos subcentros ela assume um caráter longitudinal, na forma de um eixo principal. Isto pode ser uma característica de cidades onde o comércio de abastecimento é distribuído de forma descentralizada pelas suas regiões, como é o caso de Belém. Essa característica também se

[23] "Elementos determinados que funcionam como núcleos de agregação" (ROSSI, 2001, p. 115)

observa no caso de Barcelona, que possui a maior rede de mercados da Europa, onde os perímetros de influência dos mercados situados em bairros mais recentes (final do século XIX e XX) não são concêntricos ao mercado, pela existência de vazios urbanos ou equipamentos e a proximidade de ruas de grande circulação. Na mesma cidade, em áreas consolidadas, onde as tipologias são mais antigas, os perímetros de polaridade estão centrados em relação ao bairro e os mercados ocupam posição central (BARCELONA, 2014, pag. 33).

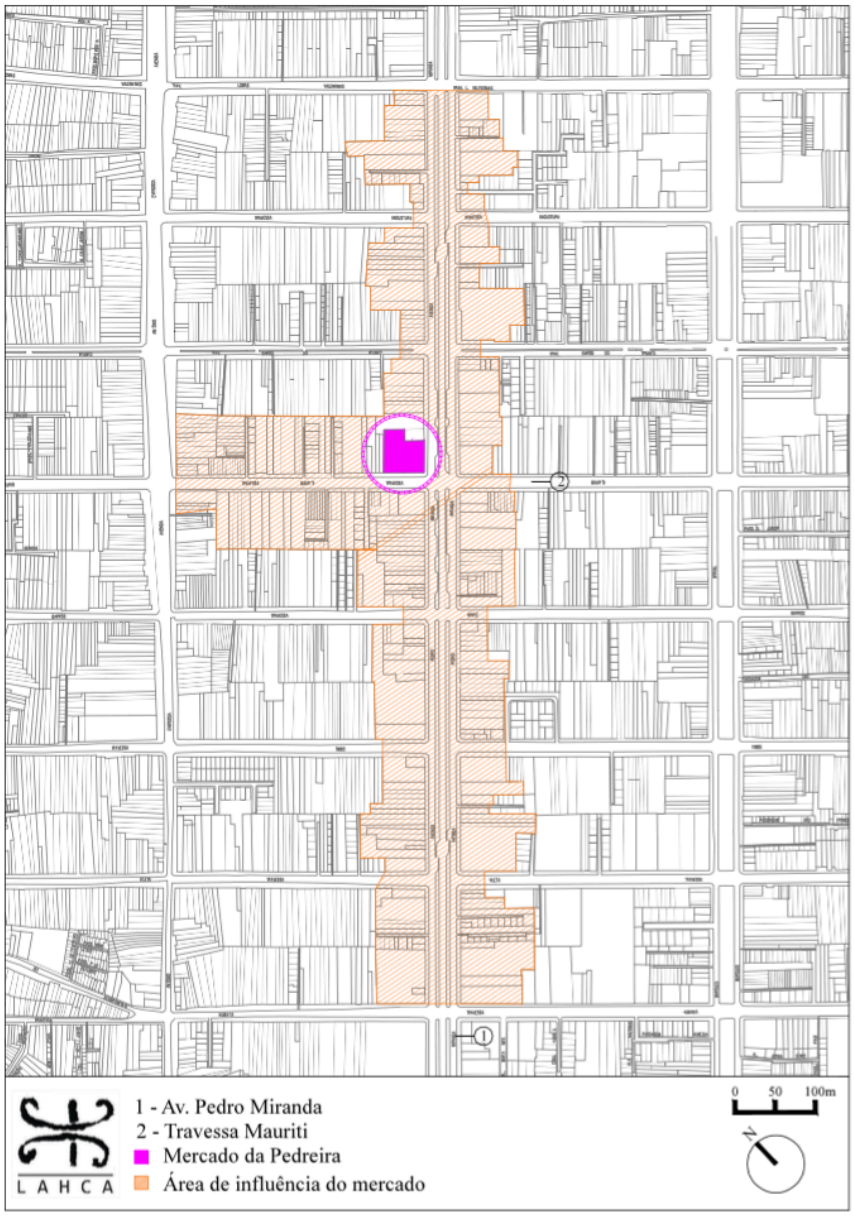
Na Pedreira este eixo segue o sentido da Avenida Pedro Miranda, a qual obteve 85% das indicações como a principal via do bairro pelos entrevistados, e não é muito difícil de identificar o motivo. Basta observar o fluxo de pessoas que transitam nas calçadas da avenida durante a semana para perceber que se trata de uma das avenidas mais movimentadas da cidade (figura 62).

Figura 62 – Fluxo de pessoas na Av. Pedro Miranda.

Fonte: Hélio Santos, 2014.

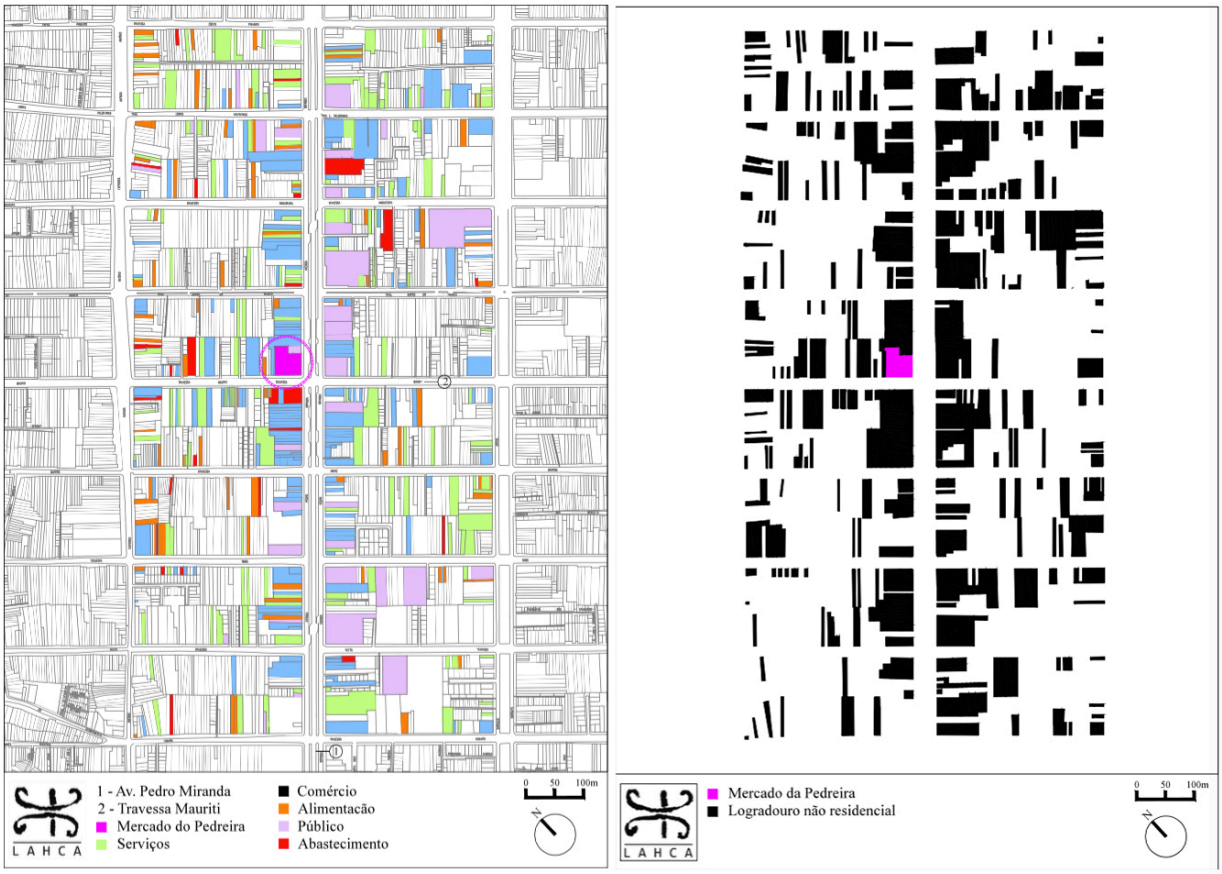
Identificou-se que um dos principais motivos do intenso fluxo de pessoas transitando no local é a facilidade de acesso à via, que tem largas faixas de pistas de mão dupla e é rota de acesso ao centro da cidade, além de ser a via de passagem de várias linhas de ônibus. As pessoas ali são atraídas pelo número de estabelecimentos comerciais, entre outros elementos primários, que estendem-se da Travessa Humaitá, até a Travessa Lomas Valentinas. Completando o perímetro de influência de polaridade do mercado (figura 63), incluímos o trecho da Travessa Mauriti entre a Av. Pedro Miranda e a Passagem Antônio Everdosa. Observa-se que nos arredores da área delimitada pelo perímetro tem uma alta densidade de estabelecimentos de atividades fixas (figura 64 e 65).

Figura 63 – Mapa do bairro da Pedreira, com destaque para o perímetro de influência do mercado.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 64 e 65 – Mapas do bairro da Pedreira, com destaque para a distribuição das funções nos lotes e para a densidade de elementos primários na área, respectivamente.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Analisando os mapas, pode-se notar que a densidade de elementos primários é consideravelmente mais elevada no eixo da Avenida Pedro Miranda e Travessa Mauriti, em comparação com as demais vias no entorno do mercado. Nestes estabelecimentos funcionam lojas, restaurantes, supermercados, mercearias, bancos, igrejas etc. A diversidade de funções cria relações interessantes entre esses espaços como, por exemplo, a saída de um grupo de estudantes de um colégio em direção à lanchonete da esquina como se estivessem em uma praça de alimentação. Ou seja, perde-se a noção de espaço urbano aberto, e cria-se a sensação de estar presente em um único local público. Ao todo foram contabilizados 173 estabelecimentos comerciais, 148 de serviços, 80 de refeições, 35 públicos e 28 de abastecimento.

A oferta de produtos nos pequenos e agregados estabelecimentos comerciais na área, varia entre eletrodomésticos (figura 66), vestuários (figura 67), e algumas lojas especializadas, que vendem de óculos a artigos para bebês (figura 69). No local há também a presença de lojas maiores, de departamento (figura 68) e concessionária de veículos. Esses

estabelecimentos, por serem tão variados e concentrados atuam como elementos de atração de consumidores e aumentam a concentração de pessoas no local. Os seus expositores são posicionados diretamente nas calçadas e as suas portas ficam constantemente abertas, facilitando o livre acesso das pessoas. Eles ocupam toda extensão dos seus andares térreos, deixando aos pavimentos superiores a função residencial. Na maioria dos casos, as lojas ocupam todo o terreno e as suas fachadas são equipadas com toldos e letreiros chamativos, que tentam se destacar em meio a tantos outros. Os estabelecimentos pertencentes ao setor terciário na área, caracterizam-se, geralmente, pelo alinhamento de suas construções com a rua, sem recuos frontais ou afastamentos laterais.

Figura 66, 67, 68 e 69 – Loja de eletrodomésticos, vestuário, de departamento e produtos especializados, respectivamente.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Os estabelecimentos de serviços são outro importante foco de geração de concentração de pessoas no entorno do mercado. Neles são oferecidos serviços que vão desde tradicionais barbearias (figura 70), até loterias (figura 71). É importante destacar as suas características de ocupação do espaço, semelhantes aos estabelecimentos comerciais. Seus edifícios também se abrem completamente às calçadas tornando-se extensões do passeio público, e que recebe suas filas, letreiros e estacionamentos de bicicletas. Também fazem parte do conjunto de

serviços oferecidos no local, clínicas médicas e odontológicas, escritórios de advocacia, salões de beleza, gráficas etc.

Figura 70 e 71 – Barbearia e casa lotérica na Av. Pedro Miranda, respectivamente.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Na sequência destacam-se os estabelecimento de refeições, que possuem um ritmo mais lento no movimento, mas que também se abrem à rua com mesas, grandes aberturas ou bancadas. Entre este tipo de estabelecimento, encontra-se restaurantes (figura 73), bares e casas de açaí (figura 72). As fachadas são equipadas com grandes toldos para proteger os clientes que ficam na calçada, e os seus letreiros podem ficar nesses toldos ou diretamente na calçada, como no caso das casas de açaí.

Figura 72 e 73 – Loja de açaí e restaurante, respectivamente.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Os estabelecimentos de abastecimento de produtos alimentícios, são os locais que mais tiram proveito da centralidade gerada pelo mercado. Isto fica evidente ao acompanhar o movimento das pessoas, que entram e saem do mercado em direção aos açougues (figura 75 e 76), mercearias, banca de vegetais (figura 74) e mercadinhos (figura 77), em edifícios de variados tamanhos, presentes no perímetro de influência do mercado. A diferença apresentada neste caso é a sua interferência indireta na circulação dos pedestres, devido a presença da

função de abastecimento no mercado e nesses estabelecimentos, há a atração de vendedores de produtos alimentícios como carnes (figura 78), frutas e vegetais (figuras 79, 80 e 81), que não possuem lugar no complexo do mercado e, consequentemente, acabam ocupando as calçadas da região com barracas com tendas ou carrinhos de madeira.

Figura 74, 75, 76 e 77 – Estabelecimentos de abastecimento no bairro da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 78, 79, 80 e 81 – Vendedores ambulantes de abastecimento no bairro da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

A unidade urbana na imagem do entorno do mercado é formada por este conjunto de estabelecimentos, e só é quebrada pelos locais públicos presentes na área. Em geral, os estabelecimentos do setor terciário no local não possuem volumes de destaque ou afastamentos no terreno, gerando uma continuidade em suas fachadas. No caso dos locais de uso público – posto de saúde (figura 82), delegacia, templos religiosos (figura 83) e associações de lazer (figura 84) – há uma notável diferenciação na maneira como eles ocupam os lotes. Nestes casos, há afastamentos que provocam descontinuidade desses edifícios com os edifícios vizinhos, recuos da calçada com proteção de cercas e poucas aberturas de acesso, para controlar a entrada de pessoas. Seus volumes são mais diferenciados, sendo compostos por elementos arquitetônicos de diferentes tamanhos, assim como acontece com o edifício do mercado.

Figura 82, 83 e 84 – Posto de saúde, sede da associação Império Pedreirense e um templo religioso no bairro da Pedreira, respectivamente.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Percebe-se, no entorno do mercado, que algumas residências adotam características semelhantes à linguagem do próprio mercado, as quais possuem afastamentos no terreno, telhados aparentes e acessos marcados por arcos (figura 85). Esses podem ser indícios de que a evolução da arquitetura no bairro, se deu junto ao desenvolvimento dos equipamentos urbanos instalados na região, na década de 1930. Outros edifícios da mesma época do mercado com linguagens da época, como a delegacia com elementos em *Art Déco*, também parecem ter influenciado muitas residências no local, com características semelhantes. Não

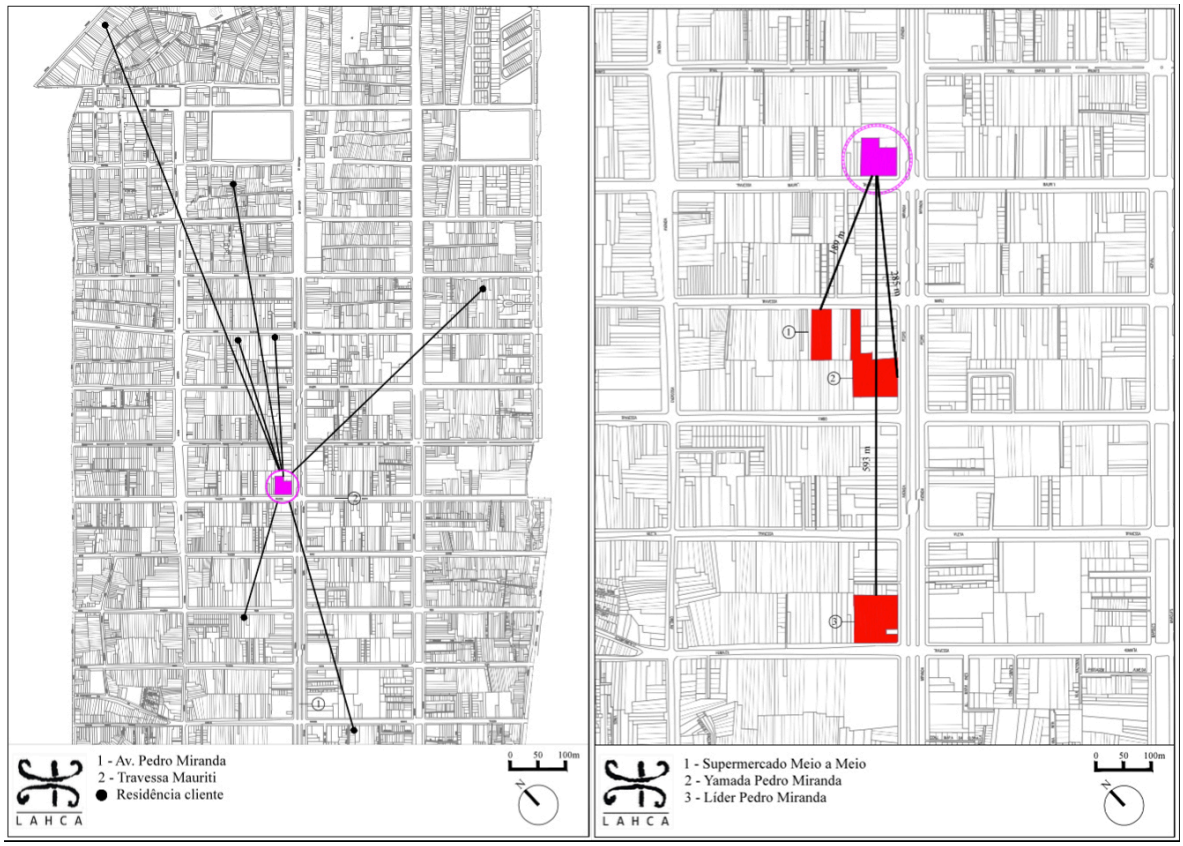
pode-se afirmar que a semelhança física entre estes elementos esteja diretamente relacionada com a presença do mercado, todavia, é notável que o aspecto geral dos edifícios no bairro diferenciam-se das regiões mais antigas da cidade.

Figura 85 – Residência no perímetro de influência do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Para entender os hábitos, tipos de pessoas e o modo de vida no setor, utilizou-se as entrevistas feitas com os clientes do mercado. Estes clientes moram em casas nas vias no próprio bairro (figura 86), percorrem estas distâncias a pé, de ônibus ou de carro, e entendem o ato de comprar no mercado – além de necessário para o abastecimento – como parte de suas rotinas como nos relata, por exemplo, a Dona Maria de Nazaré: “Toda a minha existência, eu me criei aqui na Pedreira. Toda semana eu compro qualquer coisa aqui”. Mas apesar de os clientes do mercado considerarem de médio para alto o fluxo no complexo do mercado, todos dividem as suas compras com os supermercados, que localizam-se no perímetro de influência do mercado (figura 87), com destaque para: o Meio a Meio Paraense (figura 88) à cerca de 190m do mercado, o Yamada da Pedreira (figura 91) à cerca de 285m e o Líder Pedro Miranda (figura 90) à cerca de 590m.

Figura 86 e 87 – Mapas do bairro da Pedreira, com destaque para os locais de residência dos clientes do mercado, e para localização dos supermercados que compartilham os mesmos clientes, respectivamente.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Esses e outros supermercados (figura 147 a 151), presentes dentro do perímetro de influência do mercado, oferecem produtos que complementam as necessidades dos clientes e que não encontram no mercado. O aspecto físico destes estabelecimentos segue o padrão comum de supermercados como "[...] pavilhões, fechados sobre si mesmos, sem nenhum interesse arquitetônico. Aliás, a intenção de seus empreendedores é a de não desviar a atenção dos consumidores para fora do ato de consumo" (VARGAS, 2001, p. 244). No mercado, os clientes entrevistados compram carnes, peixes, frutos do mar, frutas e vegetais, além de produtos especializados que só encontram ali. Essa divisão na demanda dos clientes, entre o mercado e o supermercado, acontece de maneira natural e pode ser entendido da seguinte maneira:

> Aos poucos, as feiras e mercados públicos, principalmente por serem sistemas controlados pela iniciativa pública, que controla e autoriza os tipos de produtos que serão comercializados, foram se especializando no comércio dos artigos de primeira necessidade, como os gêneros alimentícios (RENNÓ, 2006, p. 37)

Figura 88, 89, 90, 91 e 92 – Supermercados no perímetro de influência do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

O aspecto simbólico presente no mercado da Pedreira, se dá por meio da sua função. As pessoas que frequentam o mercado e o seu entorno o percebem através da alta concentração de pessoas e estabelecimentos comerciais ao seu redor, e através do intenso fluxo de carros, bicicletas, motos e ônibus que transitam pela sua esquina. Esta identidade do mercado com o local, facilita a identificação do local como um subcentro da cidade em função, justamente, da centralidade gerada no entorno do mercado. Mas é a própria condição de alta concentração, que cria os maiores problemas no entorno do mercado, como a dificuldade de se caminhar pelas suas calçadas, tendo que se desviar a todo momento de carrinhos e barracas de feirantes, que as ocupam de maneira desordenada, além dos transtornos causados pelo congestionamento no trânsito de veículos.

Outra característica importante da área é o ritmo constante das transformações nos estabelecimentos no entorno do mercado, que a todo momento estão mudando de função. Acredita-se que essa dinâmica observada no perímetro de influência do mercado é positiva para o desenvolvimento da região, pois alimenta a vida social no local. Seria necessário

apenas o acompanhamento constante, por parte dos agentes públicos competentes para ordenar o comércio e o tráfego na área, de modo a facilitar a vida das pessoas que transitam pelo local.

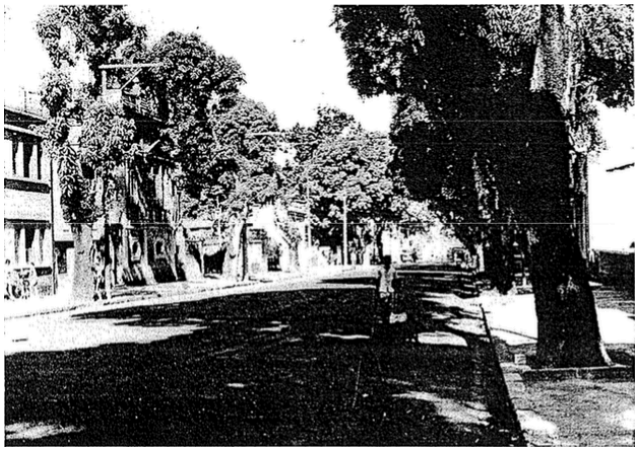
3.1.2 O entorno do mercado do Jurunas

O entorno do mercado do Jurunas possui uma centralidade reduzida, em relação ao mercado da Pedreira. Alguns aspectos históricos contribuíram para que isso acontecesse, como a sua localização no bairro, o perfil dos moradores do local e a própria configuração física do mercado.

O mercado localiza-se nas proximidades do limite entre o bairro do Jurunas e o bairro Batista Campos, os quais são, historicamente, bairros com perfis muito diferentes. Já na década de 1960, a ocupação no bairro Batista Campos estava estabilizada, já existiam ruas arborizadas, casarios no alinhamento das calçadas e vilas residenciais ocupadas por famílias de classe média em geral (PENTEADO, 1968) (figura 93). Já no bairro do Jurunas, as vias possuíam um aspecto mais simples, com pouca infraestrutura e pavimentação e a sua imagem era composta por "barracas" com passarelas ligando-as à ruas (PENTEADO, 1968) (figura 94). Na década de 1970 a área em torno do mercado começa a adquirir o aspecto que possui hoje, como relata o Sr. João Chaves (informação verbal)[24] ao descrever o alcance da infraestrutura na região: "A Roberto Camelier era chamada como Jurunas, e deveria permanecer como Jurunas. Essas outras ruas: Pariquis, Apinagés, Tupinambás eram até aqui mais ou menos", destacando que a "cidade" chegava até a Av. Roberto Camelier, e o restante, na direção da Av. Bernardo Sayão, não possuía infraestrutura urbana adequada.

[24] CHAVES, João Maria. **João Maria Chaves**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital

Figura 93 – Aspecto do bairro Batista Campos na década de 1960.



Fonte: PENTEADO, 1968, p. 301.

Figura 94 – Aspecto do bairro do Jurunas na década de 1960.

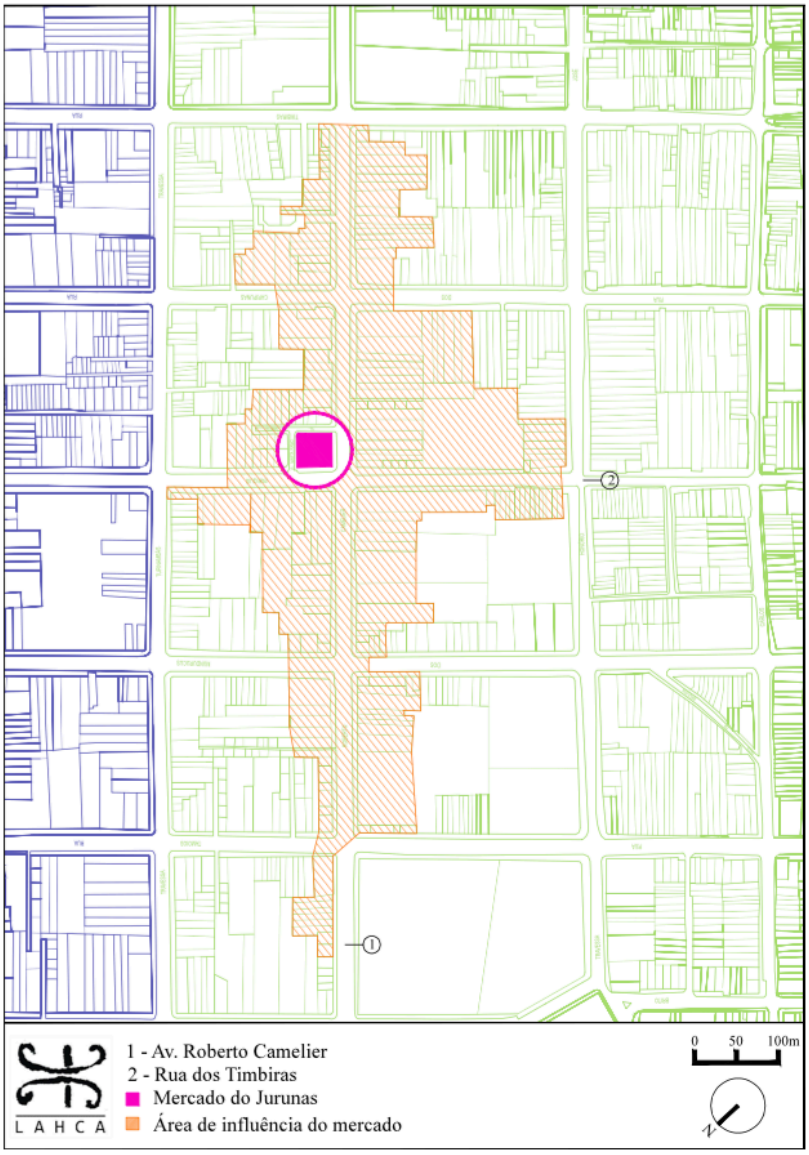
Fonte: PENTEADO, 1968, p. 305.

O perímetro de influência do mercado segue o eixo da Av. Roberto Camelier, entre a Rua dos Timbiras e a Av. Conselheiro Furtado (figura 95, 96 e 97). Os elementos primários na área, estão dispostos de maneira menos densa, mas ainda possuem relações com o mercado, devido à presença de um pequeno polo comercial no seu entorno. Não é de hoje que a área ao redor do mercado é vista como um lugar de destaque no bairro. Indícios como a presença da, já comentada, feira ao redor do mercado, e relatos como: "Aqui eu considero o centro do Jurunas, até ali na Conceição. Da Conselheiro até a Conceição, que agora é a Fernando Guilhon. Aí já pra lá, eles construíram depois, porque ali era a Rádio Clube, ali onde é aquele conjunto (...)" (informação verbal)[25], reforçam esse pensamento (98 e 99). Observa-se que a

[25] DIAS, Marina Miranda. *Marina Miranda Dias*: depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

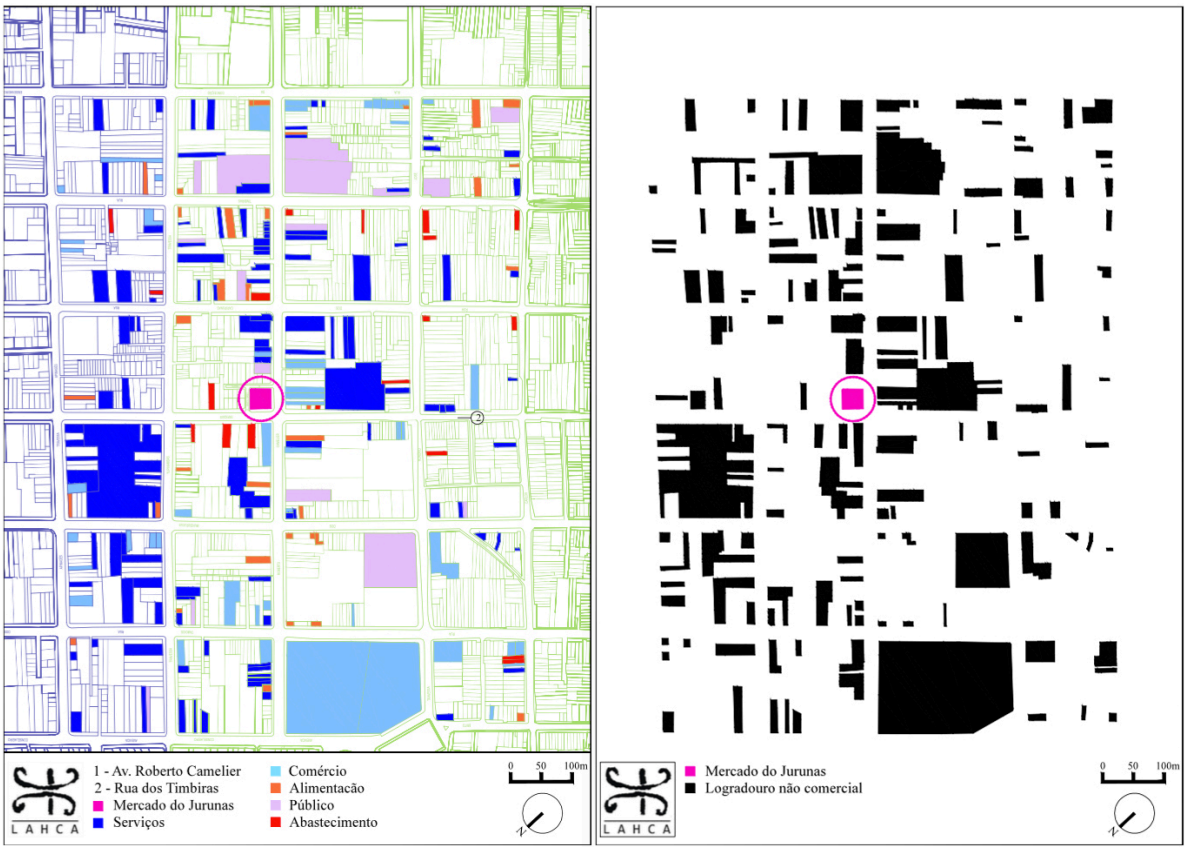
influência do mercado nos outros elementos primários do local, vai até a Rua dos Timbiras, pois quanto mais próximo se está da Av. Fernando Guilhon, mais sente-se a influência da centralidade gerada na via, pela presença do Complexo de Abastecimento do Jurunas e pelo Supermercado Yamada na região.

Figura 95 – Mapa do entorno do mercado do Jurunas, com destaque para o perímetro de influência do mercado.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 96 e 97 – Mapas do bairro do Jurunas, com destaque para a distribuição das funções nos lotes, e para a densidade de elementos primários na área, respectivamente.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 98 e 99 – Fotos da antiga sede da Rádio Clube na Av. Fernando Guilhon e do atual conjunto existente no local, respectivamente.

Fonte: disponível em http://fragmentosdebelem.tumblr.com/post/81676221186, e Hélio Santos, 2015.

Atualmente, a densidade de elementos primários no entorno do mercado é composta, principalmente, por estabelecimentos de serviços, no entanto, nota-se a presença de alguns estabelecimentos comerciais de alimentação, de abastecimento e públicos. Neles funcionam, em sua maioria, estabelecimentos referentes a serviços automobilísticos, algumas mercearias,

igrejas e lojas de vestuários concentrados, principalmente, na Av. Roberto Camelier. Ao todo foram contabilizados 113 estabelecimentos de serviços, 51 comerciais, 36 de alimentação, 18 públicos e 20 de abastecimento. O fluxo de veículos é constante nos dias de semana pelas ruas do entorno do mercado. Já a movimentação de pessoas a pé, concentra-se mais na Av. Roberto Camelier (figura 100), – que atualmente possui um aspecto muito semelhante ao bairro Batista Campos, motivado pela proximidade entre a rua e o bairro – e na Rua dos Mundurucus, por ser uma importante via de acesso aos demais bairros do centro da cidade, e por onde passam diversas linhas de ônibus.

Figura 100 – Aspecto atual do bairro do Jurunas, na Av. Roberto Camelier, próximo ao mercado.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

A concentração de estabelecimentos comerciais é interrompida por residências e conjuntos residenciais (figura 101), sendo os últimos com fachadas de maiores dimensões. A Vila Mata também ocupa uma parcela considerável do entorno imediato do mercado, pois localiza-se diretamente em frente a duas faces do edifício, com acessos pela Rua dos Pariquis e Av. Roberto Camelier (figura 102, 103 e 104). O caráter estritamente residencial destes locais (vilas, casas e conjuntos), dificulta a dinâmica do setor terciário na área, pois tanto a vila quanto os conjuntos residenciais, possuem um caráter de permanência ocasionada pela rigidez da estrutura dos edifícios. Além da condição da vila, de já estar consolidada no local e possuir morfologia singular, o que dificulta a instalação de estabelecimentos do setor terciário nos seus edifícios.

Figura 101 – Vista dos conjunto residenciais no entorno do mercado.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 102, 103 e 104 – Vista da Vila Mata no entorno do mercado.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Todas as casas na vila mantém a função residencial, como na época em que foram construídas, e algumas casas ainda possuem o aspecto original (figura 105, 106 e 107). Alguns entrevistados que residem na vila alegam que a "ilha" formada pelo mercado atrai bandidos, mendigos e outros tipo de visitantes indesejados, pois o espaço criado atrás do mercado é pouco notado por quem passa nas ruas e calçadas do lugar. Um exemplo vem de Dona Marina, que se incomoda com a presença de adolescente, que frequentemente jogam futebol no espaço atrás do mercado, onde antes funcionava a feira coberta.

Figura 105, 106 e 107 – Aspecto das residências na Vila Mata.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Os estabelecimentos comerciais no entorno do mercado (figura 108) oferecem produtos como: peças de veículos, vestuários, artigos para bebês, artigos de decoração, entre outros. Seus edifícios não diferem da disposição comum de pequenos estabelecimentos comerciais, com a ocupação completa do térreo pela loja, e residência no pavimento superior. Preenchem toda testada do lote sem afastamentos, porém não se estendem ao passeio público, pelo contrário, eles são protegidos por grades e portas fechadas. Toldos e letreiros chamativos também são característicos nesses empreendimentos desse entorno.

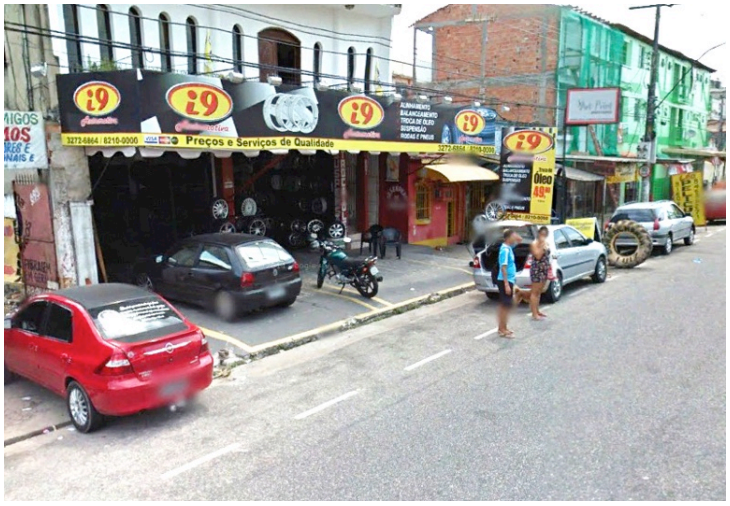
Figura 108 – Concentração de estabelecimentos comerciais em frente ao mercado do Jurunas.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Os estabelecimentos de serviços no local possuem as mesmas características físicas e urbanísticas dos comerciais. Neles funcionam academias, salões de beleza, escritórios (contabilidade, construtoras e arquitetura) e estabelecimentos de serviços automobilísticos

(figura 109) como por exemplo, borracharias, instalação de películas em automóveis, lava-jatos etc.

Figura 109 – Aspecto dos estabelecimentos de serviço na Av. Roberto Camelier, no entorno do mercado do Jurunas.



Fonte: Google Steet View, 2015.

Entre os locais de uso público no entorno do mercado, há a delegacia e templos religiosos de pequena escala, que não interferem tanto na imagem do entorno, como acontece com os outros mercados da pesquisa.

Os estabelecimentos de abastecimento e refeições, muitas vezes se misturam e se espalham no espaço do perímetro de influência do mercado, completando as necessidades que não são ofertadas no espaço do mercado, como lojas de peixes para abastecimento, e lanches, no caso das refeições (figura 110).

Figura 110 – Aspecto dos estabelecimentos de abastecimento e refeições na Av. Roberto Camelier, no entorno do mercado do Jurunas.

Fonte: Google Steet View, 2015.

A região possui uma boa infraestrutura de acessibilidade e as boas condições para os pedestres, com vias e calçadas largas e pavimentadas, com vários pontos de sombreamento. O problema encontrado diz respeito à manutenção e limpeza do passeio público no entorno do mercado (figura 111), no entanto, esta não é uma característica particular do local, visto que esta condição se repete em outras vias dos diversos bairros de Belém.

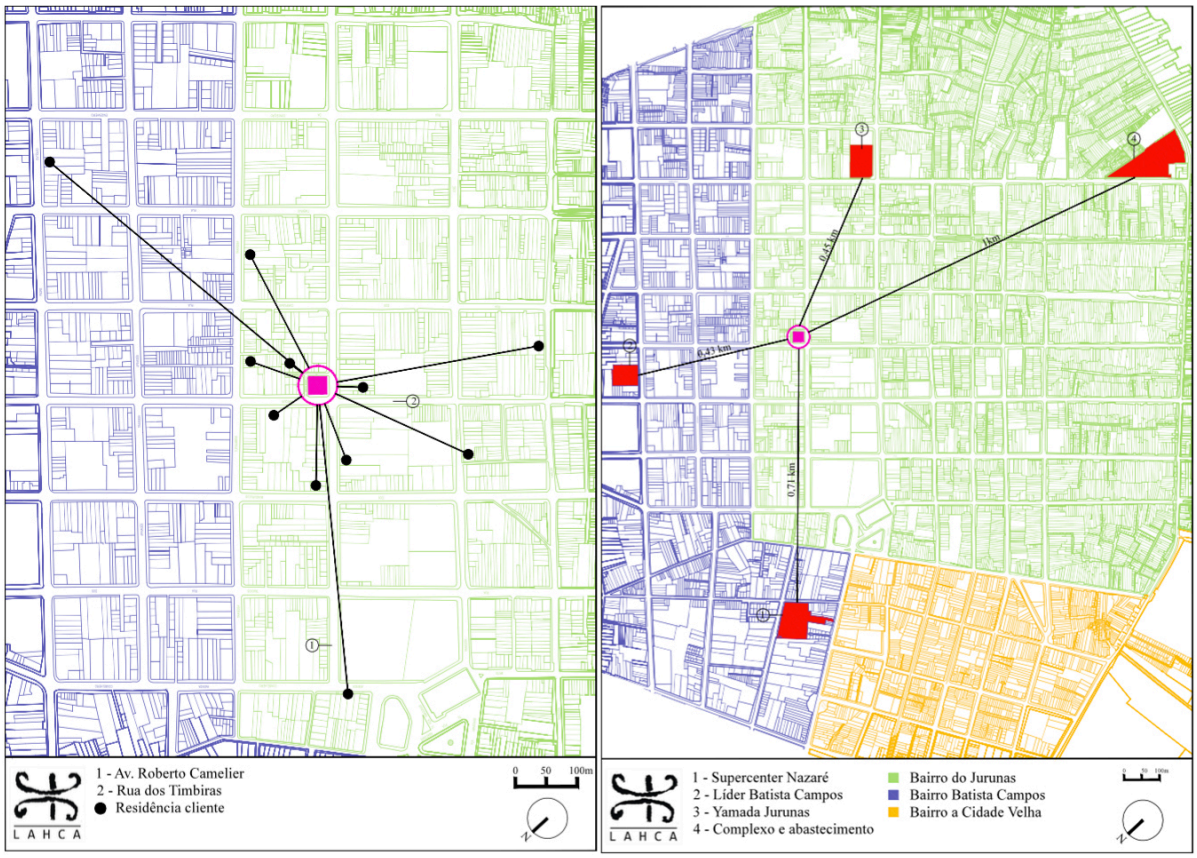
Figura 111 – Aspecto da caçada próxima ao mercado do Jurunas.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Entre as pessoas que frequentam o mercado, 90% moram em suas proximidades, e caminham distâncias a pé (figura 112). Elas vão ao mercado, na sua maioria, a procura de verduras, frutas, frango, carne, refeições e bebidas. É comum os entrevistados chamarem o mercado de "quebra galho", pois fazem as suas compras nos supermercados na região, no complexo de abastecimento do Jurunas (figura 113) e em outros mercados da cidade, como o Ver-o-Peso. A utilização do mercado ocorre mais pela necessidade de itens necessários no dia a dia.

Como o mercado situa-se em uma área de transição entre bairros, dois dos supermercados citados nas entrevistas localizam-se em outros bairros, como o Líder Batista Campos (figura 114), a aproximadamente 470m de distância do mercado e o Supercenter Nazaré (figura 115), a aproximadamente 710m. O Yamada do Jurunas (figura 116) também foi citado como local de compra dos entrevistados, que assim como o complexo de abastecimento do Jurunas (figura 117), localizam-se no próprio bairro, e situam-se a aproximadamente a 450m e 1km de distância do mercado, respectivamente.

Figura 112 e 113 – Mapas do bairro do entorno do mercado do Jurunas, com destaque para os locais de residência dos clientes entrevistados, e para localização dos supermercados que compartilham os mesmos clientes, respectivamente.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 114, 115, 116 e 117 – Supermercados no perímetro de influência do mercado do Jurunas.

Fonte: Hélio Santos, 2014.

Levando em consideração as características do perímetro de influência do mercado e as entrevistas dos moradores e frequentadores do mercado, considerou-se que ele se destaca como ponto de referência no seu entorno imediato. Todos os entrevistados ressaltam a importância da permanência do mercado, tanto por questões estéticas e históricas, quanto pela própria questão do abastecimento na região. Isto porque, esta parte do bairro está distante do principal subcentro do Jurunas, localizado na interseção da Av. Fernando Guilhon com a Av. Bernardo Sayão.

Seria positivo para o desenvolvimento da área, a atuação dos agentes públicos no sentido de atentar para resolver questões como a segurança no local. Relatos como o do Sr. Nivaldo (informação verbal)[26], permissionário do bar do mercado que teve o seu estabelecimento invadido enquanto o mercado estava fechado, indicam esta falta de segurança. Outra questão citada foi a falta de atrativos no mercado, e indicam propostas que possam aumentar o fluxo de pessoas no local como a instalação de uma lotérica ou farmácia no seu edifício, como anteriormente, mas que foi perdida com a demolição de parte do edifício.

3.1.3 O entorno do mercado de Santa Luzia

O entorno do mercado de Santa Luzia possui a menor concentração de elementos primários, entre os três mercados da pesquisa. Entre os processos que contribuíram para este fato, destacam-se as mudanças no perfil dos moradores no bairro do Umarizal. Essas mudanças aconteceram, principalmente, em decorrência dos acontecimentos históricos no cenário imobiliário do bairro. Nos anos 1960, o bairro já era o segundo mais habitado da cidade, com 33.289 habitantes[27], e era considerado um bairro de transição entre o centro da cidade e os bairros da Pedreira, Telégrafo Sem Fio e Sacramenta (PENTEADO, 1960). Na década de 1980, o mercado imobiliário avançou na região e os terrenos onde haviam antigas casas térreas e sobrados passaram a ser ocupados por edifícios em altura:

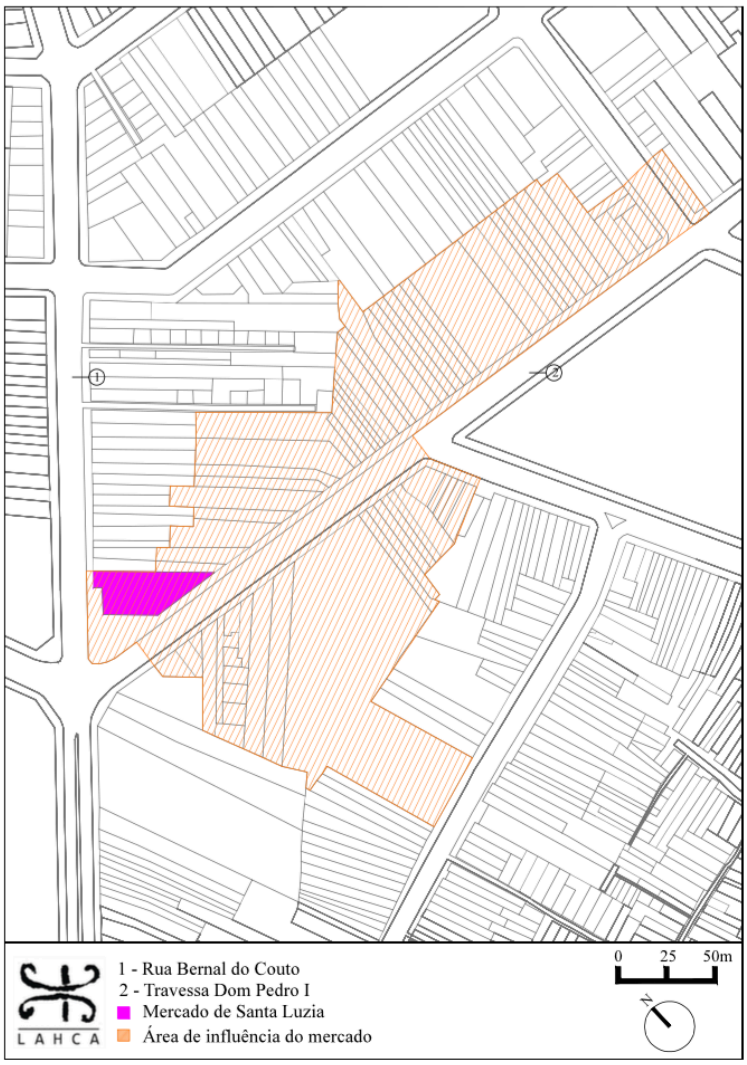
> O avanço do mercado imobiliário para os bairros do Reduto e Umarizal, ocorre, num primeiro momento, de forma gradual e em terrenos situados nas franjas dos bairros centrais, tendo em vista que o mote de venda daqueles empreendimentos ainda destacava o seu grau de acessibilidade em relação aos serviços e amenidades existentes naqueles bairros, e não necessariamente áreas de comércio, serviço, ou qualquer outro tipo de amenidade que agregue valor de uso aos bairros do Umarizal e Reduto. Contudo, à medida em que os lançamentos imobiliários se intensificam no bairro a partir dos anos 1980, tanto o Umarizal quanto o Reduto passam a "dividir"

[26] RODRIGUES, Nivaldo. **Nivaldo Rodrigues**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.
[27] Fonte: IBGE, 2015.

> o posto de bairro mais valorizado da cidade com outros bairros da Primeira Légua Patrimonial, como Nazaré, Batista Campos e Campina (VENTURA NETO, 2011, p. 91)

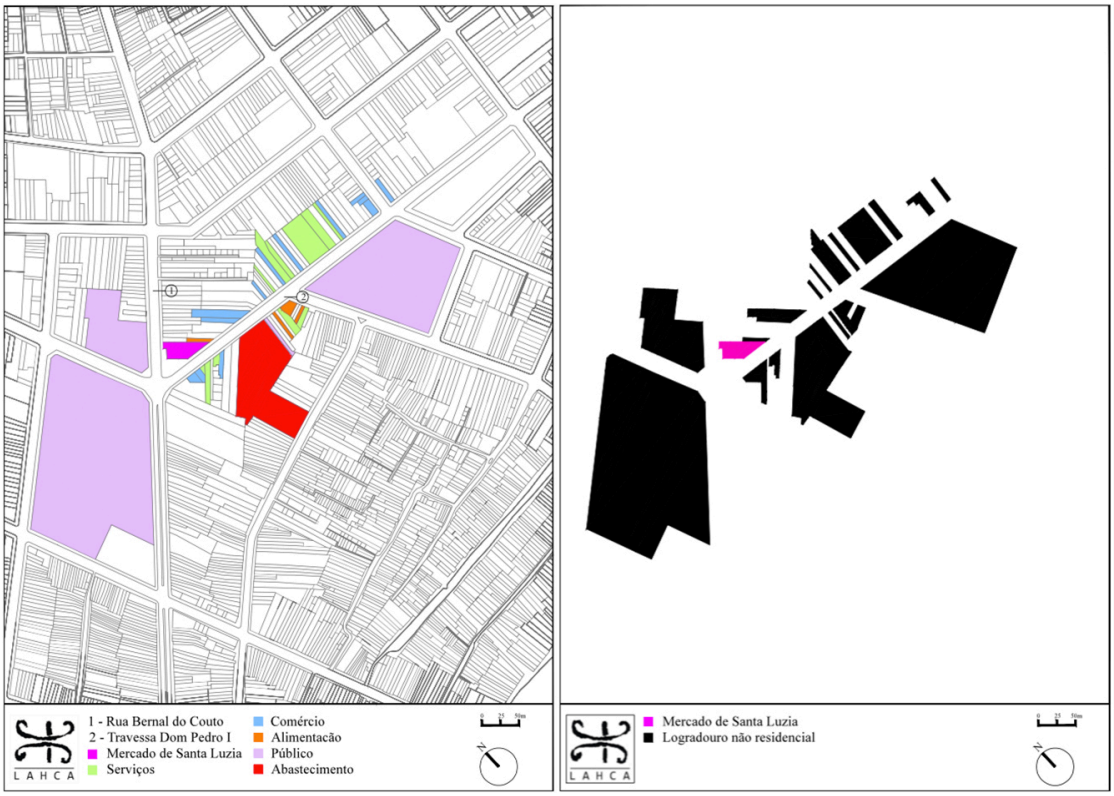
Estas mudanças trouxeram moradores com hábitos de consumo diferentes ao bairro, por se tratarem de pessoas com maior poder aquisitivo do que os primeiros habitantes. Os novos moradores da área passaram a comprar os seus produtos de primeira necessidade quase que exclusivamente, nos diversos supermercados da região. Aqueles que continuam frequentando a área do mercado, estão geralmente a procura de farinha ou lanches, na feira de Santa Luzia. Portanto, o perímetro de influência do mercado (figura 118) segue apenas o eixo da Rua Jerônimo Pimentel, até a praça Brasil. A densidade dos elementos primários no entorno do mercado (figura 119 e 120), é composta por algumas lojas, restaurantes, clínicas, salões de beleza, entre outros. A concentração desses estabelecimentos é limitada, por estar cercada por grandes espaços ocupados pela Santa Casa, Hospital Militar e Praça Brasil.

Figura 118 – Mapa do entorno do mercado de Santa Luzia, em destaque o perímetro de influência do mercado.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 119 e 120 – Mapas do bairro do Jurunas, com destaque para a distribuição das funções nos lotes, e para a densidade de elementos primários na área, respectivamente.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Analisando a área, percebe-se que a o trecho da Rua Dom Pedro I que vai do mercado à praça Brasil, possui uma pequena concentração de elementos primários. Possivelmente eles sejam atraídos mais pela presença do supermercado Líder próximo ao mercado, do que pelo mercado em si, visto que ao longo do dia o mercado atrai poucos clientes ao local, enquanto que a movimentação de pessoas no supermercado é constante. Porém, como o supermercado fora possivelmente atraído ao local pela presença do antigo mercado, na época em que ele ainda atraia consumidores, essas polaridades se misturam e se invertem ao longo do tempo, como normalmente ocorre com estabelecimentos comerciais próximos um do outro.

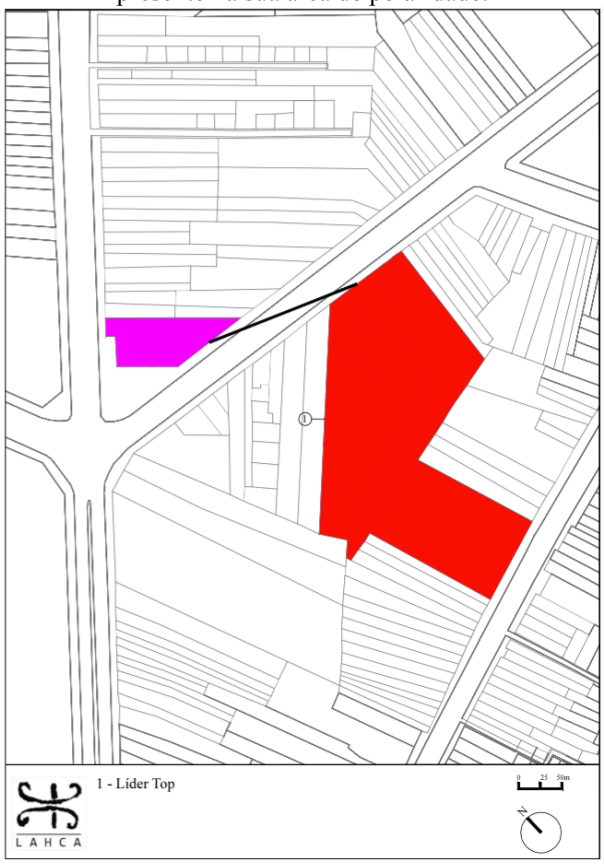
Entre os estabelecimentos contabilizados no entorno do mercado, encontram-se apenas 13 estabelecimentos comerciais, que ofertam desde vestuários até produtos de jogos eletrônicos (figura 123), 11 de serviços que vão desde escritórios de advocacia, até salões de beleza (figura 121 e 124) e 4 locais de alimentação. Localizam-se nos parte do térreo de seus edifícios, ocupados por residências nos pavimentos superiores, sem afastamentos laterais e alinhados à calçada, porém sem ocupar faixas do passeio como ocorre nos centros e sub-centros comerciais. E como local de abastecimento apenas o supermercado Líder, que

localiza-se a aproximadamente 70 metros do mercado (figura 125 e 126). Poucos vendedores ambulantes transitam pelo local vendendo frutas (figura 122) e vegetais em carrinhos de madeira.

Figura 121, 122, 123 e 124 – Fotos da presença de atividades primárias no entorno do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 125 – Mapa do entorno do mercado de Santa Luzia com destaque para localização do supermercado presente na sua área de polaridade.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 126 – Supermercado Líder no entorno do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

As entrevistas revelaram um fato interessante que pode ajudar a entender as transformações na área, que levaram o declínio na utilização do mercado. As maioria das pessoas que transitam pelas proximidades do mercado, apenas frequentam a área a trabalho, enquanto que suas residências estão localizadas em outros bairros da cidade. Dos 10 entrevistados no mercado, apenas 4 moram no bairro, enquanto os outros 6 moram em bairros afastados da cidade, como Guamá, Barreiro, Sacramenta e até em outra cidade como Ananindeua. Esta pode ser a razão da presença de tantas barracas de lanches (figura 127) e paradas de ônibus (figura 128 e 129) no local, contrastando com o mercado vazio. Esta é uma condição de alguns edifícios construídos em épocas passadas, para os quais a função parece não ter mais significado para o local, pois como afirma Waisman:

> Não só o edifício a ser tratado pode ter perdido sua utilidade para a função inicialmente desempenhada, mas essa função pode ter desaparecido; além disso, o próprio significado do edifício mudou; e mais, com certeza mudou a escala, o ritmo da vida urbana, o papel da área onde está inserido em relação ao conjunto da cidade e mudaram as técnicas construtivas nos edifícios que agora o rodeiam (WAISMAN, 2013, p. 195)

Figura 127, 128 e 129 – Barraca de lanche e paradas de ônibus no entorno do mercado de Santa Luzia, respectivamente.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

No caso do mercado de Santa Luzia o fluxo intenso de veículos nas vias do entorno do mercado, a movimentação de pessoas gerada pelas paradas de ônibus no local, ou o fluxo gerado pelo hospital da Santa Casa, geram mais influência no local do que o próprio mercado. O edifício do mercado faz parte deste sistema de elementos de atração ao local.

Atualmente, o mercado ainda funciona como um ponto de referência físico na área. Nas entrevistas, o valor simbólico do edifício ainda é reconhecido para os seus usuários. Isto nos leva a crer que se agentes públicos, que atuam sobre o antigo mercado entenderem estas condições que levaram ao declínio de suas atividades, novas propostas mais adequadas a sua atual condição poderão ser planejadas. Para isto, é preciso compreender a demanda e os novos hábitos de consumo da sociedade no local, porque o edifício do mercado ainda pode ser utilizado como local de abastecimento, se estas condições não forem ignoradas.

No bairro do Umarizal encontram-se boutiques de carnes, feiras de produtos orgânicos, entre outros espaços de abastecimento, que possuem um perfil menos popular, mas que têm grande demanda na região, e que poderiam ser um caminho para uma nova proposta de intervenção no mercado.

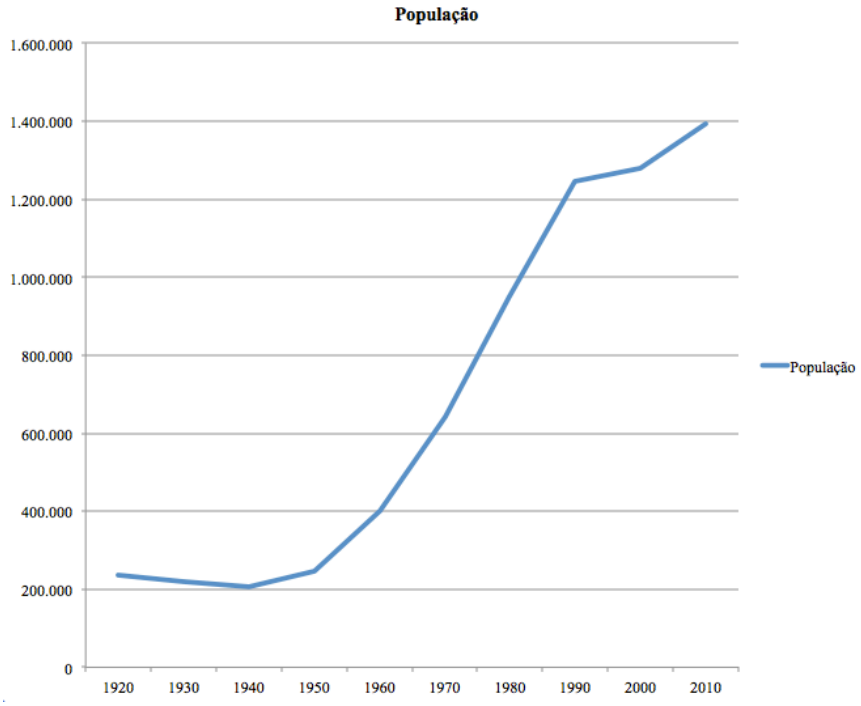
3.2 A evolução da cidade e a permanência dos mercados

A análise das condições atuais dos edifícios dos três mercados foi realizada por meio de entrevistas com clientes e vendedores, registros em jornais, análise fotográfica e observação dos seus locais. Não há registro ou acompanhamento das modificações realizadas nos edifícios dos mercados por parte do poder municipal. Na SECON não há um histórico detalhado dos projetos e reformas realizados nos prédios dos mercados, apenas um sucinto informativo. As conclusões alcançadas nesta pesquisa se deram por meio dos relatos daqueles que utilizam os mercados, associados às evidências físicas encontradas nos próprios edifícios.

Desde a inauguração do mercado da Pedreira em 1940, a cidade de Belém cresceu e se modificou. A maneira como se deu a evolução no tempo de cada bairro teve impacto na vitalidade de cada mercado e, consequentemente, ocorreram transformações em seus respectivos edifícios em resposta à essas mudanças.

O censo da cidade no ano de 1940 realizado pelo IBGE, apontava para uma ocupação de 206.331 de habitantes, dado que mostra uma redução da população de mais de 30 mil habitantes, pois no censo realizado no ano de 1920 a população de Belém era de 236.402 habitantes. Esta fato se deu em virtude da estagnação econômica da região, após o declínio das vendas do látex e antecedente à Segunda Guerra Mundial, justamente o período de construção dos objetos da pesquisa. Já a partir da década de 1950 nota-se um crescimento exponencial da população da cidade, até atingir o número de 1.393.399 habitantes em 2010 (gráfico 1 e quadro 1).

Gráfico 1– Crescimento populacional de Belém de 1920 a 2010.



Fonte: IBGE, 2015.

Quadro 1– Crescimento populacional de Belém de 1920 a 2010.

ANO	HAB
1920	**236.402**
1940	**206.331**
1950	**244.949**
1960	**402.170**
1970	**642.514**
1980	**949.545**
1990	**1.244.688**
2000	**1.280.614**
2010	**1.393.399**

Fonte: IBGE, 2015.

Neste período os mercados permaneceram com sua função, mas tiveram que se adaptar às novas características dos moradores dos seus arredores, e aos novos hábitos dos seus consumidores. A partir da década de 1970 proliferam os supermercados em Belém, um exemplo deste fato é a da data de criação da Associação Paraense de Supermercadistas (ASPAS) no ano de 1977[28]. Este intenso crescimento urbano em Belém na segunda metade do século XX, aconteceu no início do século na Europa, e teve a seguinte consequência na construção de mercados públicos:

[28] Informação retirada do website oficial da ASPAS: http://www.aspas.com.br/site/default.asp

> De todas formas, no puede interpretarse la tercera generación de mercados europeos como un período de difusión de la misma intensidad que las dos generaciones anteriores. Buena parte de las nuevas construcciones fueron exclusivamente de mercados de distrito al por menor y, en consecuencia, de un sistema de mercados repartidos que acompañase el intenso crecimiento urbano que se produjo en el primer siglo XX (GUÀRDIA & OYÓN, 2010, p. 61)

Em Belém, depois dos anos 1950 não há notícias da construção de muitos mercados, pois como o seu crescimento urbano se deu tardiamente em relação à cidades europeias, a população da cidade já estava gradativamente dividindo as suas compras com outros estabelecimentos comerciais. Anteriormente o mercado e as feiras eram os lugares, quase que exclusivos, para o abastecimento da população. Todavia, a permanência dos mercados públicos como importantes equipamentos de abastecimento, nos indica que ainda há público para este tipo de comércio mais tradicional. Para entender essas relações entre diferentes formas de consumo, em diferentes estabelecimentos, deve-se atentar para que:

> Atualmente, tanto formatos antigos como feiras-livres e os mercados públicos quanto os supermercados, que surgiram no Brasil apenas na década de 50, convivem no espaço urbano de uma metrópole brasileira. Assim, tomando como corpus um centro comercial de uma cidade como São Paulo, é possível analisar diacrônica e sincronicamente objetos como os mercados públicos e os supermercados como pontua Ferrara (1986: 122), para estudar a cidade deve-se compreender tanto a história quanto seu uso urbano atual, de modo a compreender a organização de cada um deles em suas relações de troca e relações do público com o espaço que se apresenta (RENNÓ, 2006, p. 14)

Em Belém essas relações de troca em espaços públicos, atualmente, conta com dezoito estabelecimentos em funcionamento (Quadro 2), que abrigam 1.720 permissionários em diversos bairros e distritos da cidade, sob a administração municipal. Muitos desses mercados também pertencem ao passado, datando do final século XIX até a década de 1960, coincidindo, não por acaso, com a chegada dos supermercados. O último exemplo da tradicional tipologia de mercados cobertos construído em Belém, foi o da Bandeira Branca em 1965, no bairro do Marco. Após esse período, o que se percebe é o maior desenvolvimento de feiras livres e a introdução do tipo de *complexo de abastecimento* no contexto comercial da cidade.

Quadro 2 – Quantidade de permissionários nos mercados de Belém.

FEIRAS/MERCADOS MUNICIPAIS		TOTAL DE FEIRANTE
1	BANDEIRA BRANCA	25
2	BENGUÍ	72
3	CARANANDUBA	7
4	COMP. DO GUAMÁ	356
5	COMP. DO JURUNAS	321
6	COMP. DE SÃO BRAZ	289
7	CHAPÉU VIRADO	22
8	FERRO (PEIXE)	90
9	FCº BOLONHA	113
10	ICOARACI	122
11	JURUNAS (Jururuninha)	17
12	MARAMBAIA	14
13	MOSQUEIRO (VILA)	46
14	PEDREIRA	57
15	PORTO DO SAL	32
16	SANTA LUZIA	17
17	SÃO JOÃO DO BRUNO	23
18	TERRA FIRME	97
TOTAL		1.720

Fonte: IBGE, 2015.

Estes espaços comerciais se diferenciam dos mercados tradicionais tanto na sua organização espacial, quanto no seu funcionamento. As feiras livres em Belém se diferenciam em relação a outras cidades brasileira da seguinte maneira:

> As feiras livres na capital paraense têm uma dinâmica de formação e funcionamento bastante diferente das feiras espalhadas pelas demais regiões brasileiras. A formação histórica, o sistema de funcionamento, a forma de ocupação espacial, bem como a localização geográfica, são elementos que fazem das feiras livres belenenses verdadeiros espaços diferenciados, tipicamente, locais e únicos (MEDEIROS, 2010, p. 60)

As feiras em Belém "localizadas nas vias públicas (ruas) da cidade acompanharam o recente processo de estruturação urbana que tem ocorrido em Belém, nos últimos cinquenta anos" (MEDEIROS, 2010, p. 62), como acontece na feira da Batista Campos (figura 130), na travessa Doutor Moraes, atrás do cemitério da Soledade. No momento em que estas feiras se consolidam e atingem grandes dimensões, provocando transtornos no seu entorno, a prefeitura inicia a ordenação de seus permissionários em grandes estabelecimentos de estrutura metálica de livre acesso pelas laterais, denominados de complexos de abastecimento como, por exemplo, o complexo da 25 de Setembro. Exemplos de complexos de abastecimento podem ser encontrado nos bairros onde se localizam os mercados estudos nesse trabalho, influenciando diretamente na intensidade de fluxo nos mercados estudados tanto para mais, quanto para menos.

Fotografia 130– Feira livre da Batista Campos, na travessa Doutor Moraes.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Atualmente em Belém os espaços públicos de abastecimento são administrados pela SECON. Na secretaria existe um departamento específico que trata dos mercados públicos: o Departamento de Feiras, Mercados, e Portos (DFMP). Cada mercado conta com um administrador e um corpo de apoio administrativo e operacional que está diretamente ligado à diretoria de mercados e horto mercados. Existe, ainda, um conjunto de decretos de leis que regulamentam o planejamento, coordenação e fiscalização dos mercados e feiras na cidade. É a Lei Municipal 7.981/99 que dispõe sobre a administração de mercados públicos e feiras livres do Município de Belém e os decretos-lei: 26.579/99 referente às feiras, 26.580/94 referente aos mercados e hortifrutigranjeiros, e 39.326/01, que trata especificamente do mercado do Ver-o-Peso.

O código de posturas do município de Belém (lei 7.055/77), também dispõe sobre atividades relacionadas à feiras e mercados em logradouros públicos. Nele observa-se a seguinte definição: "Mercado é o estabelecimento público, sob administração e fiscalização do governo municipal, destinado à venda de carne, peixe ou mariscos, gêneros alimentícios em geral e produtos de pequena indústria, agrícola, extrativa ou artesanal" (BELÉM, 2003, p. 23). Cabe ao DFMP a concessão e fiscalização dos permissionários que trabalham nos mercados, e o levantamento de dados estatísticos referentes ao produtos alimentícios comercializados em locais públicos, pertencentes ao município[29]. As diretrizes para a construção e reforma dos mercados públicos, são tomadas dentro do departamento técnico da

[29] Fonte: site da PMB, disponível em http://<ww3.belem.pa.gov.br>, acesso em 25.05.2015

SECON, que conta com uma equipe formada por arquitetos e engenheiros. Algumas informações neste capítulo foram fornecidos pela SECON, porém os dados sobre os permissionários estão em constante atualização pela secretaria, portanto algumas precisaram ser verificadas durante a pesquisa. Porém, as informações que se referem a outros mercados não foram verificadas, porque os mesmos não fazem parte deste trabalho.

3.2.1 Mercado da Pedreira

Entre reformas e ampliações nos três edifícios do mercado da Pedreira, alguns detalhes foram retirados, enquanto outros foram incluídos, porém a falta de registro destas reformas por parte da prefeitura, torna difícil o acompanhamento de datas. O mercado sempre contou com um alto fluxo de pessoas, o que o caracteriza como objeto de maior vitalidade entre os três pesquisados. E foi justamente esta alta demanda que exigiu as principais ampliações no seu espaço.

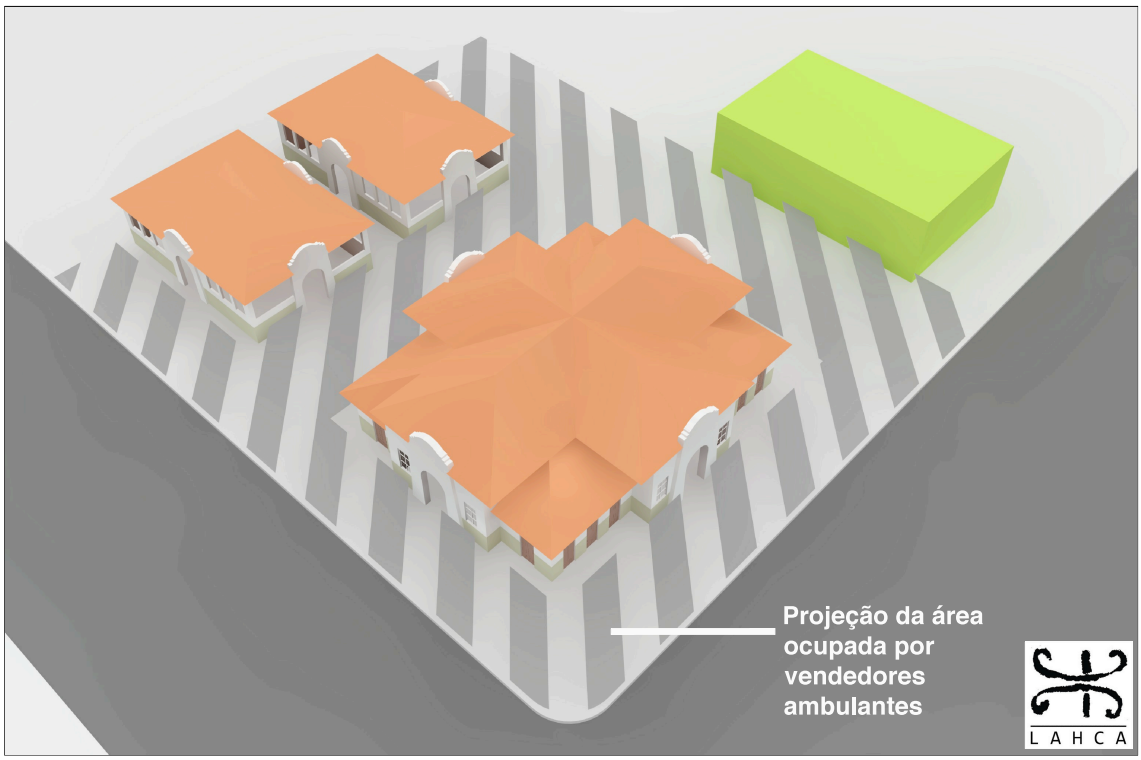
A primeira reforma que se tem notícia no mercado, é uma requalificação das suas instalações executadas em 1976[30]. Em 1990, ano em que completou 50 anos, o mercado passou por uma reforma geral motivada pela deterioração de suas dependências, em consequência da carência de limpeza e falta de reparos (outros mercados passaram pelo mesmo processo de recuperação no mesmo ano). Esta reforma passou pelos seguintes processos: recuperação da cobertura dos três edifícios, incluindo a substituição das telhas e calhas; instalação de um novo forro; serviços em suas redes elétricas e hidráulicas; reforço da fundação do anexo de vísceras; reconstrução dos talhos, cujos mármores foram trocados; troca do revestimento das paredes dos boxes e talhos; pintura das paredes – neste momento o mercado abrigava 20 permissionários nos talhos de carnes, 24 nos de peixes, 19 de vísceras e 10 de caranguejos[31].

Em 2004, o mercado passou pela sua intervenção mais significativa em que foi executada a ampliação que lhe deixou com o aspecto atual. O intenso comércio realizado nas calçadas adjacentes ao mercado, assim como nos espaços entre os seus três edifícios dificultava o fluxo na área (figura 131). Uma matéria publicada no momento da reforma deu destaque à situação da feira livre: “A feira anexa ao mercado sofreu um processo continuado de desfiguração e de ocupação desordenada ao longo dos anos” (REFORMA..., 2004, p. 3).

---

[30] MERCADO municipal da Pedreira passa por reforma geral. **O Liberal,** Belém, 1990, p. 4, 15 mar. 1990.
[31] Fonte: DFMP; SECON.

Figura 131 – Implantação do comércio ambulante ao redor do mercado da Pedreira.



Fonte: LAHCA, 2015.

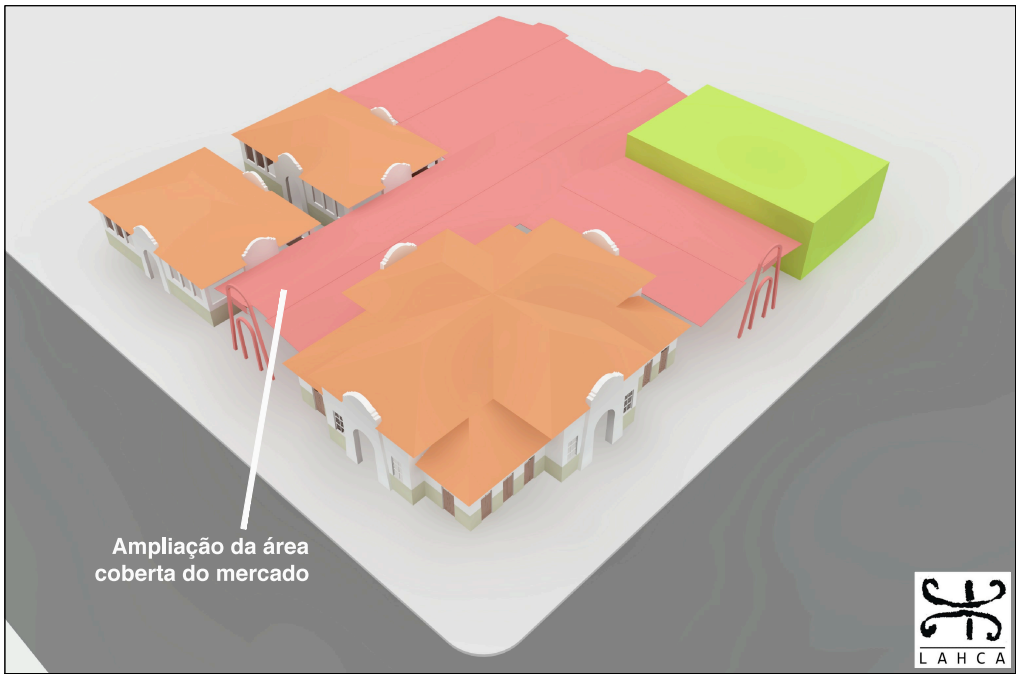
Ainda de acordo com a reportagem, após a ampliação o mercado passaria a abrigar 243 permissionários, distribuídos em: 16 talhos no mercado de carne (quatro a menos que na reforma anterior), e os mesmos 24 de peixe e 19 de vísceras. Na reforma o três edifícios tiveram os seus telhados refeitos, devido ao desgaste sofrido ao longo do tempo. Houve também a reforma dos pisos, pintura, instalações elétricas e hidráulicas, e equipamento de vendas (figura 132). O restante dos permissionários foram distribuídos em boxes na área interna do lote, entre os edifícios, construídos com estrutura metálica e cobertura com telhas cerâmicas (figura 133, 134 e 135).

Figura 132, 133, 134 e 135 – Reportagens que mostram a reinauguração do mercado.

Fonte: jornal Diário do Pará, 03.10.2004.

A nova cobertura se estendeu pelo afastamento lateral entre o prédio principal e os prédios anexos, o afastamento entre o prédio principal e a delegacia na avenida Pedro Miranda, até os fundos do terreno (figura 136). O acesso à feira foi marcado com duas estruturas em ferro, pintadas na cor verde (figura 137 e 138) e locadas tanto na Avenida Pedro Miranda, quanto na travessa Mauriti, ambas servindo também como proteção com portões e grades para melhorar a segurança no local, quando o mercado não estivesse aberto.

Figura 136 – Implantação da ampliação do mercado da Pedreira.



Fonte: LAHCA, 2015.

Figura 137 e 138– Reportagens que mostram o novo aspecto do mercado.

Fonte: jornal Diário do Pará, 03.10.2004.

A última grande intervenção no conjunto do mercado não foi uma modificação na estrutura do mercado em si, mas se trata-se da aquisição, por parte da PMB, do edifício de um antigo estabelecimento comercial na esquina oposta ao mercado, para a adaptação de um novo complexo de abastecimento no local, no recente ano de 2013. Incluímos este acontecimento na análise, pois o complexo é tratado, dentro da SECON, como parte do conjunto do mercado

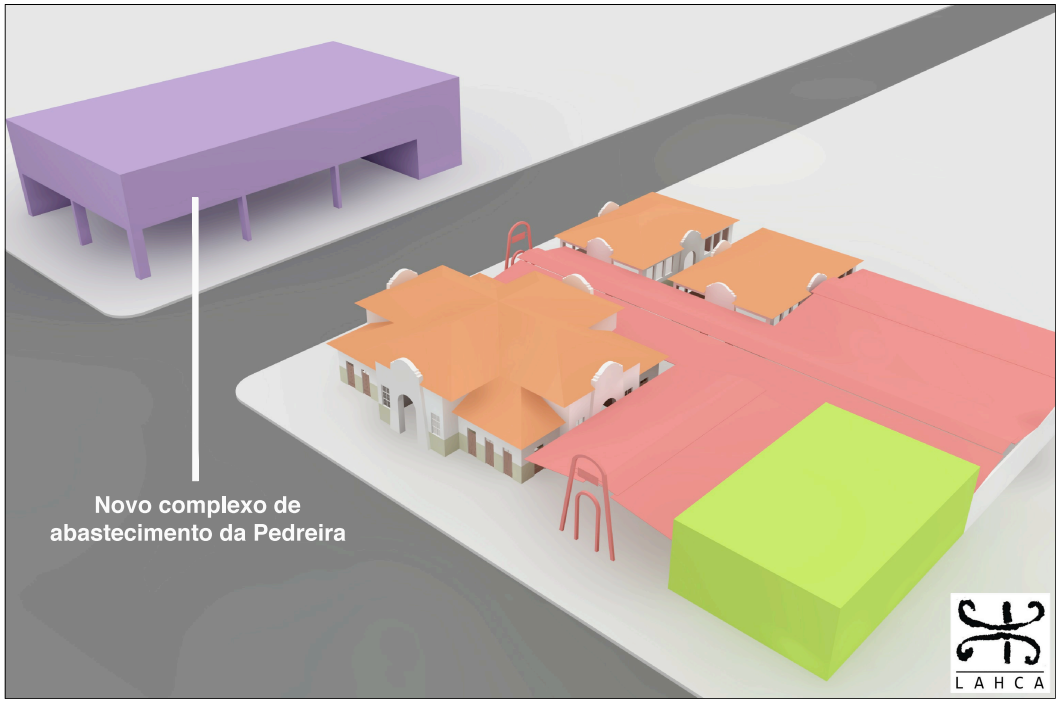
da Pedreira, além do fato de que a sua existência só se deu em resposta ao contínuo crescimento da demanda por abastecimento do próprio mercado.

Apesar da ampliação anterior ter acontecido em menos de 10 anos, ainda era grande quantidade de vendedores do lado de fora do mercado, cujas barracas obstruíam as calçadas e dificultavam o fluxo de veículos no local. Esta situação é evidenciada na seguinte reportagem:

> "Com pouco espaço, alguns feirantes colocam suas barracas no próprio asfalto. O espaço é menor ainda para pedestres, que enfrentam dificuldades para circular pela área. Em outubro, a prefeitura de Belém se comprometeu a entregar um novo espaço ainda no mês de dezembro, localizado na avenida Pedro Miranda" (FEIRANTES..., 2013)

O edifício escolhido para abrigar o complexo era ocupado anteriormente pela Casa do Bife. Na década de 1970, a Casa do Bife tinha estabelecimentos distribuídos por diversos bairros de Belém, incluindo o referido ponto em frente ao mercado (figura 139, 140 e 141). Depois da reforma o edifício passou a abrigar 230 permissionários, organizados em boxes com estrutura metálica e base em alvenaria (figura 142), onde vende-se produtos que vão desde hortifrutigranjeiros até produtos industrializados[32]. Suas fachadas permitem livre acesso às calçadas, e a sua volumetria é bem simples (figura 143), conforme são os diversos complexos de abastecimento em Belém.

Figura 139 – Localização do novo complexo da Pedreira em relação ao mercado.



Fonte: LAHCA, 2015.

[32] Fonte: DFMP; SECON.

Figura 140 e 141 – Casa do Bife em 1976, e uma propaganda da casa do Bife de 1977.

Fonte <www.nostalgiabelem.com>, acesso em 20.07.2015

Figura 142 – Vista interna do complexo de abastecimento da pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 143 – Vista externa do complexo de abastecimento da pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Atualmente os três prédios originais do mercado de 1940, abrigam um total de 57 permissionários[33]. No edifício principal concentra-se a comercialização de carne bovina, mais lojas de produtos industrializados. A configuração dos boxes segue a original (figura 144), porém algumas bancadas de talhos foram substituídas por expositores refrigerados, para melhorar a higiene na exposição dos produtos (figura 145 e 146). Quatro boxes internos foram transformados em lojas, onde agora são vendidos vestuários e produtos industrializados (figura 147). As lojas externas foram equipadas com toldos de proteção solar e os seus expositores são postos diretamente na calçada, encobrindo seus acessos originais, quando estão em funcionamento (figura 148).

Figura 144 – Planta baixa com a atual setorização do prédio principal do mercado da Pedreira.

Fonte: LAHCA, 2014.

[33] Fonte: DFMP; SECON.

Figura 145 e 146 – Interior do prédio principal do mercado da Pedreira

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 147 – Vista interna das lojas do prédio principal do mercado da Pedreira

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 148 – Vista externa de uma loja do prédio principal do mercado da Pedreira

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Entre as mudanças mais significativas na fachada original do edifício principal, pode-se identificar a retirada do antigo beiral em estrutura de madeira, e telhas cerâmicas que protegia os seus acessos principais (figura 149). As aberturas de janelas que orginalmente eram de madeira e vidro, estão fechadas com alvenaria restando apenas pequenos vestígios de

sua existência. Os portões de madeira em meia altura foram substituídos por grades de ferro, assim como são todas as outras aberturas do edifício visando dar mais segurança quando o mercado estiver fechado.

Figura 149 – Detalhe das modificações na fachada do mercado da Pedreira (original e atual, respectivamente).

Fonte: Hélio Santos, 2013.

O anexo de vísceras é caracterizado por ter acesso direto à calçada da travessa Mauriti. Ele conta atualmente com 20 talhos locados para 13 permissionários, com distribuição conforme a quadro 3, porém todos os talhos são ocupados pelos mesmos proprietários, que muitas das vezes possuem mais de um equipamento. A configuração original dos talhos não foram alteradas, porém durante as muitas reformas pelas quais o mercado passou, foram substituídos os revestimentos originais. As bancadas dos talhos são em marmorite, com a base de alvenaria e revestimento cerâmico (figura 150 e 151). As suas fachadas permanecem similares às originais, porém tiveram as suas aberturas fechadas com grades de ferro, e o seu antigo portão de madeira em meia altura também foi substituído por um de ferro (figura 152).

Quadro 3 – Equipamentos e permissionários do prédio anexo de vísceras do mercado da Pedreira.

ATIVIDADE	PERMISSIONÁRIOS	EQUIPAMENTOS
	CADASTRADOS	TALHO
CARNE SUÍNA	2	2
FRANGO ABATIDO	3	3
VISCERAS	6	13
CAMARÃO FRESCO	2	2
T O T A L	**13**	**20**

Fonte: SECON, 2013.

Figura 150 e 151 – Vistas internas do prédio anexo, de vísceras, do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 152 – Vista externa do prédio anexo, de vísceras, do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Assim como o anexo de vísceras, o de peixes permanece em pleno funcionamento, e o seu aspecto físico ainda é similar ao original. Nele são distribuídos 22 permissionários distribuídos conforme a quadro 4. As suas aberturas também foram protegidas com grades de ferro e os seus talhos são similares aos talhos do outro anexo (figura 153 e 154).

Quadro 4 – Equipamentos e permissionários do prédio anexo de peixes do mercado da Pedreira.

ATIVIDADE	PERMISSIONÁRIOS	EQUIPAMENTOS	
	CADAST	BOX	TALHO
HORTIGRANJEIRO	2	2	
PEIXE FRESCO	20		20
TOTAL	**22**	**2**	**20**

Fonte: SECON, 2013.

Figura 153 e 154– Vista interna do prédio anexo, de peixes, do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

A área interna do mercado é o espaço mais ocupado por permissionários, constando 175 no total (quadro 5). A distribuição de produtos oferecidos é bem variada, e vai desde hortigranjeiros até produtos industrializados que são vendidos em seus boxes metálicos (figura 155), ou em boxes de alvenaria (figura 156). O fluxo neste espaço do mercado é bastante elevado devido a esta grande oferta. Observa-se nele, por exemplo, uma pessoa que se deslocou do Jurunas, de ônibus, apenas para comprar um xarope.

Quadro 5 – Equipamentos e permissionários da área interna do mercado da Pedreira.

ATIVIDADE	PERMISSIONÁRIOS	EQUIPAMENTOS			
	CADAST	BARRACA	BOX	ESTRADO	TANQUE
HORTIGRANJEIRO	35	40			
INDUSTRIALIZADO	73		77		
LANCHES	12		13		
REFEIÇÃO	9		9		
MERCEARIA	11		11		
FARINHA	3			4	
ART. UMBANDA	4		4		
ERVAS MEDICINAIS	7		7		
CAMARÃO/PEIXE SEC	11		11		
CARANGUEJO	10				10
DEPÓSITO			3		
TOTAL	**175**	**40**	**135**	**4**	**10**
		189			

Fonte: SECON, 2013.

Figura 155 e 156– Vistas da área interna do mercado da Pedreira.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

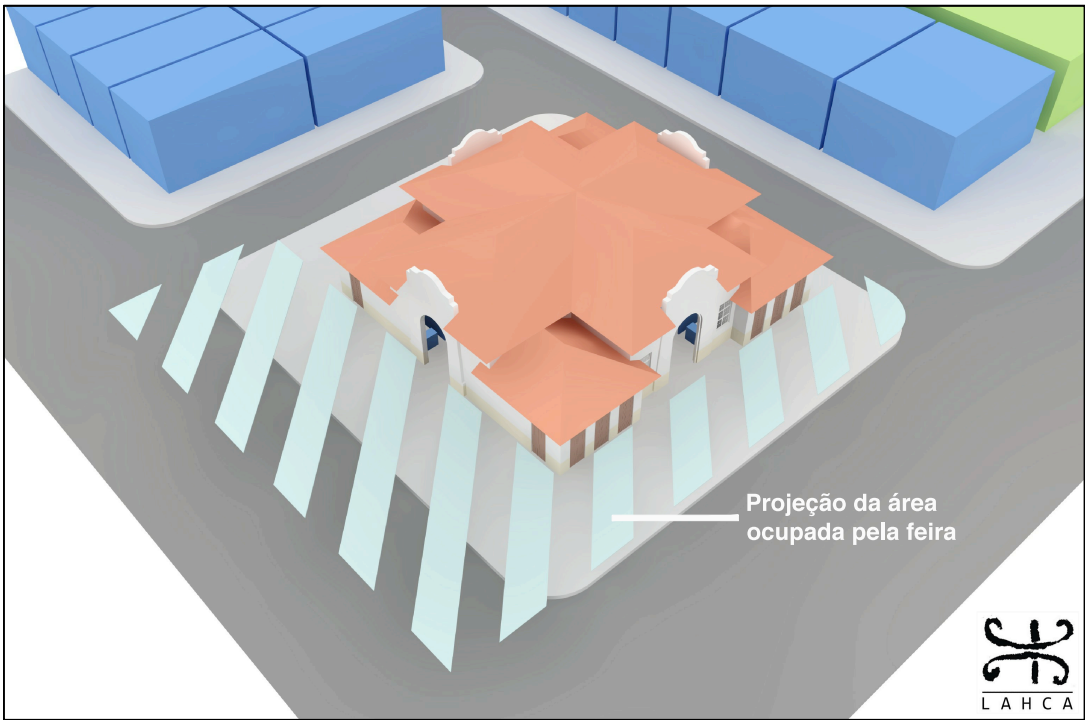
3.2.2 Mercado do Jurunas

O mercado do jurunas foi o que passou por mudanças mais significativas na sua forma física, entre os três mercados da pesquisa. Para entender os processos que ocasionaram essas transformações em seu edifício, utilizou-se o auxílio de entrevistas junto à análise dos vestígios remanescentes no local. No momento da sua inauguração, o mercado ocupava isoladamente o terreno delimitado por quatro vias, e voltada para cada via havia uma fachada, todas semelhantes. Porém, com o passar do tempo, assim como aconteceu no mercado da Pedreira, o fluxo de pessoas atraídas ao local pelo mercado gerou uma polaridade naquela área que, consequentemente, atraiu outros vendedores no seu entorno. A remoção de uma das quatro fachadas do edifício está diretamente ligada a estes acontecimentos.

Moradora da Vila Mata, Dona Marina relata (informação verbal)[34] que quando chegou ao Jurunas, em 1964, a feira ocupava apenas rua dos Pariquis e que com o tempo passou a ocupar a av. Roberto Camelier (figura 157). Enquanto funcionava na Pariquis, a feira ocupava parte da rua como acontece em diversas feiras ainda existentes em Belém. Isto era possível até a década de 1970, pois o tráfego de veículos não era tão intenso no local. Seu Edmilson, permissionário que trabalha a mais de 30 anos no mercado, relata (informação verbal)[35] que ao redor do mercado a feira funcionava em barracas, onde somente verduras eram vendidas, enquanto que a carne, peixes e vísceras eram comercializadas dentro do mercado.

[34] DIAS, Marina Miranda. **Marina Miranda Dias**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.
[35] SOUZA, Edmilson Nonato Pinto de. **Edmilson Nonato Pinto de Souza**: [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.

Figura 157 – Implantação da área onde funcionava a feira, ao redor do mercado do Jurunas.



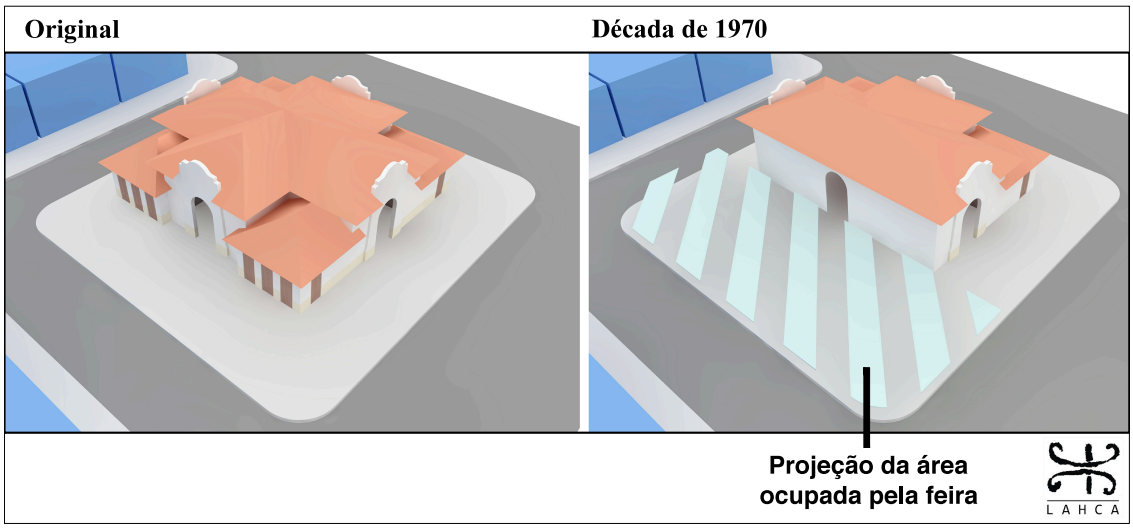
Fonte: Hélio Santos, 2015.

Na década de 1970 a feira passou a ocupar parte do mercado, em frente a Vila Mata, do lado oposto à Av. Roberto Camelier. Para a implantação da feira no local (figura 90), foi necessário a demolição de parte do mercado modificando a sua aparência e, assim, gerando um grande impacto visual. Com a ocasião da derrubada de parte do edifício, foi perdida a simetria característica da linguagem do mercado nas fachadas da rua dos Pariquis e a outra fachada oposta. Na SECON não há registro dessas modificações realizadas no edifício, nem placas com registro de datas no local. Esta informação foi apurada durante as entrevistas, como no relato de Dona Marina:

> Porque aqui *(apontando para o espaço atrás do mercado)* era igual isso aqui *(apontando para o espaço do bar)*. Como aqui tem o bar e tem aquela loja do descartável, aqui tinha um. Desse lado era do mesmo jeito, onde tem esse calçadão, era uma loja da Cobal, e lá do outro lado era um posto da Para Elétrica. [...] Derrubaram pra fazer isso aí, pra fazer a feira coberta, que agora não tem mais nada. Antes era igualzinho e derrubaram pra fazer a feira coberta (informação verbal)[36]

[36] DIAS, Marina Miranda. *Marina Miranda Dias*: depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

Figura 158 – Implantação da área onde funcionava a feira, ao redor do mercado do Jurunas.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

O idealizador da mudança foi João Chaves (morador da Vila Mata), como o próprio assume em entrevista: "Eu aqui montei uma feira coberta. Consegui dinheiro lá em cima pra montar aqui. Já tem mais de vinte anos. E era toda ela coberta mas acontece que infestava de bandido" (informação verbal)[37], outros moradores confirmam esta versão. Alguns vestígios da antiga fachada demolida ainda podem ser percebidos no local, como o próprio espaço vazio entre a rua e o mercado (figura 160), ou as peças da cobertura ainda inclinadas, indicando uma possível mudança de direção, onde hoje a cobertura passa direto (figura 159).

Figura 159 – Foto da estrutura da cobertura do mercado do Jurunas, com destaque para as peças inclinadas.

[37] CHAVES, João Maria. **João Maria Chaves**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital

Fonte: Hélio Santos, 2013.

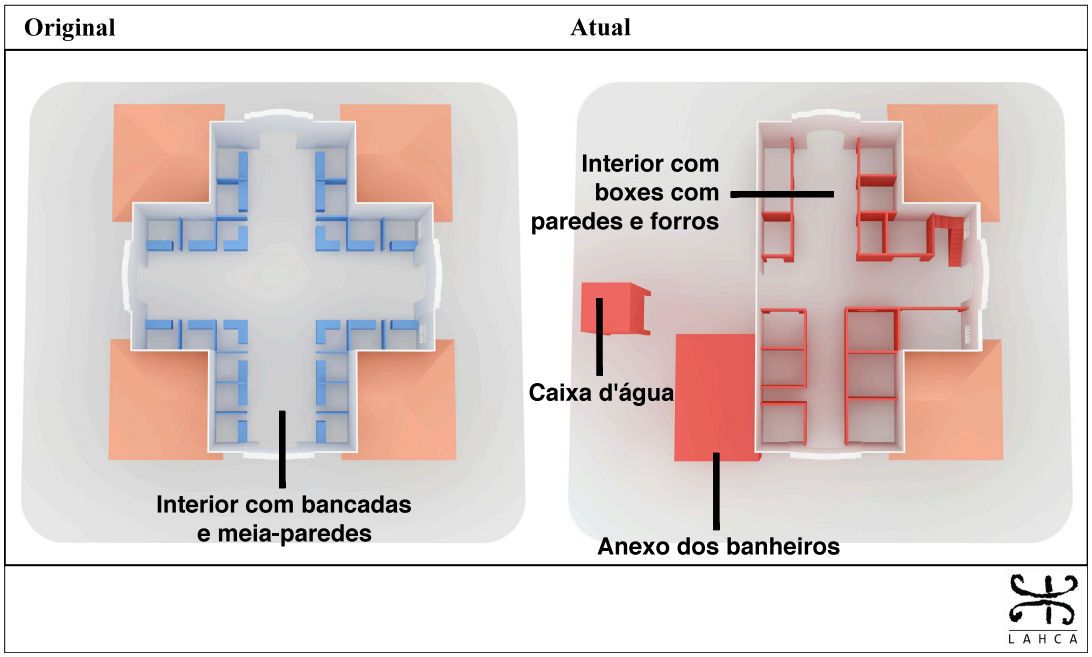
Contudo, a partir do momento em que a feira coberta é passada para o local, o consumidor do bairro já passava gradativamente a fazer suas compras nos supermercados próximos, culminando na sua desativação. O mercado também sofreu com a mudança de intensidade de clientes com o consequente esvaziamento de seus boxes. Os dois permissionários da feira que ainda resistiram passaram para dentro do mercado, ocupando os lugares vazios dentro do mercado. Atualmente, só resta uma caixa d'água e um anexo para banheiros no espaço da antiga feira (figura 161).

Figura 160 e 161 – Fotos do espaço vazio deixado pela demolição de parte do mercado, com destaque para as o anexo do banheiro.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Por dentro, o mercado também teve o seu aspecto alterado. Os antigos boxes com bancadas e meia-paredes de separação, foram sendo adaptados pelos permissionários, assumindo características de lojas com paredes de separação, forros e portas de ferro para a segurança (figura 162). Alguns boxes possuem janelas com bancadas para atender os clientes, enquanto outros são abertos com a possibilidade do cliente entrar no boxe para escolher o produto ou até mesmo fazer uma refeição (figuras 163, 164, 165, 166 e 167). Ainda na parte interna do mercado, uma escada foi construída para dar acesso ao forro de algumas lojas, de onde se tem uma visão panorâmica do interior do edifício, facilitando a fiscalização do administrador do mercado (figura 168).

Figura 162 – Representação gráfica das adaptações feitas no mercado do Jurunas.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 163, 164, 165, 166 e 167 – Vistas dos boxes do mercado do Jurunas.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 168 – Vistas da escada do mercado do Jurunas.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Apesar de não mais possuir o mesmo ritmo de outros tempos, o mercado continua atraindo consumidores para os estabelecimentos que ainda estão ocupados. Atualmente o mercado conta com 17 permissionários que ocupam 18 dos 19 equipamentos no local, sendo divididos em 3 de hortigranjeiros, 3 de industrializados, 1 de lanche, 3 de refeições, 1 mercearia, 2 de farinha, 1 de serviço, 1 de carne bovina, 1 de frango e 1 de peixe[38]. Pela manhã, o movimento é relativamente bom de clientes a procura de produtos de abastecimento. Em geral estes clientes moram próximo ao mercado, a distâncias que possam ser percorridas a pé, e têm um perfil mais tradicional de consumo por se tratarem de pessoas com mais de 50 anos em média, segundo pesquisa feita com os vendedores e clientes que compravam lá. Os próprios vendedores apontam para este aspectos dos seus clientes os indicando os indicando como: "pessoas aposentadas, que fazem fiado, o pessoal aqui de perto, o pessoal aí da vila" (informação verbal)[39].

O bar da esquina do mercado (figura 169) administrado pelo seu Nivaldo e sua mãe, é um ponto de referência no mercado, pois segundo relatos dos entrevistados, atrai pessoas de várias partes do bairro e adjacências, de diferentes classes sociais – entre desempregados e militares – mas que apesar de ser um polo do movimento que ajuda na vitalidade do local, gera um certo desconforto aos moradores da Vila Mata, devido ao barulho incessante entre conversas de futebol, assuntos do noticiário etc. Os outros clientes que frequentam o mercado vão na hora do almoço, para fazer refeições pois trabalham ali perto. A maioria dos clientes

[38] Fonte: DFMP; SECON
[39] SOUZA, Edmilson Nonato Pinto de. **Edmilson Nonato Pinto de Souza**: [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.

entrevistados, assumem que fazem as compras do mês nos supermercados mais próximos, e que frequentam outros mercados, em geral o Ver-o-Peso, ambos por causa do preço. O próprios vendedores do mercado relataram que compram os seus produtos no Ver-o-Peso para revender no mercado, indicando que apesar do preço e da não utilização de cartão de crédito, as pessoas continuam utilizando o mercado devido à distância, comodidade ou costume.

Figura 169 – Clientes do bar da esquina do Mercado.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

3.2.3 Mercado de Santa Luzia

Entre os três mercados da pesquisa, o mercado de Santa Luzia foi o que apresentou mais dificuldade para levantar material histórico e fatos que pudessem nos indicar as causas de seu atual estado de abandono. Os entrevistados apesar de muito tempo trabalhando ou frequentando o mercado, não sabiam muito da sua história. Para fazer a sua análise utilizou-se as informações contidas em reportagens, evidências no edifício e relatos dos permissionários.

Desde a sua inauguração o mercado passou por poucas mudanças, nenhuma que tenha alterado significativamente o seu aspecto. Ao ser questionado sobre as mudanças pelas quais o mercado passou ao longo do tempo, um dos permissionários mais antigos do mercado, Manuel Trindade (Seu Mimi), foi enfático em sua resposta "Aqui não mudou praticamente nada, continua a mesma coisa" (informação verbal)[40]. Entre estas poucas mudanças pelas quais o mercado passou, houve a construção de um santuário (figura 170) para Santa Luzia padroeira do local, como homenagem dos permissionários no ano de 1965 (figura 171).

[40] JESUS, Manuel Trindade de. **Manuel Trindade de Jesus**: depoimento [dez. 2013]. Entrevistadores: C. Chaves e H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

Figura 170 – Vista do Santuário no interior do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 171 – Placa de inauguração do santuário.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Encontrou-se relatos de duas reformas executadas no mercado. De acordo com uma matéria publicada no jornal O Liberal a primeira aconteceu em 1986[41] (figura 172), e na reportagem já há imagem da feira de Santa Luzia ocupando o largo em frente ao mercado (figura 173 e 174). Dona Clarisse, que trabalha na feira desde 1964, relata que a mesma sempre existiu naquele local, e que mais recentemente houve uma tentativa frustrada de ocupar o mercado pelos feirantes: "nós já trabalhamos lá dentro mais não deu certo"

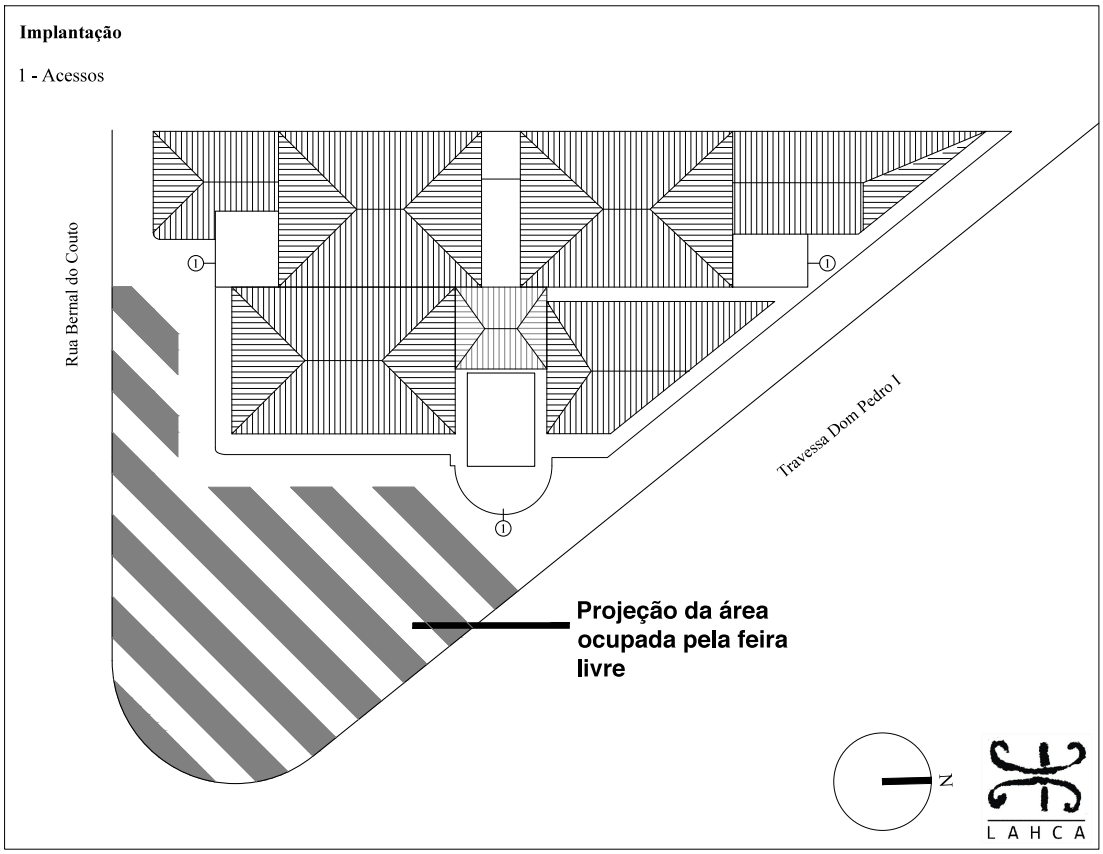
[41] MERCADO de Santa Luzia. **O liberal**, Belém, p. 6, 6 jul. 1987.

(informação verbal)[42]. A outra reforma no mercado aconteceu no ano de 1990, conforme indica a placa de inauguração no local (figura 175)

Figura 172 e 173 – Reportagem com fotos da reforma do mercado de Santa Luzia.

Fonte: jornal O Liberal, 06.07.1987.

Figura 174 – Implantação da área onde funciona a feira de Santa Luzia.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

[42] OLIVEIRA, Clarisse Ferreira Sousa de. **Clarisse Ferreira Sousa de Oliveira:** depoimento [dez. 2013]. Entrevistadores: C. Chaves e H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

Figura 175 – Placa da reforma geral no mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

De acordo com a reportagem de 1987, o mercado ainda está com as suas esquadrias originais em madeira, isto pode ser uma indicação que as instalação das grades e portas externas de ferro só foram instaladas nas reformas seguintes. Em alguma dessas reformas, também foram retirados os boxes de um dos salões principais do mercado que hoje encontra-se desocupado (figura 176). Os boxes que permaneceram no volume do acesso principal do mercado, também encontram-se desocupados (figura 177 e 178), restando apenas o salão que tem acesso à rua Bernal do Couto que possuí alguns boxes onde vende-se lanches. Este cenário não é muito favorável para a continuação do mercado com a função de abastecimento, mas antes de chegar a esta conclusão é necessário compreender os motivos que o levaram a esta situação.

Figura 176 – Vista interna do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Figura 177 e 178 – Vista interna do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2013.

Enquanto a feira tem um fluxo relativo de pessoas que vão buscar principalmente farinha e lanches, que são as especialidades do local (figura 179, 180, 181 e 182), no mercado percebe-se pouquíssimo movimento, onde alguns permissionários vendem seus produtos em boxes improvisados. Seu Mimi, um dos vendedores mais antigos da feira, explica (informação verbal)[43] que o movimento dentro do mercado começou a cair nos anos de 1990, durante o gestão do prefeito Hélio Gueiros, e que na década de 1970 havia uma vitalidade no estabelecimento, onde se vendia de tudo. Enquanto os entrevistados justificam as quedas nas vendas do mercado exclusivamente à presença dos supermercados na região, entendemos que as justificativas para este fato vão além.

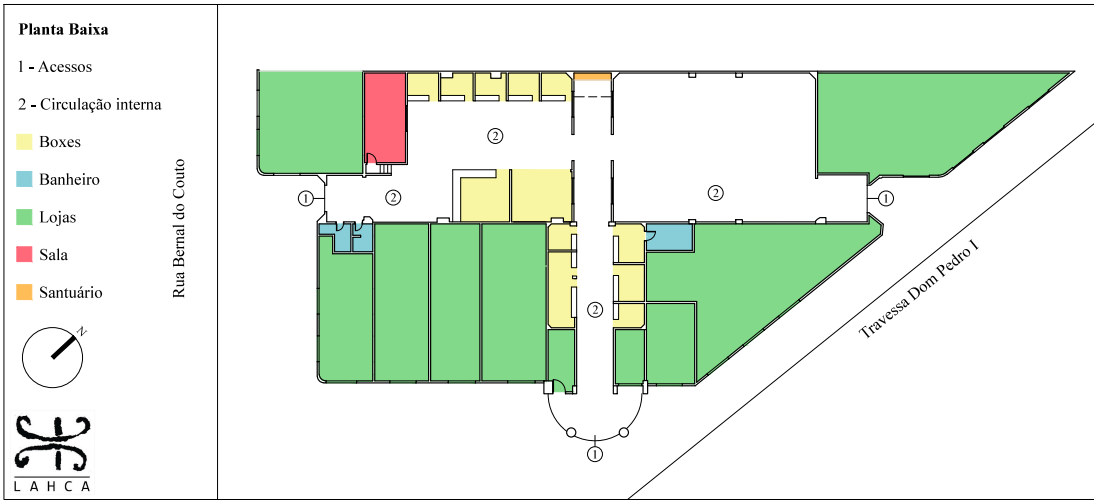
Figura 179, 180, 181 e 182 – Vistas da feira de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2014.

[43] JESUS, Manuel Trindade de. **Manuel Trindade de Jesus**: depoimento [dez. 2013]. Entrevistadores: C. Chaves e H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

O bairro do Umarizal, ao longo das últimas década, vem sofrendo mudanças se caracterizando como bairro de classe média. Ou seja, a forma de consumo desta parcela da população é diferente dos habitantes de um bairro de periferia. Nos anos 90 quando há o relato da queda na utilização do mercado, os supermercados de Belém já estavam consolidados, porém a migração dos clientes do mercado para o supermercado foi uma consequência deste cenário mais global. Outro fator é a própria disposição do mercado (figura 183), que ao contrário dos outros onde se privilegia os acessos ao seu interior, no de Santa Luzia as lojas externas ganham lugar de destaque na composição do edifício (figura 184). Prova disso é que há apenas uma loja desocupada das 10 que ele possui. Como o mercado não passou por muitas transformações, atualmente ainda se nota o seu aspecto original na linguagem *Art Déco* (figuras 185, 186, 187 e 188).

Figura 183 – Planta baixa com a atual setorização do prédio principal do mercado da Pedreira.



Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figura 184 – Vista das lojas do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2015.

Figuras 185, 186, 187 e 188 – Vistas externas do mercado de Santa Luzia.

Fonte: Hélio Santos, 2014.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os mercados estudados neste trabalho tiveram suas concepções e construções realizados há quase oito décadas atrás, e isso nos exigiu a realização de um estudo histórico, de transformação de seus espaços e do conjunto de relações e significados relativos ao momento da criação dos mercados. Entende-se que as configurações espaciais de espaços comerciais, como espaços públicos, podem interferi na dinâmica destes estabelecimentos ao longo do tempo, principalmente no que se refere à sua escala e à sua relação o entorno, apresentando consequências que muitas vezes afetam negativa ou positivamente no seu funcionamento. Foi o que se notou nos mercados aqui pesquisados.

No caso do mercado da Pedreira, desde a sua origem, a configuração espacial dos seus edifícios facilitou a sociabilidade no seu interior e no seu entorno. Durante a investigação comprovou-se que desde a sua criação, o conjunto do mercado já era formado pelo seu edifício principal e anexos, com linguagens neocoloniais e tipologia de mercados cobertos, sem pátios, afastados uns dos outros por circulações abertas. Esta configuração espacial, que facilita o acesso e circulação no conjunto do mercado, pode ter contribuído para o constante uso do mercado pela população do bairro. As evidências encontradas durante a pesquisa, mostram que o mercado passou por diversas reformas e ampliações, sempre decorrentes da demanda de uso existente no bairro.

Outra questão que contribuiu para a continuidade das atividades do mercado da Pedreira, refere-se à sua relação com o entorno. Devido às características que o bairro da foi adquirindo ao longo do tempo, o fluxo de pessoas na no entorno do mercado aumentou, ao ponto que eixo da Avenida Pedro Miranda passar a se configura como um importante subcentro comercial de Belém. As entrevistas com os clientes do mercado, a concentração de atividades fixas e as observações feitas no perímetro da sua polaridade, contribuem para a confirmação deste fato. Analisando as relações entre os acontecimentos que interferiram sobre o conjunto do mercado, é atestada a permanência parcial, tanto da sua forma, quanto do seu uso. Em meio a transformações e adaptações no decorrer do seu desenvolvimento, permaneceram os significados atribuídos ao mercado como um importante espaço de abastecimento para a população do bairro.

Os resultados do estudo histórico realizado no mercado do Jurunas, contribuem para o entendimento dos significados que lhe foram atribuídos ao longo do tempo. Desde o momento da sua construção que, assim como no caso do mercado da Pedreira, aconteceu como parte de um esforço do governo na época em equipar bairros em desenvolvimento da cidade com um

conjunto de equipamentos públicos, para atender a sua crescente população na década de 1940. Isto ficou evidente durante a comparação entre os dois mercados. Tanto as semelhanças arquitetônicas entre eles, quanto as condições políticas e urbanas dos seus respectivos contextos, atestam esta afirmação.

A análise das transformações efetuadas no edifício do mercado do Jurunas indicaram também os possíveis significados atribuídos ao mercado ao longo do tempo. Estas evidências físicas, associadas às entrevistas realizadas com clientes e permissionários do mercado, revelam que desde a sua inauguração, o mercado passou por momentos de intensas atividades realizadas tanto no seu interior quanto no seu entorno, quando existia a feira livre na sua calçada na década de 1970. Com o passar do tempo, as mudanças nas características do seu entorno e dos hábitos de consumo dos moradores do bairro, o fluxo de pessoas dentro do mercado foi diminuindo, até o ponto que se encontra atualmente, apenas como um local de complemento no abastecimento local, ficando em segundo plano em relação aos supermercados e outros mercados da cidade. Permanecem, no mercado, os indícios físicos e as testemunhas das transformações na configuração do seu espaço.

O mercado de Santa Luzia apresentou o caso mais complexo de análise, entre os objetos da pesquisa. As conclusões a respeito da sua origem e transformações no tempo, foram mais difíceis de serem alcançadas, devido ao estado de uso atual do mercado. De acordo com as informações encontradas, e analisando as entrevistas dos que ainda utilizam o mercado, entende-se que o edifício do mercado passou por poucas transformações, as quais não mudaram seu aspecto formal de um modo que prejudicasse a sua identificação. É possível que a própria configuração espacial do mercado, que privilegia a identificação e acesso às suas lojas externas, associada à mudança da sociedade residente no bairro do Umarizal a partir da década de 1980, com o início da verticalização dos edifícios residenciais na região, foram os motivos para a diminuição das suas atividades. Apesar de manter a sua integridade física, o mercado não permaneceu com a sua função inicial de abastecimento, se limitando à venda de lanches e farinha fora do seu espaço construído, na feira que recebe o mesmo nome do mercado.

Espera-se que esta pesquisa também possa contribuir para a compreensão dos acontecimentos históricos, referentes à cidade de Belém, em um período pouco estudado pela historiografia arquitetônica e com poucos documentos oficiais das edificações públicas construídas na cidade, durante a administração de Getúlio Vargas e do governador Magalhães Barata.

A problemática referente aos mercados da pesquisa aparece devido à falta de percepção, por parte dos agentes públicos, em preocupar-se com as particularidades de cada um entre os muitos mercados tradicionais localizados nos diversos bairros da cidade, que permanecem no tempo e necessitam de estudos aprofundados para o entendimento do seu funcionamento. Sugere-se a investigação dos outros mercados localizados nos outros bairros da cidade, no período anterior ao advento do supermercado, para que se compreender o funcionamento das relações no conjunto de estabelecimentos tradicionais de abastecimento da população.

Indica-se o caminho do acompanhamento do desenvolvimento das atividades no setor terciário na cidade, para auxiliar na organização de seus fluxos e ocupação de espaços públicos. Um plano especial nos moldes do PECAB (*Pla Especial d'Equipament Comercial Alimentari de Barcelona*)[44], o qual funciona como instrumento legal para o planejamento de ações referentes aos mercados e aos seus respectivos perímetros de influência, é uma possibilidade de ajustamento da administração desses estabelecimentos.

Por meio das entrevistas realizadas, foi possível constatar o valor simbólico desses equipamentos nos seus respectivos bairros, de modo que todos os entrevistados, afirmam que preferem que os três mercados permaneçam existindo como local de abastecimento. No entanto, consideram que sejam adotadas medidas para a melhoria do sistema de abastecimento e organização dos mercados e que se adaptem aos atuais hábitos de consumo dos seus frequentadores.

Por fim, conclui-se que, nesta rede de espaços comerciais, na qual incluem-se as feiras livres, os complexos de abastecimentos, os vendedores ambulantes e os supermercados, os mercados públicos como espaços comerciais tradicionais ainda possuem um lugar de relevância na função de abastecimento das cidades.

[44] Em dezembro de 2014 foi publicado o Plano Estratégico dos Mercados de Barcelona com vigência de 2015 a 2025, que visa estabelecer políticas para modernizar e qualificar o funcionamento dos mercados da cidade.

REFERÊNCIAS

IV COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE COMÉRCIO E CIDADE. 2013. Disponível em: <http://comercioecidade.com/tematica/>. Acesso em: 15 abr. 2014.

CHAVES, Celma Chaves de Souza Pont. **Arquitetura, modernização e política entre 1930 e 1945 na cidade de Belém. Arquitextos**, São Paulo, ano 08, n. 094.06, Vitruvius, mar. 2008 <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.094/161>.

CHAVES, Celma e GONÇALVES, **Ana Paula. O mercado público em Belém: arquitetura e inserção urbanística**. *Anais do IV Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem*. 2013. Uberlândia, Universidade Federal de Uberlândia (CD). ISBN 978-85-8089-041-9.

CORREA, Roberto Lobato. **Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço**: um texto para discussão. In: CARLOS, Ana Fani Alessandrini; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **A produção do espaço urbano:** agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.

CRUZ, Ernesto. **Ruas de Belém**. Edições CEJUP. Belém, 1992

GARREFA, F. **Shopping Centers:** de centro de abastecimento a produto de consumo. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

_____. **Arquitetura do comércio varejista em Ribeirão Preto**: a emergência e expansão dos shopping centres. 2002. Dissertação de Mestrado. São Carlos: EESC-USP, 2002.

_____. **A evolução da indústria de shopping centers no brasil:** tendências recentes. *Anais do II Colóquio Internacional sobre comércio e cidade: uma relação de origem.* 2008. São Paulo, USP.

GROAT, Linda e WANG, David. **Architectural Research Methods.** John Wiley & Sons, Inc. New York, 2002

GORELIK, C. **Prefácio**. In: MÜLLER, L. Estado y arquitectura en la ciudad de Santa Fe, 1935-1943. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral, 2011.

GUÀRDIA, M.; OYÓN, J. L. **Hacer ciudad a través de los mercados. Europa, siglos XIX y XX.** Museu d'Història de Barcelona, MUHBA, 2010

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LEAL, I. S. **A reinterpretação do mercado**: o caso do bairro Padre Cruz. Lisboa, 2011.

LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LEITÃO, W. M.; RODRIGUES, C. I. **O Mercado do Ver-o-Peso – Belém.** In: CONGRESSO LUSO AFRO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 10., 2011, Salvador. Anais. Salvador: UFBA, 2011. Disponível em: <http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br>. Acesso em: 13 maio 2014.

LYNCH, K. **A imagem da cidade.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

MEDEIROS, Jorge França da Silva. **As feiras livres em Belém (PA):** dimensãoo geográfica e existência cotidiana. 2010. Dissertação de mestrado. Belém: PPGEO-UFPA, 2010.

MONTANER, J. M. **A modernidade superada**: ensaios sobre a arquitetura contemporânea. 2 ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora G. Gili, 2012.

MÜLLER, L. **Modernidades de provincia**. Estado y arquitectura en la ciudad de Santa Fe, 1935-1943. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral, 2011.

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone . A arquitetura dos mercados públicos. Tipos, modelos e referências projetuais. **Arquitextos**, São Paulo, ano 12, n. 138.02, Vitruvius, nov. 2011 <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/ 12.138/4113> [Acessado em: 16 04 2014].

PANTOJA, Laura Cristina Monte Palma. **Mercado de São Brás e seu entorno:** tramas e sentidos de um lugar. 2014. Dissertação de mestrado. Belém: PPGAU-UFPA, 2014.

PAULA, F B. **Passagens em rede:** as dinâmicas das galerias comerciais e nos calçadões nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires. 2008. 213 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, FAU, UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.

PENTEADO, Antonio. **Belém do Pará, Estudo de Geografia Urbana**, 1o e 2o. volumes. Universidade Federal do Pará, 1968

PINTAUDI, Silvana Maria. **Mercados Públicos:** vestígios de um lugar. In: CARLOS, Ana Fani Alessandrini; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **A produção do espaço urbano:** agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.

QUARTILHO, Ana Teresa. **Factos Urbanos:** os Mercados na cidade do Porto. 2011. Dissertacão de mestrado. Coimbra: Departamento de Arquitectura da FCTUC, 2011.

RENNÓ, R. **Do mármore ao vidro**: mercados públicos e supermercados, curva e reta sobre a cidade. São Paulo: Annablume, 2006.

RETTO JUNIOR, Adalberto da Silva; BOIFAVA, Barbara . Donatella Calabi. **Entrevista**, São Paulo, ano 04, n. 015.01, Vitruvius, jul. 2003 <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/entrevista/04.015/3335>

ROSSI, A. **Arquitetura da cidade**. Tradução Eduardo Brandão. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SEGAWA, Hugo. **Arquiteturas no Brasil 1900-1990**. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

SERPA, A. **Lugar e centralidade em um contexto metropolitano**. In: CARLOS, A.; SOUZA, M.; SPOSITO, M. (org.). A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.

SERRA, G. **Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo:** guia prático para o trabalho de pesquisadores em pós-graduação. São Paulo: Edusp: Mandarim, 2006.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

_____. O lugar do comércio e serviços na arquitetura e urbanismo. **V!RUS**, São Carlos, n. 9 [online], 2013. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/_virus09/secs/submitted/virus_09_submitted_3_pt.pdf>. [Acessado em: 31 04 2014].

VENTURA NETO, Raul. **Circuito imobiliário e a cidade:** Coalizões urbanas e dinâmicas de acumulação do capital no espaço intraurbano de Belém. 2012. Dissertação de mestrado. Belém: PPGAU-UFPA, 2012.

VILAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

WAISMAN, M. **O interior da história: historiografia arquitetônica para uso de latino-americanos.** São Paulo: Perspectiva, 2013.

FONTES

Entrevistas

CHAVES, João Maria. **João Maria Chaves**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.

DIAS, Marina Miranda. **Marina Miranda Dias**: depoimento [ago. 2015]. Entrevistador: H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

JESUS, Manuel Trindade de. **Manuel Trindade de Jesus**: depoimento [dez. 2013]. Entrevistadores: C. Chaves e H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

OLIVEIRA, Clarisse Ferreira Sousa de. **Clarisse Ferreira Sousa de Oliveira**: depoimento [dez. 2013]. Entrevistadores: C. Chaves e H. Santos. Belém: 2015. Áudio digital.

RODRIGUES, Nivaldo. **Nivaldo Rodrigues: depoimento** [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.

SOUZA, Edmilson Nonato Pinto de. **Edmilson Nonato Pinto de Souza**: [ago. 2015]. Entrevistadores: H. Santos e L. Bibas. Belém: 2015. Áudio digital.

Leis

BARCELONA. Ajuntament de Barcelona. **Pla Especial d'equipament Comercial Alimentari de Barcelona (PECAB).** Barcelona, 2011.

BARCELONA. Ajuntament de Barcelona. **Pla Estratègic de Mercats de Barcelona 2015/2025**. Barcelona, 2014.

BELÉM. Lei 7.055/77, de 30 de dezembro de 1977. **Código de Posturas do Município de Belém.** Belém, 1977.

_____. Câmara Municipal de Belém. Lei 7.981/99, de 7 de dezembro de 1999. **Dispõe sobre a administração de mercados públicos e feiras livres do munícipio de Belém**. Disponível em: https://leismunicipais.com.br/a/pa/b/belem/lei-ordinaria/1999/799/7981/lei-ordinaria-n-7981-1999-dispoe-sobre-a-administracao-de-mercados-publicos-e-feiras-livres-do-municipio-de-belem?q=7.981. Acesso em: 16 Outubro. 2015.

_____. Secretária Municipal de Economia. Decreto no 26.579/94. **Dispõe sobre o funcionamento de Feiras Livres no Município de Belém e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.revistaea.org/artigo.php?idartigo=900&class=02>. Acesso em: 24 julho. 2015.

_____. Secretária Municipal de Economia. Decreto no 26.580/94. **Dispõe sobre o funcionamento de Mercados e Portos no Município de Belém e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.revistaea.org/artigo.php?idartigo=900&class=02>. Acesso em: 24 julho. 2015.

_____. Secretária Municipal de Economia. Decreto no 39.326/01. **Regulamenta o uso do Complexo do Ver-o-Peso e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/login?next=http%3A%2F%2Fwww.jusbrasil.com.br>. Acesso em: 24 julho. 2015.

Matérias de imprensa

A CIDADE de Belém. **Folha do Norte**, Belém, p. 9, 1 jan. 1939.

A DIRECTORIA de Obras Publicas em face do problema educacional. **Folha do Norte**, p. 51, 1 jan. 1939.

AS REALIZAÇÕES do sr. Abelardo Condurú. **Folha do Norte**, Belém, p. 12, 1 jan.1939

ESPIRITO Nacional ou Brasilidade. **Folha do Norte**, Belém, p. 33, 1 jan. 1939.

FEIRANTES da Pedreira, em Belém, reclamam de condições de trabalho. **G1 Pará**, Belém, 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2013/01/feirantes-da-pedreira-em-belem-reclamam-de-condicoes-de-trabalho.html>. Acesso em: 30 ago. 2015.

MEDICINA e modernismo. **Folha do Norte**, Belém, p. 3, 1 jan. 1939.

MERCADO de Santa Luzia. **O liberal**, Belém, p. 6, 6 jul. 1987.

MERCADO municipal da Pedreira passa por reforma geral. **O Liberal**, Belém, 1990, p. 4, 15 mar. 1990.

REFORMA e ampliação do mercado da Pedreira. **Diário do Pará**, Belém, p. 3, 3 set. 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de entrevistas com os permissionários dos mercados

1. Há quanto tempo você trabalha no mercado?
2. Onde você mora?
3. Quais produtos você vende?
4. Quais as principais vantagens e dificuldade de vender no mercado?
5. Qual é a idade e perfil dos seus clientes?
6. Onde eles moram?
7. Você pode descrever a área ao redor do mercado desde quando começou a trabalhar nele?
8. O que mais mudou nos arredores do mercado ao longo do tempo?
9. Você considera alto, baixo ou médio o fluxo de pessoas no mercado durante o dia?
10. Por quais meios de transporte os seus clientes vêm ao mercado?
11. Você poderia me apontar, quais são os principais concorrentes próximos ao mercado?
12. O que você acha da arquitetura do mercado?
13. O que você acha que deveria ser modificado no mercado?
14. Você apoiaria derrubar este mercado para dar lugar a um mais moderno?
15. Qual a importância do mercado na sua vida?

APÊNDICE A – Roteiro de entrevistas com os clientes dos mercados

1. Há quanto tempo você mora no bairro?
2. O que você compra no mercado?
3. Quais as principais vantagens e dificuldade de comprar no mercado?
4. Em qual lugar você faz as compras do mês?
5. Você considera alto, baixo ou médio o fluxo de pessoas dentro do mercado?
6. Por qual meio de transporte você vem ao mercado?
7. Você compra em algum lugar nos arredores do mercado?
8. Você acha que a área ao redor do mercado mudou muito ao longo do tempo?
9. Qual era o aspecto do bairro quando você começou a morar nele?
10. Você frequenta outros mercados?
11. O que você acha da arquitetura do mercado?
12. O que você acha que deveria ser modificado no mercado?
13. Você apoiaria derrubar este mercado para dar lugar a um mais moderno?
14. Qual é a importância do mercado na sua vida?