

As territorialidades e a proteção do patrimônio histórico no Mercado Municipal de São Paulo

Rodrigo R. H. F. Valverde¹

Lucas Muzio V. Cunha²

Gabriel P. Kazukas³

Letícia Maria Vieira⁴

Resumo: O tombamento do patrimônio histórico não representa o fim das disputas pelo espaço urbano. Para demonstrar isso, delimitamos três períodos de disputas como modo de análise das territorialidades no Mercado Municipal de São Paulo. Em cada período, vemos um equilíbrio de forças entre diferentes territorialidades, questionando o sentido, a organização a proteção do Mercado. Buscamos as fontes dessa pesquisa em notícias de jornal, análises de leis da cidade e entrevistas com trabalhadores. O conceito de territorialidade, na linha de Robert Sack, é central na nossa metodologia, pois indica que existem diferentes estratégias subjetivas e objetivas para um mesmo território. O nosso objetivo é evidenciar que, mesmo com o tombamento em 2004, as disputas socioterritoriais foram renovadas. Concluímos que os poderes econômico e político geram formas espaciais que precisam ser complementadas com o sentido simbólico e cultural, gerando novas territorialidades.
Palavras-chave: territorialidade; tombamento; mercado municipal; feirantes.

Las territorialidades y la protección del patrimonio histórico en el Mercado Municipal de São Paulo

Resumen: Proteger el patrimonio histórico no representa el fin de las disputas por el espacio urbano. Para demostrar esto, delimitamos tres períodos para analizar las territorialidades en el Mercado Municipal de São Paulo. En cada período, observamos un equilibrio de fuerzas entre diferentes territorialidades presentes en el Mercado, cuestionando su significado y organización. Las fuentes para esta investigación son informes periódicos, análisis de leyes municipales y entrevistas con trabajadores. El concepto de territorialidad, tal como presentado por Robert Sack, es central en nuestra metodología, ya que indica que existen diferentes estrategias para controlar o afectar un mismo territorio. Nuestro objetivo es destacar que las disputas territoriales se renovaron con la protección del edificio en 2004. Concluimos que los poderes económicos y políticos crean formas que necesitan complementarse con significados simbólicos y culturales, provocando nuevas territorialidades.
Palabras-clave: territorialidad; protección del patrimonio histórico; mercado municipal; trabajadores del mercado.

Territorialities and historical heritage protection of São Paulo's Municipal Market

Abstract: Establishing a historic heritage site is not enough to end social disputes over it. This article analyzes three periods of territorial contestation and diverse social interests centered on the Municipal Market of São Paulo. The concept of territoriality, as presented by Robert Sack (1986), is central to our methodology. It indicates that distinct subjective and objective strategies for a given territory can coexist harmoniously or antagonistically. The Municipal Market attained Brazilian historic heritage status in 2004, and our objective is to demonstrate that socio-territorial disputes were renewed afterward, with the inclusion, for example, of tourist interests. The construction of a mezzanine for restaurants symbolically embodies the contentious issues of urban revitalization and land use. Fundamentally, we conclude that economic and political power delineate spatial boundaries and positions, which must be complemented by symbolic and cultural significance to engender territoriality.

Keywords: territoriality; historical heritage protection; mercado municipal; market workers.



Como citar este artigo: Valverde, R., Cunha, L., Kazukas, G. & Vieira, L. (2025). As territorialidades e a proteção do patrimônio histórico no Mercado Municipal de São Paulo. *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades*, 8(15), e55162. <https://doi.org/10.26512/patryter.v8i15.55162>

Recebido: julho de 2024. **Aceito:** setembro de 2024. **Publicado:** novembro de 2024.

¹ Professor doutor do Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo (USP), Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2212-9871>. E-mail: rvalverde@usp.br.

² Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP), Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5742-3117>. E-mail: lucas.muzio.cunha@usp.br.

³ Doutorando em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP), Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9769-2229>. E-mail: gabriel.kazukas@usp.br.

⁴ Doutoranda em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP), Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6355-504X>. E-mail: leticia.vieira@usp.br.

1. Introdução

O Mercado Municipal de São Paulo (figura 1) se situa no Centro Histórico da cidade e é simultaneamente reconhecido como um importante equipamento urbano, uma atração turística e uma área de grande identificação por parte da população (figura 2). Tal simultaneidade, foco deste estudo, é reveladora de múltiplos interesses, pacíficos ou não, que se projetam sobre o Mercado, como é popularmente chamado. Antes de entrar na análise sobre as territorialidades neste espaço, destacamos que se trata de um patrimônio gerido pelo grupo Renome, por tempo indeterminado. Trata-se de uma associação privada, sem fins lucrativos e que representa os interesses partilhados dos lojistas e comerciantes.

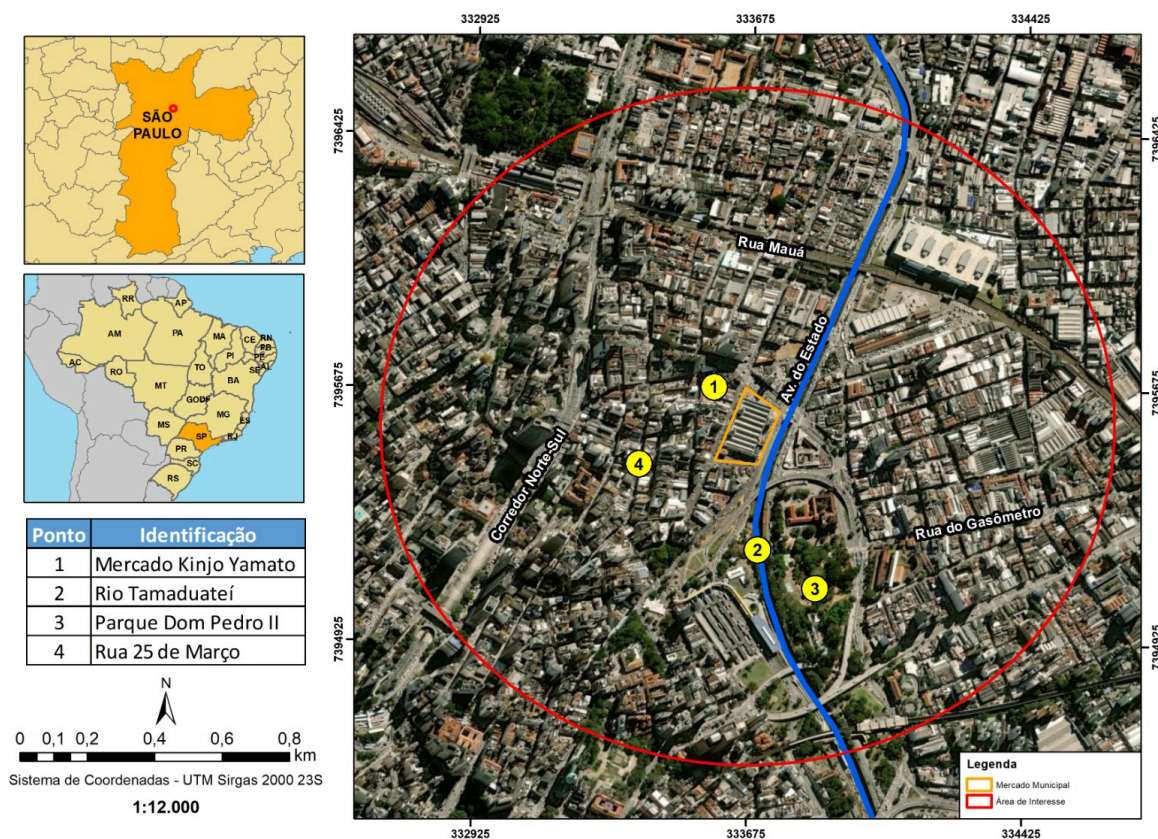
O Mercado Municipal foi inaugurado em 1933 a partir do projeto do arquiteto italiano Felisberto Ranzini, funcionário do escritório de Francisco de Paula Ramos Azevedo, responsável por outros projetos que renovavam a cidade de São Paulo. O higienismo e a “psicologia bandeirante” (Monbeig, 1984) foram sinais valores levados em conta desde o projeto, seja pela disposição da estrutura, com amplas áreas de circulação, seja pelos vitrais que permitiam a passagem da luz solar,

afirmando São Paulo como a “Metrópole do Café”. O Mercado Municipal cumpriu, entre 1933 e 1970, funções atacadistas e varejistas no comércio de frutas, legumes e peixes.

Porém, com a criação dos CEASA (Centrais de Abastecimento da CEAGESP – Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo), com depósitos localizados em áreas periféricas, próximas aos eixos de transporte, o Mercado Municipal viu diminuir a sua função atacadista dentro da cidade de São Paulo. Como consequência, entre 1970 e os anos 2000, o Mercado Municipal passou por um lento processo de deterioração de suas estruturas e diminuição do seu retorno econômico (figura 2). Em meio às reformas do Centro da cidade no final do século XX, chegou a ser aventada a hipótese de demolição do seu galpão.

É nesse sentido que sugerimos como objetivo geral de nosso artigo analisar a territorialidade entre diferentes agentes sociais durante o processo de patrimonialização do Mercado Municipal junto ao Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo (CONDEPHAAT), que se desenrolou a partir de 2004.

Figura 1 – A localização do Mercado Municipal de São Paulo e do Centro Histórico da cidade



Fonte: elaboração própria com orientação técnica de Eliseu Teixeira Neto, 2024

Figura 2 – Fachada do Mercado Municipal de São Paulo

Fonte: Corretor-Carvalho. Mercado Municipal de São Paulo – Rua da Cantareira, 306 – Parque Dom Pedro II – Centro – São Paulo/SP, 26/04/2012. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20161029220509/http://www.panoramio.com/photo/101677358>. Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported license.

Veremos como a organização, mobilização e ação coordenada dos proprietários dos boxes, dos feirantes, da imprensa e dos movimentos sociais se mostraram decisivas em meio ao tombamento do Mercado Municipal. De modo secundário, pretendemos avaliar os efeitos da capitalização do território tombado desde 2004, em uma conversão que tem resultado reformas técnicas, planejamento e mudanças de público no Mercado. Assim, nosso argumento sugere que o tombamento não encerrou as disputas sócio territoriais, mas as renovou. O novo projeto requalificou as estruturas do Mercado, permitindo que o uso turístico e de lazer do Mercado Municipal complementassem o retorno econômico das atividades comerciais. Com isso, o Mercado foi requalificado como um ponto turístico para as classes média e alta, que passam a procurá-lo não apenas para o abastecimento doméstico, mas também para consumir nos restaurantes, em meio às apresentações musicais e eventos culturais.

Para cumprir este objetivo, nos baseamos no conceito de territorialidade, o qual entendemos como uma tentativa de influenciar ou controlar o

comportamento de outras pessoas a partir de uma estratégia de ação sobre o território (Valverde, 2004; Sack, 1986). Capital imobiliário, associação de trabalhadores do Mercado, prefeitura e consumidores procuram mobilizar seus interesses sobre o Mercado Municipal e sobre o Centro Histórico de São Paulo em estratégias que respondem as leis, ao tombamento e aos ritmos da vida cotidiana. Entendemos tais parte dessas estratégias como territorialidades nos termos propostos por Sack. Em microescalas, as diferenças de capital existentes ainda são relevantes, mas não significam necessariamente o descarte imediato do pequeno capital. Dito de outro modo, é difícil alterar as leis, competir com o grande capital imobiliário e financeiro ou mudar as estruturas da desigualdade vigentes no Brasil. Todavia, pela coordenação de interesses ou exigências de contrapartidas de concessões públicas, é possível alcançar resultados concretos nos quais os agentes sociais menos capitalizados podem obter reconhecimentos e vantagens nos processos. Isto se torna mais comum nos casos em que a territorialidade não-hegemônica

se projete sobre uma área desvalorizada ou contestada por múltiplos interesses, nos quais as decisões de planejamento e de gestão envolvam polêmicas que não possam ser facilmente resolvidas. Deste modo, a decisão que favoreça uma territorialidade não-hegemônica poderia ser uma forma de resolução de conflitos com efeitos territoriais.

Faremos uso de diferentes fontes para o desenvolvimento deste artigo. Em primeiro lugar, iremos explorar os sítios eletrônicos do jornal Folha de São Paulo para avaliar o posicionamento de diferentes agentes sociais sobre o Mercado Municipal entre 1986 e 2014, período no qual se desenvolveram o processo de patrimonialização e as reformas do espaço físico. Em segundo lugar, sugerimos o aproveitamento das plataformas virtuais JusBrasil e Imprensa Oficial, no qual ganha visibilidade o esforço direto e formalizado de mudanças de diferentes normas públicas acerca do Mercado. Trata-se de uma atividade complementar aquelas da análise das primeiras fontes, na medida em que nem tudo o que é mobilizado em plano retórico ou apenas de modo eventual sobre o território ganha registro formal nas normas públicas. Por último, realizamos entrevistas com feirantes permissionários (legalizados) acima de 50 anos, de modo a identificar registros das mudanças na organização do Mercado Municipal ao longo do tempo. Estas diferentes fontes nos ajudam a compreender o dinamismo do Mercado Municipal, as polêmicas em torno de sua organização e os micropoderes que se desenvolvem sobre ele.

Esperamos convencer os leitores dos poderes das territorialidades e do dinamismo dos seus efeitos. Defendemos que o jogo de influências e posições entre diferentes grupos sócio territoriais também pode ser observado nos mercados populares, nos quais a interface entre os circuitos superior e inferior da economia urbana poderia ser registrada. Por último, negamos o finalismo de certas interpretações, tanto daquelas que sugerem que o processo de capitalização envolve a falta de autenticidade ou sentido da vida social, quanto de outras que romantizam os efeitos do tombamento como uma ação anticapitalista de longa duração. É justamente na conflituosa dinâmica do capital na vida social que reside o interesse de nossa pesquisa.

2. Territorialidade de feira-livre e deterioração estrutural do Mercado Municipal, 1970-1986

Os periódicos “Folha de São Paulo” e “O Estado de São Paulo” não deixaram dúvidas sobre os conflitos acerca da permanência do Mercado

Municipal de São Paulo ao longo das décadas de 1970 e 1980. Os registros presentes nos dois jornais de maior circulação na cidade de São Paulo apontavam as falhas, as deficiências, a deterioração e uma série de outras características negativas tanto para o Mercado Municipal quanto para aquilo que qualificamos hoje como área envoltória. No referido período, raramente o Mercado Municipal era citado pelo seu sentido histórico, pela beleza de seu projeto arquitetônico ou pelo simbolismo de suas atividades para uma identidade paulistana. O realce era sempre estabelecido para a disfuncionalidade do Centro Histórico em geral e do Mercado Municipal de São Paulo em particular. O Mercado era entendido como símbolo do atraso na cidade.

Em seu interior, o Mercado Municipal de São Paulo possuía uma territorialidade semelhante a de uma feira-livre. Os lotes ocupados pelos feirantes eram definidos por permissões públicas, mas se estabeleciam sem equipamentos que permitissem melhor iluminação ou refrigeração dos produtos. As atividades eram sobretudo diurnas, salvo aquelas de carga e descarga. A falta de investimentos e a deterioração do espaço construído estimulavam soluções informais de acesso à água e luz, sem revestimento das estruturas. Os adendos e puxadinhos ao projeto do edifício do Mercado Municipal eram parte de seu cotidiano, em meio a falta de investimentos públicos e maior fiscalização.

Para além dos lotes, esse cenário garantia aos feirantes mais liberdade para expandir suas áreas de atuação. Os produtos comercializados com mais frequência eram aqueles do consumo cotidiano, como frutas, verduras, legumes, carnes e pescados que servissem a alimentação do paulistano.

O Mercado Central se dedica aos produtos hortifrutícolas, cereais, utilidades domésticas, pássaros, açougues, frios, laticínios, produtos de origem animal, peixe e outros. (...) é responsável por 50% da distribuição de frutas na cidade. Seu comércio varejista serve a uma população de 100 mil pessoas, aproximadamente. (Folha de São Paulo, 1973 novembro 19, p. 5)

A aproximação dos feirantes em relação aos clientes era regida pela familiaridade dos laços entre os feirantes e os consumidores, além da capacidade de convencimento. Ainda que protegidos por uma estrutura física, ordenados minimamente pela prefeitura e com o diferencial da permanência de suas atividades, os permissionários do Mercado se assemelhavam mais aos demais feirantes da cidade de São Paulo do que aos supermercados ou aos restaurantes da cidade. Tal qual havia proposto Sack (1986), aspectos materiais e imateriais eram parte da

afirmação da territorialidade, com a pretensão de que sua área de influência pudesse ser ampliada para a área envoltória do Mercado Municipal. Ao redor do Mercado Municipal, em espaços comuns e sem permissões da prefeitura, feirantes informais se aproveitavam da centralidade do Mercado Municipal para vender seus produtos.

Os mais frequentes e regulares registros encontrados nos periódicos eram aqueles que associavam as enchentes do rio Tamanduateí, vizinho ao prédio, às atividades do Mercado Municipal (figura 3). Tais enchentes sempre foram comuns durante o Verão e se justificavam pelas construções do Centro Histórico se situarem sobre a antiga área de várzea do rio. Em vários registros obtidos, a elevação do nível da água se mostrou capaz de carregar pessoas, carros e grandes objetos, acarretando mortes e grandes prejuízos. Ao invés de questionar o padrão da urbanização da cidade de São Paulo, o argumento girou quase sempre em torno do acúmulo de lixo do Mercado Municipal nas calçadas e do bloqueio dos pontos de escoamento (esgotos) com os restos da atividade feirante. Por vezes, os jornais conferiam ênfase na irregularidade dos serviços de coleta de lixo e de fiscalização da

prefeitura sobre a correto padrão de descarte por parte dos feirantes. Em outros momentos, questionavam sobre a necessidade da ampliação da capacidade de vazão do rio Tamanduateí, por intermédio de ações de engenharia que aperfeiçoassem a sua canalização (Folha de São Paulo, 1982, Janeiro 25, p. 14). Porém, a imagem socialmente estabelecida do Mercado Municipal já era bem reconhecida por todos: uma zona deteriorada, suja e mortal que trazia prejuízos para a cidade de São Paulo (Folha de São Paulo, 1979, Janeiro 26, p. 9).

Em meio às epidemias das diversas formas de Meningite (viral, bacteriológica etc.) típicas dos anos 1970 e 1980, o Mercado Municipal costumava ser, nem sempre de forma justa em plano médico, considerado um epicentro de contágio. As formas bacteriológicas e virais da Meningite, por exemplo, são passadas de pessoa a pessoa, pelo contato e exposição às gotículas contaminadas. Assim, qualquer espaço público ou da vida social poderia ser entendido como área de contágio, como praças, transportes públicos, escolas, entre muitos outros casos.

Figura 3 – Rio Tamanduateí e o Mercado Municipal de São Paulo



Fonte: Milton Jung e Devanir Amâncio (2012). Cachoeira em São Paulo.

<https://www.flickr.com/photos/cbnsf/6948562944/in/photostream/>. Creative Commons Attribution 2.0 Generic license. É possível ver a proximidade entre o rio Tamanduateí e o Mercado Municipal de São Paulo.

Porém, no discurso jornalístico do período especificado, notava-se uma conexão direta entre o acúmulo de lixo e a propagação de doenças, com a Meningite colocada em destaque. A deterioração física do prédio e da área de entorno traria, por essas leituras, maior propensão ao contágio, consequências diretas para a saúde dos paulistanos. Em resposta a essa associação negativa, há registros que apontavam para ações de vacinação e de conscientização que se realizaram no Mercado Municipal de São Paulo. Por exemplo, em notícia sobre um caso de meningite no Edifício São Vito, vizinho ao mercado, o seguinte registro foi estabelecido, em fala do administrador do prédio, Maurício Espolador Filho:

(...) declara ele que mantém um funcionário do edifício, quase exclusivamente para limpar as calçadas, que são sujas pelos numerosos caminhões que ali estacionam, carregados de mercadorias. Explica que os pesados veículos ficam parados durante dias, enquanto seus motoristas e ajudantes transformam as calçadas em mictórios e até mesmo em banheiros. (...) Diz ele que, pelo fato de o prédio estar perto do Mercado Municipal, termina fatalmente sofrendo as consequências da anti-higiene geral que infelizmente não é combatida. (Folha de São Paulo, 1974 setembro 23, p. 8)

Os problemas de trânsito, de estacionamento e de circulação em torno do Mercado também foram muito destacados pelos periódicos. O uso contínuo da rua da Cantareira para carga e descarga de produtos por parte dos feirantes agravava um trânsito já saturado no Centro da cidade. Os feirantes, inclusive, defendiam em esferas públicas a necessidade da formalização de sua área de descarga, em uma forma de expansão da territorialidade (Folha de São Paulo, 1977, Março 28, p. 13). Frugoli Jr. (1995), entre outros, comentavam sobre os novos eixos de expansão da cidade de São Paulo, a mescla de funções urbanas no Centro e a sobrecarga dos sistemas de transportes. Assim, quanto ao Mercado Municipal e suas imediações, as notícias costumavam retratar as falhas e insuficiências das áreas de “Zona Azul” e “Zona Marrom” (estacionamento rotativo para carros e caminhões, respectivamente) e a falta de garagens na área em destaque. No período, aventavam-se obras para melhorar o acesso à Avenida do Estado, que ladeia o Mercado, assim como projetos de criação de garagens públicas, jamais plenamente construídas. Ao mesmo tempo, os jornais conferiam visibilidade aos registros

negativos de motoristas que circulavam pela área em questão, como o seguinte motorista, que recebeu destaque de uma notícia:

Vejo quatro alterações para diminuir os congestionamentos diários na área central: primeiro, os técnicos de trânsito deviam acabar com o mercado municipal; segundo, proibir o tráfego de caminhões durante o dia nas proximidades do centro; terceiro, retirar os canteiros da rótula principal. (Folha de São Paulo, 1974, Junho 11, p. 11)

A entrada dos supermercados na cidade de São Paulo, associada aos novos centros de abastecimento como os Ceasa, sempre localizados próximos aos grandes eixos de circulação e com áreas construídas para estacionamento e carga e descarga, levavam muitos a afirmar o caráter obsoleto do Mercado Municipal e da Zona Cerealista da cidade (Folha de São Paulo, 1975, Setembro 2, p. 13). A antiga função de abastecimento exercida no Mercado se mostrava ameaçada e questionada publicamente, seja na Câmara Municipal de São Paulo, seja nos jornais que usamos como fontes. De fato, o Mercado Municipal era retratado como lugar de venda de produtos de baixa qualidade, apodrecidos ou estocados de modo impróprio (Folha de São Paulo, 1976, Junho 19, p. 8) além sobrepesados ou sobrevalorizados. Para além do ágio cobrado durante os períodos festivos, os produtos do Mercado costumavam ser representados nos jornais como “vilões” da crise inflacionária brasileira dos 1980 (Folha de São Paulo, 1979, Agosto 10, p. 6). O Mercado Municipal era apontado como responsável pelo aumento dos custos médios da cesta básica.

Como consequência da sua negatividade na representação jornalística simultaneamente à continuidade de algum papel de abastecimento urbano em meio a um período de crise econômica, o Mercado Municipal era procurado por políticos em campanha, sobretudo os que concorriam à prefeitura, ou por prefeitos já eleitos em busca de visibilidade pública (Folha de São Paulo, 1978, Novembro 11, p. 6). Este foi o caso do prefeito Jânio Quadros, que chegou a exercer funções de fiscalização sobre os feirantes do Mercado Municipal em busca de popularidade. O prefeito Olavo Setúbal também visitava e discutia a integração do Centro Histórico da cidade de São Paulo associado a outras formas de deslocamento na cidade, a pé ou de bicicleta, com a recuperação do espaço físico deteriorado. Se posicionar em relação ao Mercado Municipal e as suas funções poderia conferir força a um político ou candidato.

Assim, tudo aquilo que era proposto para o Mercado Municipal parecia se confundir com as questões urbanísticas do Centro Histórico da cidade de São Paulo. Por exemplo, as disputas pela demolição do Edifício São Vito, conhecido como Treme-Treme, e separado do Mercado pelo rio Tamanduatei: havia a luta pela moradia popular nos edifícios deteriorados e ocupados e a antagônica defesa do capital imobiliário pela demolição dos edifícios. Essa disputa envolvia não apenas as questões sociais ou construtivas mais gerais, mas também alcançavam o Mercado Municipal como parte das disputas territoriais.

Porém, neste período entre 1970 e 1980, a competição sobre o Mercado Municipal pouco avançava pela limitação orçamentária e pela crise econômica vivida no Brasil. Por inércia, a deterioração do espaço físico e a permanência dos usos que emulavam os de uma feira-livre marcavam o Mercado Municipal, em uma territorialidade que marcava um equilíbrio de forças atuantes no Centro Histórico. Tal equilíbrio iria ser desafiado no período posterior.

3. Mobilização e estudos de tombamento como formas de reorganização (1986-2004)

A redemocratização do Brasil a partir de 1985 trouxe diversas consequências para a gestão urbana. Obviamente, reinstaurou as eleições diretas para cargos executivos, mas também foi acompanhada por uma constituinte (1988) que renovou os mecanismos urbanísticos e os direitos sociais. É nesse contexto que apresentamos o segundo período de referência deste artigo, que se alongou entre os anos de 1986 e 2004. Os poderes estadual e municipal, renovados em suas forças e legitimados por eleições diretas, procuravam intervir de modo mais claro sobre a organização do espaço urbano, a despeito dos problemas do endividamento público. Taxas, zoneamentos, planos diretores, melhoria dos sistemas de circulação e requalificações urbanas passavam a ser mobilizados como objetivos públicos a serem implementados (Souza, 2000).

O período entre 1986 e 2004 chamava atenção para o desafio da deterioração do Centro Histórico da cidade de São Paulo e da necessidade de renovar os seus usos e funções dentro do ordenamento urbano (Folha de São Paulo, 1988, Fevereiro 17, p. 2). As notícias de jornal já classificavam, nos anos 1970, a situação do Centro Histórico como “decadência”, com julgamentos de valor e registros das dificuldades. Porém, apenas na década seguinte se observavam as figuras jurídicas

necessárias para que os poderes municipal e estadual pudessem afirmar uma estratégia de ação. Esses agentes desenvolviam uma territorialidade nova, com novos comportamentos e usos esperados do espaço público que precisavam ser publicizados aos paulistanos:

O plano de recuperação prevê a participação da iniciativa privada na reurbanização dos edifícios tombados na área pelo Condephaat, como o (...) Mercado Municipal. (...) O projeto (...) inclui a reurbanização de 360 mil metros quadrados de área verde, a construção de um terminal de ônibus urbano coberto. (Folha de São Paulo, 1989 janeiro 19, p. 16)

Em paralelo, a possibilidade de aproveitamento de terrenos em área próxima ao centro, com recuperação dos prédios deteriorados ou com a simples demolição das estruturas, se fazia presente em um novo interesse do capital imobiliário pelo Centro Histórico da cidade. A área, que havia sido abandonada pela iniciativa privada ao longo dos problemas de circulação no Centro e da abertura de viadutos e vias expressas que afetavam o preço da terra entre 1950 e 1970 (Fugoli Jr., 1995), poderia ganhar novo valor na medida em que o esgarçamento da malha urbana de São Paulo exigia longos deslocamentos cotidianos e uma certa nostalgia das antigas áreas centrais. Esperava-se que os investimentos públicos tornassem mais atrativos o Centro Histórico para a criação de edifícios comerciais ou residenciais. A criação de incentivos fiscais também facilitava este movimento, ainda em curso nos dias de hoje.

Estes dois processos, público e privado, estavam ligados aos planos de requalificação urbana do Centro Histórico de São Paulo, que finalmente saíam do papel da década de 1980 em diante. Uma mescla entre recuperação de estruturas deterioradas de caráter monumental e desapropriações e/ou demolições de prédios para receber projetos imobiliários renovados caracterizavam os planos. O poder estadual e o poder municipal haviam mobilizado seus serviços patrimoniais (Condephaat e Conpresp, respectivamente) para participar da seleção de prédios e áreas envoltórias a serem integrados na requalificação urbana (figuras 4 e 5). Entre outros objetos, tais estudos de tombamento e requalificação urbana envolviam sempre o Mercado Municipal, o Museu Catavento e o Parque D. Pedro II, em um padrão de proteção patrimonial que realçasse a identidade regional, de São Paulo, em contraste com formas que reivindicassem a identidade nacional. Licitações para garagens públicas também foram estabelecidas no período, ao

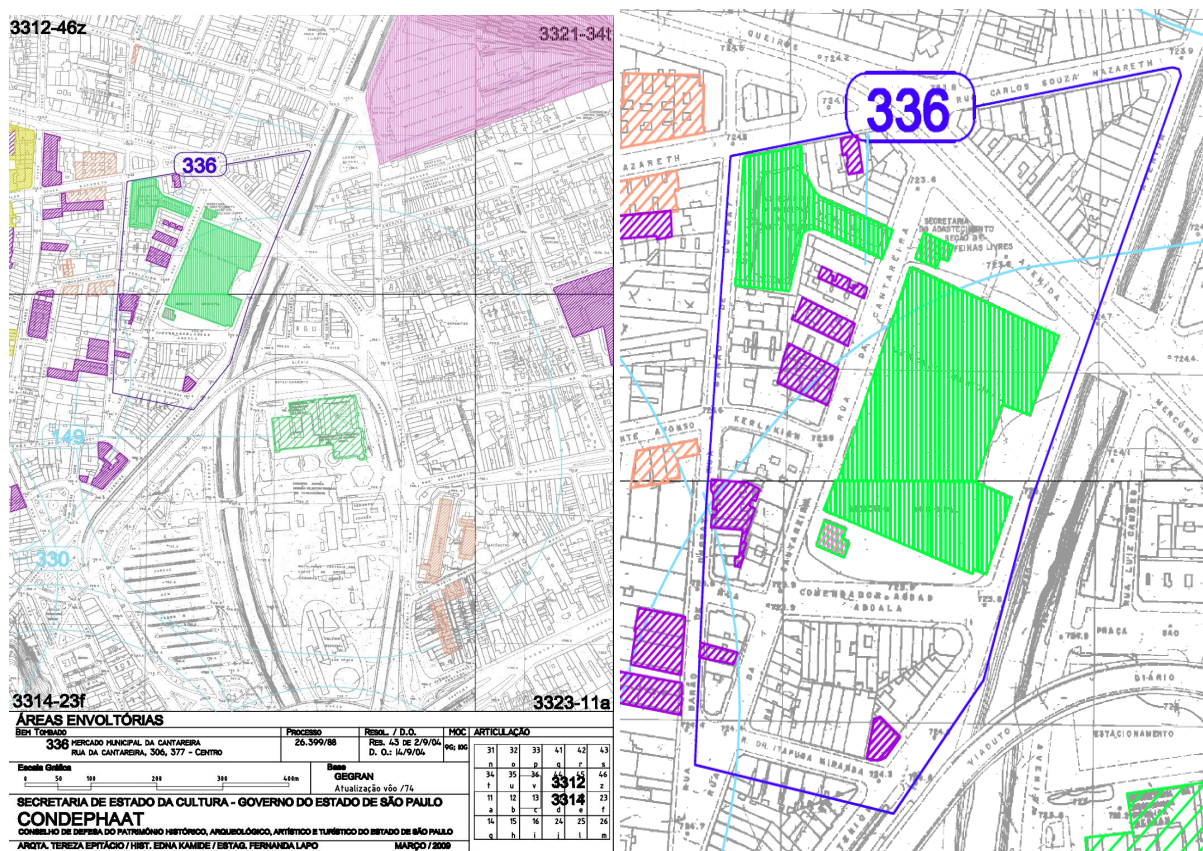
mesmo tempo em que o rio Tamanduateí passou por novas retificações e canalizações e os acessos da Avenida do Estado foram aperfeiçoados. As próprias edificações da prefeitura da cidade de São Paulo foram sendo deslocadas das imediações do Parque do Ibirapuera para o Centro Histórico, como parte desta apropriação.

Os problemas orçamentários e a crise da dívida no Brasil acabaram sucessivamente atrasando, diminuindo ou tornando mais dispersos os efeitos concretos da requalificação urbana do Centro Histórico da cidade. Parte do que foi firmado em lei ou licitado jamais foi implementado. Outros conteúdos permaneceram em fases de estudos técnicos ou ainda só foram realizados ao longo da década de 1990 ou posteriormente. Em 2024, por exemplo, ainda como consequência do processo de requalificação do centro, foi divulgado o plano para que a sede do poder estadual também seja transferida do bairro do Morumbi e para o Centro Histórico. Isso significou que os sinais de deterioração física do Centro Histórico e as disputas

por ele continuavam visíveis e repercutiam em debates públicos. Porém, a construção subjetiva e discursiva que embasaria uma nova territorialidade ao Mercado já se desenvolvia.

A tomada do Mercado Municipal como parte excepcional de uma memória paulistana e de uma estratégia urbanística marcava um divisor de águas: os jornais acumulavam desde então um número maior de registros positivos quando se referia ao equipamento. O Mercado não era mais citado apenas pelo lixo acumulado, pelo trânsito gerado ou pelos preços cobrados. Suas construções passavam a evocar parte importante da história de São Paulo nos jornais, além de ser integrado como um espaço turístico e de lazer que crescia continuamente em relação a sua função de abastecimento. A visita de clientes era entendida como algo mais do que um ato banal, cotidiano. Adentrar o Mercado Municipal passaria a dotar o público de algo propriamente paulistano (Folha de São Paulo, 1987, Fevereiro 19, p. 8).

Figuras 4 e 5 – O reconhecimento do potencial patrimonial do Centro Histórico de São Paulo, 1988-2004



Fonte: Condephaat. (1988/2004). Mercado Municipal da Cantareira. Áreas envoltórias. <http://condephaat.sp.gov.br/benstombados/mercado-municipal-paulistano/>. Folha 336 do estudo patrimonial desenvolvido para o Centro Histórico da cidade de São Paulo

Para que este processo de afirmação do Mercado Municipal pudesse contar com a participação dos feirantes nas esferas políticas consultivas e decisórias, licitações públicas e gestão, os feirantes permissionários se organizaram por intermédio da “Renome - Associação da Renovação do Mercado Municipal Paulistano”. A ideia era de que tal associação pudesse mediar a concessão de permissões de trabalho e orientações sobre as mudanças do espaço edificado do Mercado Municipal e, em casos de conflito de interesse com outras instituições, pudesse fazer valer o ponto de vista dos próprios permissionários. Por se tratar de uma Associação de feirantes, a Renome por vezes encontrava problemas para acompanhar as discussões técnicas e ainda mais participar de licitações. Porém, a ideia era de que estivesse ao menos representada em todas as discussões concernentes ao Centro Histórico. Os permissionários legalizados queriam encontrar nova representatividade e legitimação de sua territorialidade, tal qual pode ser observado no seguinte trecho:

Comerciantes do mercado municipal (...) prometem entrar na Justiça contra a prefeitura para obrigá-la a retirar das imediações do prédio a feira clandestina que funciona à noite e de madrugada no local há mais de 30 anos (...) conta o presidente da Renome (Associação da Renovação do Mercado Municipal Paulistano), José Carlos Siqueira Lopes. Segundo ele, por volta de 300 vendedores atuam do lado de fora do mercado, e o volume de produtos vendidos sem nota fiscal nem controle sanitário já é quatro vezes superior ao comercializado do lado de dentro, onde há 287 boxes de venda de alimentos. (Folha de São Paulo, 2003, Agosto 7, p. 8)

A fiscalização das atividades realizadas se tornava mais frequente e intensa, como fica claro no trecho a seguir:

O secretário municipal de serviços, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, e considerando que a utilização de espaços fora do limite da área constante da permissão de uso, nos Mercados Municipais, fere frontalmente o disposto na Lei Federal nº 8666/93, além de ocasionar problemas de ordem operacional, prejudicando não só a estética como também a circulação dos frequentadores daqueles próprios municipais; considerando, ainda, que, por vezes, as permissionárias fazem uso de áreas excedentes, expondo e comercializando suas mercadorias sem a competente autorização e, portanto, não arcando

com o pagamento do preço público devido por referida ocupação; considerando, ademais, que é vedada às permissionárias a comercialização de produtos não designados no ramo de atividade em que operam, resolve:1) proibir às empresas permissionárias que operam nos Mercados Municipais, a exposição e comercialização de produtos fora do limite da área estabelecida na respectiva permissão de uso. 2) proibir a exposição e comercialização de produtos não designados no ramo de atividade para o qual essas empresas estejam autorizadas a operar. (Secretaria Municipal de Serviços, 2005, Setembro 2, p. 23)

O Mercado Municipal observava, sobretudo ao final do período destacado, a ampliação em número e área ocupada das lanchonetes e restaurantes. Progressivamente, a função de abastecimento cedia área para outros padrões consumo, com produtos preparados na hora. Para tanto, eram favorecidos pelos novos acessos à energia e a ventilação, além de leis que ampliavam o sentido do que era comercializado no Mercado Municipal. Muitos passavam a usar o Mercado Municipal em horário de almoço ou de café da manhã, em meio aos deslocamentos na cidade. Ganhou fama nesse momento o sanduíche de mortadela, conhecido pelo grande volume e, conseqüentemente, pela carga calórica que apresentava. Este sanduíche passou neste período, entre 1988 e 2004, a ser divulgado como símbolo do Mercado Municipal e, em última instância, como um símbolo da cidade de São Paulo.

A valorização simbólica e artística do Mercado Municipal passou a ser retratada na Folha de São Paulo e no Estado de São Paulo. De fato, o Mercado Municipal era apresentado como alternativa de lazer. Os entrevistados nestas notícias que apresentavam o Mercado Municipal como parte de um circuito cultural da cidade muitas vezes o colocavam seja no início do circuito ou no final do mesmo. Para os entrevistados mais matutinos em seus hábitos, o Mercado era o local do café da manhã qualificado pela estrutura patrimonial; por sua vez, para os aderentes da vida noturna paulistana, o Mercado permitia fechar a noite ao abrir nas últimas horas da madrugada. O Mercado Municipal era ainda muito citado em reportagens de grandes cozinheiros e chefs de restaurantes, que ali reconheciam a presença de produtos exóticos, que não poderiam ser facilmente encontrados em outras partes da cidade (Folha de São Paulo, 1988, Março 28, p. 9). Naquilo que se encaixa em nosso artigo, era possível reconhecer a presença crescente de segmentos da classe média em busca de consumo cultural e turístico (Folha de São Paulo, 1987,

Fevereiro 19, p. 8). Falamos, nesse momento, de uma classe média intelectualizada, vinculada às artes, em busca de turismo histórico e consumo cultural, mas que ainda não poderiam ser confundidas em uma popularização maior do Mercado Municipal.

Esta popularização do Mercado Municipal se deu no período entre 2004 e 2024, em meio a um processo de capitalização nos quais os limites para os usos e a sobrevivência feirante foram modificados por novas territorialidades.

4. Novos usos para o Mercado Municipal: exclusões e ampliações (2004-2024)

Uma vez tombado pelo Condephaat e consolidado por uma agressiva campanha de marketing junto aos órgãos de comunicação, o Mercado Municipal iniciou uma etapa mais avançada de capitalização. Reunindo semanalmente cerca de 30 mil visitantes (Castelani, 2023), o Mercado Municipal passou a ser tomado como um alto lugar da vida social paulistana, com atividades que ultrapassavam em muito a busca pelo abastecimento doméstico ou comercial, a vivência dos paulistanos (moradores da cidade) e o padrão de consumo das classes populares. Os supermercados e os Ceasas, com seus amplos estacionamentos e próximos aos eixos de transporte, passaram a dominar o mercado de abastecimento na cidade. O Mercado Municipal mudava o seu público. De acordo com pesquisa de 2012 divulgada pela Prefeitura de São Paulo já divulgava a tendência de que os residentes de São Paulo compunham 47% do público, enquanto os turistas brasileiros já somavam 38% do total (Prefeitura de São Paulo, 2012).

De fato, o século XXI ampliava os padrões de consumo e o alcance do Mercado para extratos da classe média e para o circuito turístico da cidade. Não se tratava mais de uma presença pontual de cozinheiros que procuravam ingredientes frescos ou “achados” na gastronomia local ou tampouco de participantes da vida noturna de São Paulo que começavam (ou encerravam) suas saídas nas visitas ao Mercado Municipal. O Mercado se afirmava no início do século XXI como o destino final de um número cada vez maior de consumidores de classe média que procuravam uma opção de lazer e um número cada vez menor de consumidores que realizava o abastecimento doméstico nos seus limites.

Os produtos consumidos eram reveladores dos novos sentidos do Mercado Municipal: ao invés de frutas regionais, das carnes bovina e avicultura, ou temperos e hortaliças consumidos cotidianamente, parte da alimentação tradicional e regular do paulistano, se procurava no Mercado

aqueilo que era diferente e estrangeiro. O Mercado Municipal se afirmava como um lugar de consumo exótico, por intermédio de frutas como a tâmara e a pitaya, carnes como de javali, frios como o *foie gras*, o bacalhau oriundo do exterior, queijos franceses, e o grande sanduíche de mortadela, tomado como símbolo do Mercado, se mostravam como razões da busca deste novo consumo. O feirante 1 assim qualificava os produtos do Mercado Municipal: “tem muita coisa aqui da Bolívia, da África, muita fruta, achachairu (...), pitaya” (depoimento colhido em 20 de janeiro de 2024). Pelo preço ou pela carga calórica, eram produtos consumidos apenas em dias de lazer, em momentos de festa e não no dia a dia do paulistano. Os adjetivos usados para qualificar o Mercado Municipal foram modificados: falava-se desde então em um Mercado que conectava o paulistano ao mundo, que revelava as ondas de imigração recebidas ao longo do século XX, que permitia um contato com a história da cidade (pela arquitetura) e com um momento de lazer, uma quebra da rotina.

Para tanto, a conclusão do tombamento do Mercado Municipal em 2004 foi um marco, pois definiu a estabilidade da fachada, a proteção dos usos e uma influência sobre o acelerado processo de demolições que se apresentavam na área de entorno. Este posicionamento do Condephaat em 2004 conferia segurança aos feirantes e a Associação Renome, após décadas de conflitos, críticas e ameaças de fechamento entre 1970 e 2000. Porém, esta sinalização de que esta área não estaria diretamente submetida ao mercado imobiliário e às suas dinâmicas não significava de que o capital financeiro perdia influência total sobre o Mercado. Sua territorialidade poderia alterar a disposição dos objetos, alterar o peso dos agentes econômicos dentro do Mercado, potencializar padrões de consumo, selecionar os feirantes ali presentes. Como Sack (1986) havia afirmado, as formas do exercício da territorialidade seriam mais variadas e complexas do que o registro de um “acesso permitido” ou de “acesso negado” aos limites daquele território investigado. Em parte, o capital financeiro e suas formas materiais poderiam se beneficiar do processo de tombamento, como Scifoni (2018) já havia nos prevenido no passado. A pretensão de que a proteção das formas materiais do patrimônio histórico pudesse eliminar qualquer papel das iniciativas privadas no funcionamento do Mercado Municipal não se viu na prática (e, diga-se de passagem, raramente pode ser visto). Repudiamos a visão do tombamento como panaceia dos problemas urbanísticos.

No caso do Mercado Municipal em específico, podemos fazer que a Associação Renome

se vê desafiada pela entrada de novos capitais em meio às licitações promovidas pelo poder público para realizar os investimentos necessários para a preservação ou reforma. A autogestão promovida pela Associação Renome permitia a canalização dos interesses dos feirantes permissionários, mediava conflitos com a prefeitura de São Paulo, promovia certos eventos, mas não conseguia reunir os capitais necessários para investir em novas estruturas materiais que, até 2004, dependeram dos investimentos públicos. Assim, o Mercado Municipal não passou por reformas ou grandes investimentos desde a criação do mezanino e o processo de tombamento de 2004. Em 2021, a prefeitura realizou nova licitação, aberta a novos agentes econômicos, em um modelo de uma parceria público-privada que limitava o processo decisório da Associação Renome (Castelani, 2024). O vencedor do processo de licitação foi o Consórcio Novo Mercado Municipal, formado pela Brain Realty Consultoria Imobiliária AS e o Fundo de Investimento Mercado Municipal, que se comprometeu a investir 83 milhões de reais por uma concessão de 25 anos (Prefeitura de São Paulo, 2021). O Tribunal de Contas do Município, órgão público fiscalizador, tem, desde 2023, questionado o ritmo e a qualidade das reformas estabelecidas pelo Consórcio. No entanto, para os fins deste artigo, o processo de capitalização, transição da gestão e influências no padrão de organização do Mercado seguiram em curso.

Desde o tombamento em 2004, tanto sob a gestão direta da Associação Renome quanto sob os auspícios do Consórcio Novo Mercado Municipal, novos critérios de seletividade têm sido impostos sobre os feirantes. Se as notícias já revelavam ações fiscalizadoras sobre a qualidade dos produtos vendidos no Mercado Municipal desde a década de 1970, a regularidade e as consequências se mostravam diferentes no século XXI. O feirante 5, entre os nossos entrevistados, corroborou essa leitura, ao argumentar que “antes era mais fácil, hoje tem mais exigência da vigilância sanitária” (depoimento colhido em 20 de janeiro de 2024). A partir de 2004, os critérios passaram a ser negociados entre a prefeitura e a Associação Renome como uma estratégia de mercado.

Novos equipamentos foram disponibilizados nestas gestões mais técnicas, como as geladeiras, sistemas de ventilação, garagens para descarga de produtos, controles de ocupação das áreas internas. Equipamentos elétricos (caixas de som, acessos a energia, máquinas para pagamento em cartão de crédito, luminárias etc.) se tornaram comuns no contexto desta fase mais recente. Em entrevistas realizadas em 2023 e 2024 com feirantes

do Mercado Municipal, muitos revelaram que os sons que associavam ao Mercado não eram aqueles das aproximações e pechinchas com clientes, mas o contínuo e onipresente barulho dos sistemas de ventilação e refrigeração, só perfeitamente compreendidos quando da ocorrência da falta de luz no Mercado. Já havíamos no passado feito uma análise semelhante para o processo de reforma e transformação da gestão na Feira de São Cristóvão, situada na cidade do Rio de Janeiro (Valverde, 2011).

De modo análogo, notou-se mudanças de usos nas formas de apropriação dos feirantes. A aproximação, entendida como forma de abordagem do cliente do Mercado Municipal, tentando fazê-lo se interessar pelo consumo das mercadorias de cada estande, se torna alvo de um processo civilizador e disciplinarizador. A aproximação sempre foi uma característica marcante dos usos das feiras-livres, pelo uso do humor, por revelar as diferenças das origens pelos sotaques, entre outros interesses. No entanto, em um contexto competitivo e modernizado pelos aparelhos técnicos, a aproximação por vezes se mostrava excessivamente agressiva, inclusive com conflitos (por vezes violentos) entre os próprios permissionários. Neste início do século XXI, também se questionou se a aproximação seria parte de um “golpe da fruta”, como ficou conhecida a prática de estimular o consumo de frutas caras e vendidas por peso, uma ação que passou a ser fiscalizada por parte da prefeitura de São Paulo. O tal golpe não se referia à qualidade do produto, mas à indução de gastos elevados por parte dos consumidores. Em meio à discussão dos usos do território do Mercado, o controle exercido sobre a aproximação diminuía algo que ainda ligava o Mercado Municipal à feira-livre. O caráter espetacular da música ao vivo ou dos eventos promovidos (natal, copa do mundo, exposições artísticas etc.) substituía o papel da ação mais ostensiva da aproximação e dos ritmos das feiras.

Enquanto prevaleceu o modelo de organização semelhante ao de uma feira livre, a territorialidade exercida por cada estande avançava de modo menos controlado sobre o espaço comum do Mercado Municipal de São Paulo, assim como o caráter provisório, eventual de suas vendas usavam de diferentes estratégias de baixo custo para lidar com as perdas de produtos sem condições de preservação mais onerosas. A partir do tombamento, o Mercado Municipal eliminava da lista de permissionários aqueles que não se adequavam aos novos parâmetros mínimos de investimento, ao pagamento das taxas comuns ou a manutenção da qualidade dos produtos. Progressivamente, a gestão do Mercado Municipal

favorecia aos açougues e peixarias de maior investimento financeiro, às lanchonetes ou aos produtos condimentados. A parte “perecível” do Mercado Municipal diminuía de maneira visível desde então. Era em resposta a este quadro descrito que fazia alusão o discurso do vereador populista e conservador A. Amadeu (2009 novembro 28, p. 150):

Em uma dessas visitas ao Mercado, com o qual tenho uma ligação forte também pelas amizades que datam da época em que meu avô lá exercia o seu comércio, percebi que algo havia mudado; que aquele não era mais o Mercado que nós, paulistanos, conhecíamos e apreciávamos. Onde estão as bancas tradicionais, onde encontramos as melhores iguarias? Como procurar os melhores preços se bancas foram fechadas, alteradas, e as ofertas diminuíram em consequência de uma avalanche de fast food que nos faz lembrar os shopping centers americanizados e sem ligações com nossas raízes? As bancas vazias de compradores e a insatisfação estampada na fisionomia dos permissionários não nos deixam dúvidas: o nosso Mercado, esse importante e tradicional equipamento municipal, foi descaracterizado, perdeu seu prestígio e que, de certa forma, foi roubado da população. Mas é à essa população que ele se destina. É o interesse público que deve ser satisfeito através dos equipamentos públicos.

O maior símbolo desse processo de capitalização do Mercado Municipal poderia ser encontrado na inauguração do mezanino em 2004. Este nível superior permitia o aproveitamento de nova área construída, com pontos de vista privilegiados tanto para os estandes tradicionais, quanto para os antigos vitrais do Mercado (figura 6). O mezanino foi inteiramente dedicado aos restaurantes, lanchonetes e à música ao vivo, que ganhavam lugar no Mercado Municipal de São Paulo. Tal mezanino constituía uma nova afluência ao Mercado em horário de almoço, durante a semana, além de reafirmar o potencial turístico da construção. Chama atenção de que a posição em um andar superior afirmasse diferença marcada nos usos, uma vez que, no andar inferior, ainda estivesse organizado pela inspiração e origem na feira-livre, enquanto a posição no andar superior marcasse um novo padrão de territorialidade e relação entre os permissionários e os consumidores. Nesta área superior, o consumo eliminava a pechincha de preços, a pesagem dos produtos, as aproximações entre os feirantes e os consumidores, assim como

dificultava a familiaridade das relações sociais entre ambos. De fato, no mezanino, as relações se assemelhavam aqueles contatos breves e impessoais observados em quaisquer outros restaurantes da cidade de São Paulo. Não restam dúvidas, no entanto, que tais atividades traziam novas gerações a um Mercado que havia sido ameaçado de suspensão de atividades, seja por problemas de higiene ou de deterioração das estruturas físicas, durante a década de 1990. Em meio ao debate do novo ciclo de investimento trazido pelo Consórcio Novo Mercado Municipal, o plano é o de triplicar a área disponibilizada para o mezanino, podendo cobrir uma parcela ainda maior do andar térreo com sua estrutura metálica.

Em meio ao novo “loteamento” do Mercado Municipal, mudanças e permanências puderam ser observadas. Os estandes de frutas, de carnes, de temperos e condimentos e de peixes continuaram participando de modo ativo do cotidiano. Tais atividades dominavam o andar inferior e garantiam a maior parte das atividades todos os dias durante o período diurno. Desde as primeiras horas da manhã, os estandes eram abastecidos, organizados, enquanto os trabalhadores assumiam seus postos e animavam as atividades do Mercado Municipal como um todo. As aproximações ainda eram comuns, ainda que vigiadas pela fiscalização municipal. Os produtos tradicionais dividiam lugar com produtos exóticos que, nesta fase, passaram a ter maior projeção. No ritmo das atividades do Mercado Municipal, a territorialidade destes estandes se mostrava mais forte até as 16 horas. O mezanino, com seus restaurantes e música ao vivo, trouxe muitos novos clientes ao Mercado Municipal, ampliou a área construída e definiu novos usos. Marketing e turismo auxiliavam a torná-lo valorizado pelo capital movimentado, ainda que, nesse processo, se perdesse parte do sentido original de um antigo mercado de abastecimento urbano. Em termos do retorno econômico, dos investimentos e da contratação de novos trabalhadores, este mezanino definitivamente se diferenciava dos estandes do andar inferior. Seu crescimento emulava os pontos da vida noturna da cidade de São Paulo, como os bairros de Pinheiros, Barra Funda, Bixiga e Bela Vista, com atividades que se iniciam no horário do almoço e avançavam posteriormente. É grande a pressão por maior área a ser dedicada a este padrão de uso do Mercado Municipal, como pode ser observado nos planos de ampliação do mezanino (Folha de São Paulo, 2024, Abril, p. 23).

Figura 6 – O mezanino como símbolo da requalificação urbana

Fonte: Sailko. São Paulo, mercado municipal, terrazza 01 21/11/2013. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sao_paulo,_mercado_municipal,_terrazza_01.JPG. Creative Commons Attribution 3.0 Unported license. Os dois níveis do Mercado Municipal recém reformado.

Nesse contexto, a despeito do tombamento, se consolidou a afirmação do Mercado Municipal como um alto lugar da vida social paulistana, rico em sua estrutura material, simbólico por sua atividade econômica, importante ponto de valorização turística, parte integrante das fases do urbanismo da cidade e dotado de memórias e vivências específicas. O risco da demolição ou suspensão de suas atividades não foi mais encontrado em meio aos seus registros nos arquivos do Diário Oficial ou nas demais plataformas de dados que consultamos. A conservação das formas materiais, entretanto, não eliminou o interesse do Mercado Municipal para o capital financeiro e tampouco impediu, pelas regras de uso, que uma parte daquilo que o caracterizava fosse reduzido ou transformado. As novas classes e os novos padrões de consumo conferem novos retornos econômicos que afastaram o Mercado Municipal de uma dinâmica de feira-livre, mas renovaram as suas capacidades em participar de uma cidade marcada pela grande circulação do capital.

5. Considerações finais

Em nosso artigo, chamamos atenção para o dinamismo do Mercado Municipal em diferentes

fases (1970-1986, 1986-2004 e 2004-2024), por intermédio de usos distintos da sua área interna e pela ação intencional de seus feirantes, do poder municipal e de alguns fundos de investimento. Ao fazê-lo, estamos certos de que cada um destes períodos, usos e agentes poderiam, em si mesmos sustentar uma investigação geográfica individualizada. Porém, acreditamos que os colocar simultaneamente nos limites de um mesmo artigo nos permite entender de modo mais preciso os conflitos e dilemas de diferentes territorialidades em competição (Valverde, 2004).

Ao fazê-lo, o artigo nos permitiu refletir sobre os limites que as políticas de proteção patrimonial foram capazes de interferir no ordenamento do Mercado Municipal. Como vimos, o tombamento realizado em 2004 pelo Condephaat inaugurou uma nova fase no Mercado, ao descartar boatos de demolição e exigir que quaisquer soluções de reforma fossem acompanhadas de estudos técnicos e manutenção das características construtivas. Em parte, o tombamento defendia a permanência dos usos em sentido mais geral, com a manutenção de um formato de feira em uma estrutura construída permanente, mas permitia a incorporação de novas atividades e mudanças que era comercializado. Este limite não se tratava apenas

do caso do Mercado Municipal, pois era aplicável a quaisquer outras formas de proteção das formas materiais. Como instrumento de intervenção urbana, o tombamento é muito mais efetivo no controle das formas e fachadas do que para limitação dos usos que são feitos destas construções. Ainda que pudesse ser acompanhada de políticas de registro do patrimônio imaterial, a dificuldade em manter estável a vida social condicionaria os seus resultados. Deste modo, o tombamento do Mercado Municipal não reduziu o caráter especulativo ou a pressão do capital sobre os seus limites, apenas reorientou as suas ações.

De modo semelhante, o artigo ainda questionou a ideia de que uma ação autogestionada, ou seja, animada pelos próprios feirantes permissionários, acarretasse necessariamente em um equilíbrio de forças, ou seja, em uma estabilidade dos usos e manutenção dos valores e sentidos originais de um mercado popular. No entanto, a necessidade de justificar o retorno econômico e social do Mercado Municipal diante da sociedade, exigia novos investimentos e, como consequência, a busca de novos clientes ou de parcerias econômicas. O Mercado Municipal entre 1970 e 1990 era acusado de ser corrupto na aferição dos pesos e valores dos produtos, poluidor pelo acúmulo de lixo, vilão das frequentes enchentes do rio Tamandateí pelo entupimento, indutor de focos de engarrafamento, concentrador da população em situação de rua e da violência urbana em sua área de entorno, além de uma forma material deteriorada e obsoleta. Os permissionários autogestionados deveriam então procurar justificar a sua permanência no Centro Histórico da cidade em meio às pressões pela mudança. A estratégia conduzida foi aquela de renovar a territorialidade, de modo mais controlado e modernizado, bloqueando as justificativas dos projetos de transferência e de demolição que foram aplicados para outras construções do mesmo bairro (vide Edifício Vito). A autogestão não significava então isolamento do restante do mundo, nem obrigatoriamente a manutenção dos usos tradicionais ou o “congelamento” de modos de organização territorial. Inclusive, como visto no caso do Mercado Municipal de São Paulo, a associação dos permissionários foi utilizada como forma de induzir as mudanças de modo menos conflituoso para os novos investidores.

Nosso artigo ainda trouxe provocações em relação à leitura de que o processo de capitalização (ou de “gourmetização”) do Mercado Municipal significaria a redução total do seu interesse social ou de sua participação na sociedade. A quem pertence o Mercado Municipal? Aos feirantes mais antigos, partícipes da Associação Renome, aos Consórcio

vencedor do processo licitatório, à Prefeitura de São Paulo, ao público que o frequenta (novo ou tradicional)? As mudanças nas formas tradicionais de organização e de realização do Mercado pode e deve ser investigadas em diferentes geografias. O processo de ampliação da influência do capital sobre o referido Mercado precisa urgentemente ser documentado e alvo de polêmicas nas esferas da política. Porém, o que não pode ser questionado é que o Mercado Municipal ampliou a frequência de visitantes, faz parte agora de uma política de requalificação urbana do Centro Histórico e que se afirma em meio a uma cidade no qual o preço da terra e a especulação imobiliária predominam. De modo sintético, a “gourmetização” pode ter comprometido parte importante da autenticidade do Mercado Municipal, mas não eliminou o seu interesse social e nem destruiu as suas formas espaciais. Em nome de uma visão política, por vezes geógrafos e outros cientistas sociais induzem a uma leitura simplificada e definitiva que não corresponde ao observado.

No que tange ao conceito de territorialidade, podemos ainda considerar de que este conceito se realiza por intermédio da competição. Assim, este artigo confere visibilidade às territorialidades sobrepostas umas às outras, ao invés de um registro de uma única territorialidade como muitas vezes se vê em trabalhos de Geografia. A diferença de capitalização e recursos entre os agentes são informações significativas, mas não deveria impedir que sejamos capazes de atribuir territorialidade aos trabalhadores do Mercado. Suas estratégias participam do equilíbrio de forças. Tentamos então salientar como tais forças são vistas, para além do reconhecimento das identidades ou do registro do desnível econômico entre os agentes.

Por último, este artigo procurou contribuir ao conferir visibilidade às diferentes estratégias para influenciar o comportamento de outros grupos de interesse (ou classes) em meio a conversão do Mercado Municipal de um centro problemático do abastecimento urbano da cidade de São Paulo em um ponto turístico e de consumo de produtos exóticos. As territorialidades se marcam tanto em sentido simbólico e cultural, quanto em perspectiva de poder econômico e político, em um processo contínuo de disputas, demarcações e posicionamentos.

6. Contribuições dos autores:

Rodrigo R. H. F. Valverde: conceituação; metodologia; análise formal; investigação; escritura original, preparação do borrador; redação – revisão

e edição; recursos; curadoria de dados; administração do projeto; aquisição de fundos.

Lucas Muzio V. Cunha: conceituação; metodologia; análise formal; investigação; escritura original, preparação do borrador; redação – revisão e edição; recursos; curadoria de dados; administração do projeto; aquisição de fundos.

Gabriel P. Kazukas: conceituação; metodologia; análise formal; investigação; escritura original, preparação do borrador; redação – revisão e edição; recursos; curadoria de dados; administração do projeto; aquisição de fundos.

Letícia Maria Vieira: conceituação; metodologia; análise formal; investigação; escritura original, preparação do borrador; redação – revisão e edição; recursos; curadoria de dados; administração do projeto; aquisição de fundos.

7. Referências bibliográficas

- Amadeu, A. (2009, Novembro 28). Expediente. *Diário Oficial da Cidade de São Paulo*. São Paulo: Prefeitura da Cidade de São Paulo.
- Castelani, C. (2023, janeiro 14). Mercado de SP faz 90 anos e tenta virar atração gastronômica 24 horas, apesar de degradação. São Paulo, *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/01/mercado-de-sp-faz-90-anos-e-tenta-virar-atracao-gastronomica-24-horas-apesar-de-degradacao.shtml>
- Condephaat. (2017). Mercado Municipal Paulistano. São Paulo, Estado de São Paulo. <http://condephaat.sp.gov.br/benstombados/mercado-municipal-paulistano/>
- Costa, E. (2021). Planificación urbana posible, imaginario, existencia y cultura. *Tempo Social*, 33(1), 91-120. <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2021.164522>
- Costa, E. & Alvarado-Sizzo, I. (2023). Mercados y tianguis, usos del territorio y patrimonio territorial latinoamericano en México. *Revista Geográfica Venezolana*, 64(1), 96-115. <https://doi.org/10.53766/RGV>
- Folha de São Paulo (2024, Abril 23) Concessionária do Mercado de SP promete restaurante panorâmico e ampliação do mezanino. São Paulo, *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2024/04/concessionaria-do-mercado-de-sp-promete-restaurant-panoramico-e-ampliacao-do-mezanino.shtml>
- Folha de São Paulo (2003, Agosto 7). Comerciante cobra ação contra feira ilegal. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1989, Janeiro 19). Obras recuperam prédios e praças. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1988, Março 28). Gourmets indicam onde comprar. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1988, Fevereiro 17). O projeto do Parque D. Pedro. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1987, Fevereiro 19). Mercado, templo da gastronomia de São Paulo. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1982, Janeiro 25). Trecho canalizado não apresentou inundações. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1979, Agosto 10). Nas feiras-livres e mercado, um grande susto: os preços. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1979, Janeiro 26). Enchentes, presente que já é uma rotina. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1978, Novembro 11). Egídio e Setúbal acompanham Lembo na campanha, esta manhã. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1977, Setembro 28). Duas novidades na área do Mercado. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1976, Junho 19). Carne podre no Mercado Central de São Paulo. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1975, Setembro 2). Primeiros ataques contra a decisão de Setúbal. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1974, Setembro 23). 3800 apreensivos num edifício. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1974, Junho 11). Motorista vê tudo igual sempre. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Folha de São Paulo (1973, Novembro 14). Em 1974, São Paulo terá terminal atacadista na Zona Norte. São Paulo, *Folha de São Paulo*.
- Frugoli Jr., H. (1995). *São Paulo: espaços públicos e interação social*. São Paulo: Marco Zero.
- Mascarenhas, G. & Dolzani, M.C.S. (2008). Feira-livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. *Ateliê Geográfico*, 2(2), 72-87. <https://doi.org/10.5216/ag.v2i2.4710>
- Monbeig, P. (1984). *Pioneiros e fazendeiros de São Paulo*. São Paulo: Hucitec.
- Prefeitura de São Paulo. (2021). Prefeitura assina contrato de concessão e garante investimento mínimo de R\$ 83,150 milhões para restauro e reforma do Mercado Municipal.

- <https://capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-assina-contrato-de-concessao-e-garante-investimento-minimo-de-r-83-150-milhoes-para-restauro-e-reforma-do-mercado-municipal>
- Prefeitura de São Paulo. (2012). Pesquisa aponta perfil dos frequentadores do Mercado Municipal Paulistano. <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/comunicacao/noticias/?p=108749>
- Santos, M. (2004). *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. São Paulo: Edusp.
- Scifoni, S. (2018). O patrimônio como negócio. In A. Carlos, I. Alvarez & D. Volochko (Ed.). *A cidade como negócio* (pp. 209-228). São Paulo: Contexto.
- Secretaria Municipal de Serviços. (2005, Setembro 2). Portaria n.º 003/SES-SGAB/2005. *Diário Oficial da Cidade de São Paulo*. São Paulo: Prefeitura da Cidade de São Paulo.
- Souza, M. (2000). *O desafio metropolitano: um estudo sobre a problemática sócio-espacial nas metrópoles brasileiras*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.
- Valverde, R. (2024). *O jogo da amarelinha: saltos para a institucionalização da Geografia Cultural no Brasil*. São Paulo: FFLCH/USP.
- Valverde, R. (2011). Transformações da Feira de São Cristóvão: recriando o lugar do migrante. *Revista Mercator*, 10(21), 81-90. <https://doi.org/10.4215/RM2011.1021.0005>
- Valverde, R. (2004). Transformações no conceito de território: competição e mobilidade na cidade. *Revista Geosp – espaço e tempo*, 8(1), 119-126. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geosp.2004.123877>