



OS MERCADOS PÚBLICOS NA HISTÓRIA

Public Markets in history

Adriana Maurer Horbach¹; Natalia Hauenstein Eckert²

Resumo: O objetivo da pesquisa é apresentar a evolução dos mercados públicos mundialmente e os primeiros espaços de comercialização dos produtos onde eram realizadas as feiras livres de agricultura familiar, bem como, sua evolução no estado do Rio Grande do Sul. No Brasil, os mercados públicos são destaque atualmente por suas estruturas históricas, já que esse tema se baseia na agricultura familiar, a qual possui um menor incentivo e fomento no meio econômico, devido ao crescimento das grandes redes de supermercados e hipermercados. Essa prática histórica é de grande importância para o desenvolvimento da população, por interligar o meio de produção de alimentos mais saudáveis e de origem natural ao contato direto com o consumidor final. No contexto Rio-grandense, a história mostra as feiras livres de forma menos presente na região, fazendo com que buscassem os produtos nos Estados mais próximos, através dos tropeiros, realizando a prática das trocas.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Primeiros mercados. Turismo.

Abstract: The objective of this research is to present the evolution of public markets worldwide and the first commercialization spaces of the products where family farming free fairs were held, as well as their evolution in the state of Rio Grande do Sul. In Brazil, as the public markets They are currently highlighted for their historical structures, since this theme is based on family farming, which has less incentive and encouragement in the economic environment, due to the growth of large supermarket chains and hypermarkets. This historical practice is of great importance for the population's development, since it connects the means of production of healthier and natural foods to the direct contact with the final consumer. In the context of Rio Grande, history shows the free fairs less present in the region, making them look for products in the nearest states, through tropeiros, performing the practice of exchanges.

Keywords: Family agriculture. First markets. Tourism.

1 INTRODUÇÃO

Desde os anos 70 as pessoas passaram a abandonar o campo para viver em núcleos urbanos e trabalharem na cidade. Hoje, os jovens brasileiros nascidos no meio rural continuam

¹ Discente do curso de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: adriana.maurer@hotmail.com

² Mestra. Docente do curso de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade de Cruz Alta – Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: eckert@unicruz.edu.br



a abdicar da agricultura e da vida no interior para procurar emprego no meio urbano. As razões para isso continuar acontecendo ainda são as mesmas, pois o campo continua sendo considerado uma área atrasada, que acarreta invisibilidade social, devido à falta de políticas públicas, as quais excluem os indivíduos da produção rural e oferta de possibilidades de uma condição social melhor (OLIVEIRA; RABELLO; FELICIANO, 2014).

A industrialização e mecanização do campo integraram apenas uma parte dos agricultores familiares e agroindústrias. As empresas auxiliam estes produtores com assistência técnica, instrumentos tecnológicos para a produção e as aquisições dos insumos. Fazendo com que assim, um determinado grupo de trabalhadores, que não tem capital para estes investimentos, seja excluído. E, sem recursos, acabam se somando ao grande número de população pobre rural ou migram para as periferias das cidades a procura de emprego (PUNTEL, PAIVA, RAMOS, 2011).

Por outro lado, os mercados agrícolas estão ganhando um novo impulso com expansão da demanda internacional e com isso possuem grande destaque no comércio de alimentos, matéria-prima e biocombustíveis. Porém, existe a incapacidade destes mercados em compor uma alternativa para famílias rurais desfavorecidas de experiências para a nova dinâmica desse mercado. Então passam a trabalhar em “mercados alternativos” que coexistem com os comércios já existentes. Porém, esse processo não está se desenvolvendo de forma hábil, o que se faz necessária a análise de inserção de novos mercados voltados ao meio rural, para seu desenvolvimento e iniciativas de novas dinâmicas (CONTERATO et al., 2013).

Entende-se que no passado, os mercados existiam para suprir as necessidades de sobrevivência dos povos. Atualmente, desempenham um papel importante na produção dos espaços urbanos, muitas vezes sendo o principal meio para o surgimento dos centros urbanos. Criando novas fontes de abastecimento para as cidades e retirando a exclusividade dos supermercados para o comércio alimentício da população, fazendo com que se crie uma ruptura de costumes, nas quais os moradores passam a observar o lugar como uma forma mais tradicional, ligada a identidade daquele local (BRANDÃO; FILHO, 2012).

Em razão dessa importância, o presente trabalho apresenta uma análise histórica desses locais em nível Internacional e Nacional, destacando os principais modelos e estabelecimentos que marcaram a comercialização dos produtos da agricultura familiar.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS



Para elaboração da pesquisa foram sistematizados estudos bibliográficos, artigos e sites relacionados ao tema. A seguir é apresentado o Quadro 1 com a relação das datas e autores pesquisados para a apresentação dos resultados.

Quadro 1: Referências utilizadas para os resultados.

AUTOR	ASSUNTO
ABIKO; ALMEIDA; BARREIROS.	Homem e a produção agrícola.
VARGAS.	Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio.
PITAUDI.	Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana.
CARVALHO.	Ecossistema e Impactos ambientais nos Espaços Urbanos e Rurais.
REGO; BOVO; TOWS.	O papel do mercado municipal no contexto da urbanização de Campo Mourão (PR) Brasil.
GUIMARÃES.	Mercado Central de Santiago do Chile.
GARREFA.	O shopping Center em Ribeirão Preto, especificidades e tendências.
SANTOS.	Conheça as novas opções gastronômicas do mercado municipal de São Paulo.
SANTOS; CHAVES.	A permanência do comércio tradicional: o mercado da Pedreira.
BOROUGH.	A History Of Borough Market.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2019.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

No início do período neolítico surgiram as primeiras moradias, quando o homem deixou de ser nômade e ir em busca de seu alimento, para se fixar em um determinado local e desenvolver a prática de pastoreio e agricultura. Nesse período passou a cultivar sementes, domesticar alguns animais, fabricar objetos de cerâmica e conseqüentemente iniciar as



modificações do meio ambiente. Em função das diversidades dos alimentos para consumo, por volta de 1.500 a.C., começaram a existir locais de troca, aonde o pastor que possuía animais, os negociava por produtos agrícolas dos agricultores, melhorando então, o desenvolvimento da sociedade. Através das mudanças que essas trocas proporcionaram, foram se desenvolvendo aldeias, que a partir disso, de forma muito repentina, ocasionaram no surgimento da cidade, que se desenvolveu muito mais rápido exponencial (ABIKO; ALMEIDA; BARREIROS, 1995).

Surgiram assim as primeiras referências sobre feiras, unidas ao comércio, as festividades e dias santos. Os marcadores vinham de lugares distantes trazendo os produtos para troca, pois tudo o que precisavam, conseguiam através do escambo (CARVALHO, 2011).

A existência das praças, feiras e *halles*, aconteceram antes do surgimento dos mercados públicos, na Europa durante a Idade Média. Nestes locais aconteciam as vendas de produtos que também englobavam parte das origens dos mercados públicos. Os *halles* são construções em espaços abertos medievais, destinados para exposições e vendas de mercadorias. O *Halle de Bruges*, na Idade Média era um dos mais importantes comércios da Europa e ainda permanece como patrimônio da cidade (SANTOS, 2015).

A primeira feira livre de Portugal foi registrada em 1229, na qual funcionava trimestralmente durante uma semana. Com o passar dos anos, foram multiplicando-se os números de feiras e conseqüentemente, o engrandecimento dos rendimentos da coroa portuguesa, os quais se deram a partir do aumento comercial interno (CARVALHO, 2011).

O surgimento dos mercados públicos se deu no século XIX, nos países europeus. Esses locais eram considerados equipamentos comerciais de abastecimento e que possuíam elementos importantes dentro do contexto de relações comerciais, suprimindo as necessidades de mantimentos das populações das grandes cidades (SANTOS, CHAVES, 2016). Os europeus conseguiam tudo o que precisavam, porém quando algo faltava, ainda recorria para a opção de troca. Os comerciantes desses locais muitas vezes percorriam grandes distancias, para que pudessem inserir seus produtos no mercado em horários e pontos estratégicos para se tornarem atrativos à venda (CARVALHO, 2011).

Para facilitar o controle sobre as trocas de mercadorias e as fontes dos produtos, foi criado o mercado público, como forma de centralizar o comércio e facilitar a administração. Com isso, começam a surgir os mercados fora das muralhas das cidades, como o localizado na *Plaza Del Angel* em Barcelona, mas esse mercado se tornou insuficiente, por possuir foco no abastecimento de trigo. Então apareceu o mercado de *El Born* na cidade, inaugurado em 1876,



onde também aconteciam os torneios e festas religiosas, o espaço era para múltiplos usos, conforme Figura 01 (PITAUDI, 2006).

Figura 01 – Mercado *El Born*, Barcelona.



Fonte: Savall, (2016).

De acordo com Vargas (2001), os mercados eram constituídos por um grande número de lojas, que eram locadas em um determinado perímetro, e destinadas à comercialização dos produtos em barracas sem coberturas e divisões. Em seguida, passaram a se preocupar com as condições sanitárias destes locais abertos e que a demanda era cada vez maior, dos produtos comercializados.

O mercado da Boqueria, como mostra a Figura 02, inicialmente constituído no século XIII, em Barcelona, é o local onde se vendiam frutas e verduras desde 1217. No século XIX foi edificado e coberto. Em 1837 passaram a instalar barracas no local, que foi solicitado como terras públicas, mas em 1842 desapropriaram casas para ampliações no local de vendas do mercado. Atualmente o mercado possui 13.631 m², tornando-se o maior mercado da Espanha, conhecido culturalmente e muito frequentado (PITAUDI, 2006).

Figura 02 – *Mercat de la Boqueria*, 2005.



Fonte: Dresdner, (2018).



Pitaudi (2006), ainda cita que em Barcelona, os mercados são importantes centros de abastecimento, atualmente com 41 estabelecimentos que abrigam 40% dos comerciantes do gênero alimentício na cidade. Por outro lado, existem diversos outros empreendimentos, como supermercados e hipermercados, que removem a exclusividade dos mercados públicos, por terem outras políticas de venda e varejo de produtos alimentícios e também ocupam um espaço maior e as finanças da cidade.

Em Paris, o primeiro mercado chamava-se *marché Palu*, localizado na *Place de Grève*. No ano de 1137, foi implantado um mercado ao ar livre. Em seu local posteriormente foi construído o *Les Halles*, ilustrado na Figura 03, que funcionava três dias da semana e atraía comerciantes que vendiam os produtos, mas foi demolido em 1971 pelo governo. No século XX, os mercados ficaram submetidos às leis e assim as necessidades e resultados se adequaram os diferentes tipos de vida e começaram a evoluir (PITAUDI, 2006).

Figura 03 – *Les Halles*, Paris.



Fonte: McCall, (2011).

Com as mudanças nos sistemas de produção e de comercialização do setor de varejo, houveram transformações na população e no funcionamento das cidades, surgindo as principais mudanças no setor terciário, que impactou o comércio de abastecimento, os supermercados. No ano de 1930 os primeiros supermercados surgiram nos Estados Unidos, após a crise econômica de 1929 (VARGAS, 2001). A troca deixou de ser prioridade na constituição dos comércios e cedendo lugar aos conceitos de marketing, controle e operação, aumentando o consumo de produtos desnecessários e sem grande serventia, o que ocasionou à perda entre o contato direto do comerciante com o cliente (SANTOS, CHAVES, 2016).

Atualmente alguns Mercados Públicos ainda possuem destaque e são bastante frequentados, possuem infraestrutura adequada para a comercialização de produtos e a



permanência dos usuários. Além disso, são ofertados diferenciais que fazem com que o público se sinta atraído e retorne ao mercado, explorando principalmente a cultura e as características locais.

No Chile, o Mercado Central de Santiago, como mostra a Figura 04, é atualmente um importante ponto turístico, que foi nomeado Monumento Histórico em 1984. Seus atrativos são a beleza da arquitetura e a culinária típica chilena, além do oferecimento de produtos locais para atração de turistas (GUIMARÃES, 2014).

Figura 04 – Mercado Central de Santiago, Chile.



Fonte: Guimarães (2014).

Em Londres, o *Borough Market*, é o mercado mais antigo, possuindo mais de 1000 anos. O local passou por diversas reformas, possuindo assim diferentes estilos arquitetônicos em suas fachadas. O local ainda atrai visitantes de todas as partes, por estar em funcionamento diariamente (BOROUGH, 2017).

Desde a época do Brasil colônia, o comércio agrícola tem importante papel, não só com o abastecimento dos moradores, mas como elemento de estrutura para a própria organização social e econômica. É nesse período que se identificam regiões e realidades muito distantes, persistindo em um traço sociocultural (CARVALHO, 2011).

De acordo com Carvalho (2011), o início da comercialização de produtos agrícolas foram em feiras livres, que ao longo dos anos foram se estruturando e adequando com as necessidades, até que se tornaram mercados públicos. Uma das primeiras feiras livres existentes foi a de Caiçara.



A feira livre de Caiçara acontecia aos domingos, os produtos eram expostos no chão em cima de esteiras ou em barracas. No final dos anos 30, a feira precisou mudar de localização, para auxiliar no crescimento da parte alta da cidade e por motivos de alagamentos no local onde estava instalada anteriormente (CARVALHO, 2011).

O surgimento do mercado público de Caiçara foi em 1940, quando a feira passou para a parte alta da cidade, em 2009 foi ampliada, se tornando uma reconstrução do Mercado Público Municipal (CARVALHO, 2011).

No fim do século XVIII e no decorrer do século XIX surgiram vários centros urbanos e junto desses centros, apareceram outros mercados públicos. Em São Paulo, foi no século XVIII que se iniciou a venda de produtos. Em 1860 foi inaugurado o Mercado Municipal ilustrado na Figura 05 (PINTAUDI, 2006).

Figura 05 – Mercado Municipal de São Paulo/SP.



Fonte: Santos, (2019).

Belém também inaugurou um mercado em 1940, no local onde aconteciam as tradicionais feiras livres da cidade. A construção do mercado se deu em virtude de ofertar melhores condições básicas de higiene, para possibilitar a continuidade de vendas das mercadorias (SANTOS; CHAVES, 2016).

A cidade de Campos do Morão teve seu Mercado Público no ano de 1968, o projeto foi de autoria do engenheiro Luiz Gubert, contendo oito bancas, vinte e seis lojas, quatro açougues e um bar. Porém, em 2009, aconteceu um incêndio que atingiu todo o local, que só conseguiu retornar as atividades em 2011, através de reformas (RÊGO; BOVO; TÖWS, 2013).



Segundo Pintaudi (2006), os mercados públicos sofreram diversas modificações com o decorrer dos anos, referentes à importância e as suas funções. Com o intuito de manter os clientes antigos e conquistar novos, os mercados públicos têm passado por alguns processos lentos de revalorização, com melhorias na qualidade dos ambientes onde estão inseridos, assim como seu entorno e na melhoria dos serviços, visando atender as necessidades da atualidade.

Além do mais, os primeiros supermercados do Brasil surgiram na década de 1950, em São Paulo, mas só receberam o reconhecimento na década de 1960, por motivos de existir as preocupações com a higiene e o aumento da variedade de produtos que eram mais desenvolvidas nos supermercados (GARREFA, 2015).

Atualmente, os mercados públicos ainda resistem às transformações do comércio por algumas razões, mesmo não tendo mais atração comercial do passado, se empenham para trazer novidades para os centros urbanos atendendo as regras do desenvolvimento atual do capitalismo (PINTAUDI, 2006).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento dos Mercados Públicos marcou uma das evoluções mais importantes para o homem. Quando deixaram de ser nômades para cultivar seu próprio alimento, surgiram as aldeias e posteriormente as cidades, tornando sua qualidade de vida melhor e a comercialização da própria produção passou a ser cada vez mais comum. Hoje, são locais que preservam as tradições de comércio e turismo, sendo ambientes procurados pelos usuários diariamente, que valorizam a cultura local e disponibiliza produtos regionais com qualidade o consumo.

Estes lugares auxiliam na compreensão de que o mercado público está à disposição daqueles que se adaptam as diferenças sociais do espaço urbano. E que atualmente ainda ocupam espaços centrais e vitais importantíssimos na malha urbana, marcando suas origens e tradições, e permitindo que elas possam ser transferidas para as futuras gerações (PINTAUDI, 2006).

REFERÊNCIAS

ABIKO, Alex Kenya; ALMEIDA, Marco Antonio Plácido de; BARREIROS, Mario Antônio Ferreira. **Urbanismo: História e Desenvolvimento**. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Construção Civil. 1995. Disponível em:<



<http://reverbe.net/cidades/wp-content/uploads/2011/08/urbanismo-historiaedesenvolvimento.pdf>>. Acesso em: 09 de abril de 2019.

BOROUGH, Market. **A History Of Borough Market**. 2017. Disponível em: <<http://boroughmarket.org.uk/>>. Acesso em: 01 de maio de 2019.

BRANDÃO, Pérola Dy Carly Ramos; FILHO, Severino Alves de Lucena. **O Mercado Público Central de João Pessoa como Polo Gastronômico e Turístico**. Trabalho publicado nos Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Turismo e Paisagem: relação complexa. Universidade de Caxias do Sul. 2012. Disponível em <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/o_mercado_publico.pdf>. Acesso em: 16 de março de 2019.

CARVALHO, Pedro Alves de. A feira livre no município de Caiçara/PB. **Ecosistema e Impactos ambientais nos Espaços Urbanos e Rurais**. Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. 2011. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/974/1/PDF%20-%20Pedro%20Alves%20De%20Carvalho.pdf>>. Acesso em: 26 de março de 2019.

CONTERATO, Marcelo Antonio et al. **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. (Difusão IEPE/UFRGS). Disponível em: <http://www.ufrgs.br/pgdr/publicacoes/livros/outras-publicacoes/mercados-e-agricultura-familiar-interfaces-conexoes-e-conflitos>>. Acesso em: 09 de abril de 2019.

DRESDNER, Kayla. **St Josep La Boqueria Barcelona**. 2018. Disponível em: <http://wineviews.info/st-josep-la-boqueria-barcelona/>>. Acesso em: 09 de abril de 2019.

GARREFA, Fernando. **O shopping Center em Ribeirão Preto, especificidades e tendências**. Publicado no III Colóquio internacional. Universidade Federal de Uberlândia. Minas Gerais. 2015. Disponível em http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/049-garrefa.pdf.

GUIMARÃES, Rosi. **Mercado Central de Santiago do Chile**. Site Nós no Chile. Disponível em: <https://nosnochile.com.br/mercado-central-de-santiago/>>. Acesso em: 01 de maio de 2019. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/cruz-alta/panorama>> Acesso em: 20 de março de 2019.

MCCALL, Rachael. **Les Halles: A Series of Unfortunate Events**. Junho, 2011. Disponível em:<https://static1.squarespace.com/static/50cd3652e4b0e1a121803a62/t/51ea5ec4e4b077fcc27a6dd4/1374314180124/2011_RMCall_LesHalles.pdf>. Acesso em: 10 de abril de 2019.

OLIVEIRA, Luciano Benini de; RABELLO, Diógenes; FELICIANO, Carlos Alberto. **Permanecer ou sair do campo? Um dilema da juventude camponesa**. Trabalho publicado na Revista Pegada. Volume 15. Número 1. Capítulo: Mundo do Trabalho, 2014. Disponível em: < <http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/3032/2626> > Acesso em: 14 de março de 2019.



PINTAUDI, Silvana Maria. **Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana.** Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona: *Universidad de Barcelona*, 1 de agosto de 2006, vol. X, núm. 218. Disponível em <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>>. Acesso em: 16 de março de 2019.

PUNTEL, Jovani Augusto. PAIVA, Carlos Águedo Nagel. RAMOS, Marília Patta. **Situação e perspectivas dos jovens rurais no campo.** Anais do I Circuito de Debates Acadêmicos. 2011. Disponível em: < <http://ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area3/area3-artigo20.pdf> > Acesso em 27 de março de 2019.

RÊGO, Nicéia de Jesus Ferreira; BOVO, Marcos Clair; TÖWS, Ricardo Luiz. **O papel do mercado municipal no contexto da urbanização de Campo Mourão (PR) Brasil.** Publicado no II Simpósio de Estudos Urbanos: A dinâmica das cidades e a produção do espaço. 2013.

SANTOS, Hélio Canto dos. Mercados Públicos em Belém (1940-1943). **Arquitetura, História e Funcionalidade.** Universidade Federal do Pará. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. 2015.

SANTOS, Hélio Canto dos; CHAVES, Celma. **A permanência do comércio tradicional: o mercado da Pedreira. Publicado no V Colóquio Internacional, sobre comércio e a cidade: uma relação de origem.** 2016. Disponível em: < <http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2016/04/035-helinho.pdf> >. Acesso em: 15 de março de 2019.

SAVALL, Cristina. **Mercados com uma alma de ferro.** 2016. Disponível em: <https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20161210/mercados-siglo-xix-barcelona-5672334>. Acesso em: 15 de março de 2019.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio.** São Paulo: SENAC, 2001. 336 p. Site el born centre de cultura i memòria. **El born centre.** Disponível em: <<http://elbornculturaimeoria.barcelona.cat/es/el-mercado/>>. Acesso em: 20 de maio de 2019.