



III SRCCC
Seminário Regional
Comércio, Consumo e Cultura
nas cidades
Sobral-CE, 19 a 22 de junho de 2017

MERCADOS PÚBLICOS: UM NOVO TEMPO, UM NOVO USO:

o Mercado Novo de Mossoró

José Lacerda Alves Felipe¹

RESUMO

Os mercados públicos surgem quando a concentração da população em vilas, povoados e cidades demanda consumo de alimentos em quantidade e qualidade, que as feiras não conseguem atender. No Brasil, os mercados públicos, para suprir a população de alimentos, surgem nas últimas décadas do século XIX, cujas referências históricas são os mercados construídos no Rio de Janeiro entre os anos de 1841 e 1858. No Rio Grande do Norte, o primeiro mercado público foi construído em Mossoró em 1875, passando a funcionar em 1877. Em Natal, o Mercado Central ou da Cidade Alta é inaugurado em 1892. Mossoró constrói o seu segundo mercado público, o Mercado Novo, no bairro do Alto da Conceição, mais precisamente na Avenida Alberto Maranhão, quando no bairro e na citada avenida localizaram-se as fábricas de óleo de oiticica e de algodão, as moageiras de sal, as oficinas e fundações que faziam manutenção e reparos nos motores e maquinários; das algodozeiras, fábricas de óleos e de sabão, das salinas e das moageiras que refinavam o sal. A localização dessas fábricas demandava um contingente de trabalhadores, que povoaram o bairro e suas adjacências, criando consumidores que viabilizavam esse centro de comercialização de alimentos. Com as transformações na economia do Brasil aliada aos processos de inovação tecnológica e a modernização das atividades comerciais, os mercados públicos perderam a sua função, impondo um novo uso para essa forma geográfica.

PALAVRAS-CHAVE: Mercado; Mossoró; Território.

1 INTRODUÇÃO

O trabalho se propõe a entender os processos e estruturas que determinaram novas funções e formas geográficas para viabilizá-las. Nesse caso específico, os processos são desencadeados por uma divisão do trabalho, que impõe que a cidade de Mossoró beneficie matérias primas de origem agrícola ou do extrativismo, que vão ser exportadas para a região sudeste onde serão industrializadas para originar o produto final.

¹ Prof. Dr. Visitante da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail:jlacerdafelipe@gmail.

Esses processos desencadeiam na cidade novas estruturas que vão, através de novos usos, construir formas geográficas para abrigar as funções determinadas por essas dinâmicas. O mercado do Alto da Conceição, ou o Mercado Novo, é uma forma geográfica cuja função é de abastecer de alimentos o contingente de trabalhadores que passam a residir no bairro e nas suas imediações.

A história registra que, a maioria dos mercados públicos, tem suas origens nas antigas feiras, onde as pessoas se encontravam para trocar mercadorias, principalmente produtos alimentícios oriundos do campo. Os crescimentos das cidades e dos lugares de proximidade do núcleo urbano requisitavam para garantir o suprimento de alimentos de uma forma geográfica para cumprir essa função. Os mercados públicos, portanto são criados para suprir o abastecimento alimentar das cidades, como condição do ordenamento comercial urbano europeu implantando com o período moderno. Segundo Silvana Pintaudi “o mercado público foi, desde os primórdios do capitalismo, uma forma de centralizar o comércio num determinado lugar” (PINTAUDI, 2006).

No Brasil, a literatura registra a criação, na cidade do Rio de Janeiro, do primeiro mercado para substituir os barracos onde se vendia desordenadamente os produtos alimentícios. Este fato ocorre quando a Câmara do Rio de Janeiro aprova, em 1834, a construção no Largo do Paço do Mercado da Candelária, que seria inaugurado em 1841. Ainda no Rio de Janeiro, entre os anos de 1855 e 1858, são construídos mais dois mercados, o da Praça da Harmonia e o mercado da Glória (GORBERG E FRIDMAN, 2003). Segundo Klécio Santos “os três mercados desapareceram do cenário carioca, antes mesmo da virada do século, mas inspiraram outras praças de mercado no país” (SANTOS, 2014).



Figura 1 – Mercado da Candelária, em primeiro plano o chafariz de 1789.

Fonte: Marc Ferrez c.(1868).

No Rio Grande do Norte, os mercados construídos nas cidades de Mossoró e Natal, inspiraram-se no modelo arquitetônico dos mercados cariocas. Em Mossoró, uma lei da Intendência Municipal autoriza a

construção, em agosto de 1875, do Mercado Público, que passa a funcionar em 12 de julho de 1877. O mercado passa ao longo dos anos por várias reformas, principalmente aquelas que ocorreram em 1908 e 1947. Em dissertação de mestrado, defendida em 2011, na UECE, Edna Couto relata “A partir de 1988, o mercado efetuou uma mudança nos produtos comercializados; deixou de vender carnes para abrigar o comércio de roupas, calçados, aviamentos e redes” (COUTO, 2011). Segundo a mesma autora, o mercado possuía, até aquele momento, 100 comerciantes envolvidos na venda dos referidos produtos.



Figura 2 – Mercado público de Mossoró em 1930.

Fonte: Acervo do Museu Municipal de Mossoró.

Em Natal, o Mercado Central ou da Cidade Alta, é inaugurado em 1892, a sua localização é na antiga Praça do Peixe na Avenida Rio Branco. O mercado é reformado em 1901 e em 1967 é destruído por um incêndio. No local onde existia o mercado, foi construída a agência central do Banco do Brasil.

Com o advento do uso do ferro e do vidro nas construções, como no Mercado Les Halles de Paris, construído em 1863, foi criado um modelo arquitetônico que vai influenciar a arquitetura dos mercados públicos na Europa, mas, também no Brasil, é o caso dos mercados de São José no Recife em 1875; o Adolpho Lisboa em Manaus em 1883 e o São João em São Paulo em 1890 (SANTOS, 2014). Em Belém, o Mercado Ver-o-peso (1901), cujo complexo é formado pelo Mercado da Carne e pelo Mercado do Peixe, onde os pavilhões seguem o modelo arquitetônico similar à um dos pavilhões do grande Les Halles (MURILHA E SALGADO, 2011). Esse padrão arquitetônico vai nortear também a construção do Mercado Municipal do Rio de Janeiro (1907).



Figura 3 – Mercado Municipal do Rio de Janeiro.

Fonte: Acervo Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro.

Em Mossoró, no início da década de 1950, surge um segundo mercado, denominado de Mercado Novo ou do Alto da Conceição. Construído para abastecer de alimentos uma população de trabalhadores, que faz do bairro do alto da conceição o seu local de moradia, pela proximidade do rio Apodi-Mossoró, como garantia d'água para o seu consumo, mas, principalmente, pela proximidade das fábricas de descaroçar (retirada da semente) e prensar as sementes de algodão para obtenção de óleo comestível, e do fruto da oiticica que depois de prensado é retirado o óleo o qual era exportado para as indústrias de tintas e fábricas de sabão. Essas fábricas já existiam na cidade, mas é na década de 1940 que ocorre as instalações desse tipo de indústria no bairro do Alto da Conceição.

As fábricas e os seus trabalhadores surgem quando o cultivo e o beneficiamento do algodão perde força na divisão internacional do trabalho, que havia montado um sistema técnico local/regional, com o objetivo de satisfazer um sistema técnico global. Nessa nova ordem econômica, o algodão nordestino não se destina mais para a indústria têxtil inglesa, mas para a região Sudeste do Brasil, especificamente Rio de Janeiro e São Paulo, onde o processo de industrialização por substituição de importação determina uma nova divisão interna do trabalho, cabendo à região Nordeste e ao Rio Grande do Norte, em particular, o papel de criar indústrias para beneficiar produtos de origem rural (algodão, agave, carnaúba e oiticica), que seriam exportados como matéria-prima para as indústrias localizadas na região Sudeste.

O marco temporal desse processo, seriam os anos da década de 1930, quando comerciantes ricos, que também eram latifundiários, tornam-se industriais, montando fábricas e usinas movidas a vapor, para

beneficiar produtos agrícolas, o algodão e o agave-sisal, e aqueles oriundos de extrativismo: a palha de carnaúba, para a obtenção da cêra, o fruto da oiticica, para obtenção do óleo. Todos depois de beneficiados eram exportados como matéria-prima, para as indústrias do Sudeste.

2 AS FÁBRICAS (RE)ORGANIZAM A CIDADE

A dinâmica da sociedade, que passa se concentrar nas cidades, impõe o aproveitamento da semente do algodão, que vai ser prensada para a extração do óleo, que depois de refinado torna-se óleo comestível para o consumo local/regional ou então é exportado como matéria-prima para as fábricas de margarina. O restolho ou bôrra que fica das sementes depois de prensadas é transformado em torta para ração animal, do gado bovino principalmente.

O agave ou sisal, era trinchado no local de cultivo e a sua fibra, era transformado nas fábricas em cordas, barbantes e sacarias. A palha de carnaúba depois do corte, eram colocadas ao sol para secar, em seguida também eram trinchadas e batidas para retirada do pó, e para obtenção da cera, esse pó passava por um processo rudimentar, que adicionava água ao mesmo e era fervida em caldeiras, colocadas para secar, onde perdiam a forma líquida e adquiria o formato de blocos, que eram exportados, para o sudeste e o exterior, onde era transformada em ceras de lustrar assoalhos, móveis e confecção de discos fonográficos, destinados a gravação de músicas para ser tocada em 78 rotações. A semente da oiticica, depois de retirada a sua casca, tem a sua amêndoa prensada para extrair o óleo, que era exportado em tonéis de aço, para fabricação de tintas e sabão.

Na cidade de Mossoró (ver mapa), localizada entre as capitais estaduais de Natal e Fortaleza, as unidades industriais de beneficiamento desses produtos em sua grande maioria foram instaladas no Bairro do Alto da Conceição e suas adjacências, tendo o rio Apodi-Mossoró nas suas proximidades, para a oferta d'água para os vapores e tendo a Avenida Alberto Maranhão, que corta a cidade e o bairro no sentido leste-oeste, como os locais de instalação dessas fábricas.

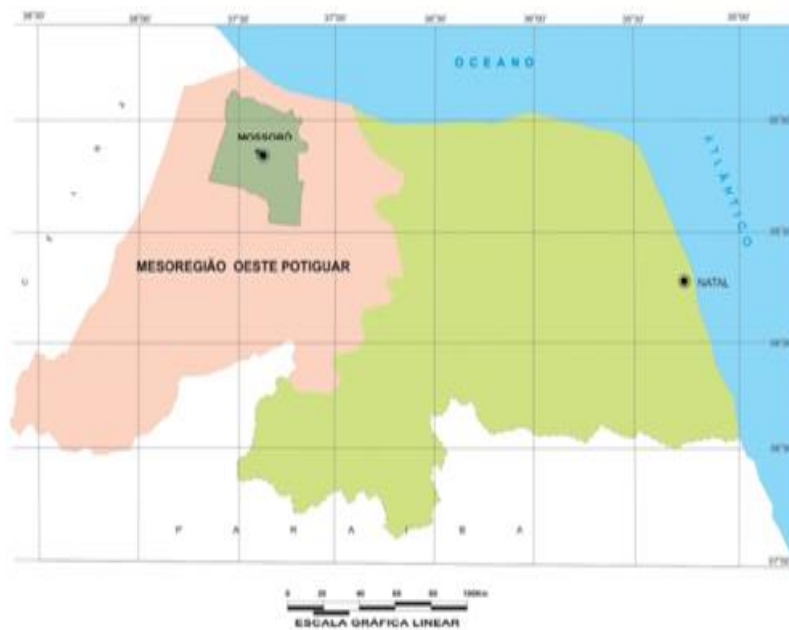


Figura 4 – Mapa do Rio Grande do Norte. Localização do município de Mossoró.

Fonte: Atlas do Rio Grande do Norte (2010).

Na Avenida Alberto Maranhão, localizavam-se as fábricas; Antônio Ferreira Néó & Cia. (óleo de algodão e oiticica); Indústria de óleos São Luis. (Óleo de Algodão e oiticica); Alfredo Fernandes & Cia. (algodão). Nesta avenida localizavam-se também as moageiras de sal, que refinavam e ensacavam o sal de cozinha.

O Alto da Conceição também era o território da fábrica de calçados Passarela, da Torrefação Aviação (café e milho), da fábrica de móveis Lindomar, Doce Neci e da Fundição do Sr. Sabino Leite. Nas vizinhanças do Bairro localizavam-se as fábricas Joaquim Duarte & Cia. (óleos de algodão e oiticica, sabão e torta); Tertuliano Fernandes & Cia. (óleo e pluma do algodão). Para conserto e manutenção das máquinas dessas fábricas e usinas, existiam as oficinas mecânicas e tornearia do Sr. Paulo Aires, de Alfredo Fernandes e a Retífica Virabrequim do Sr. Dix-Neuf Rosado.

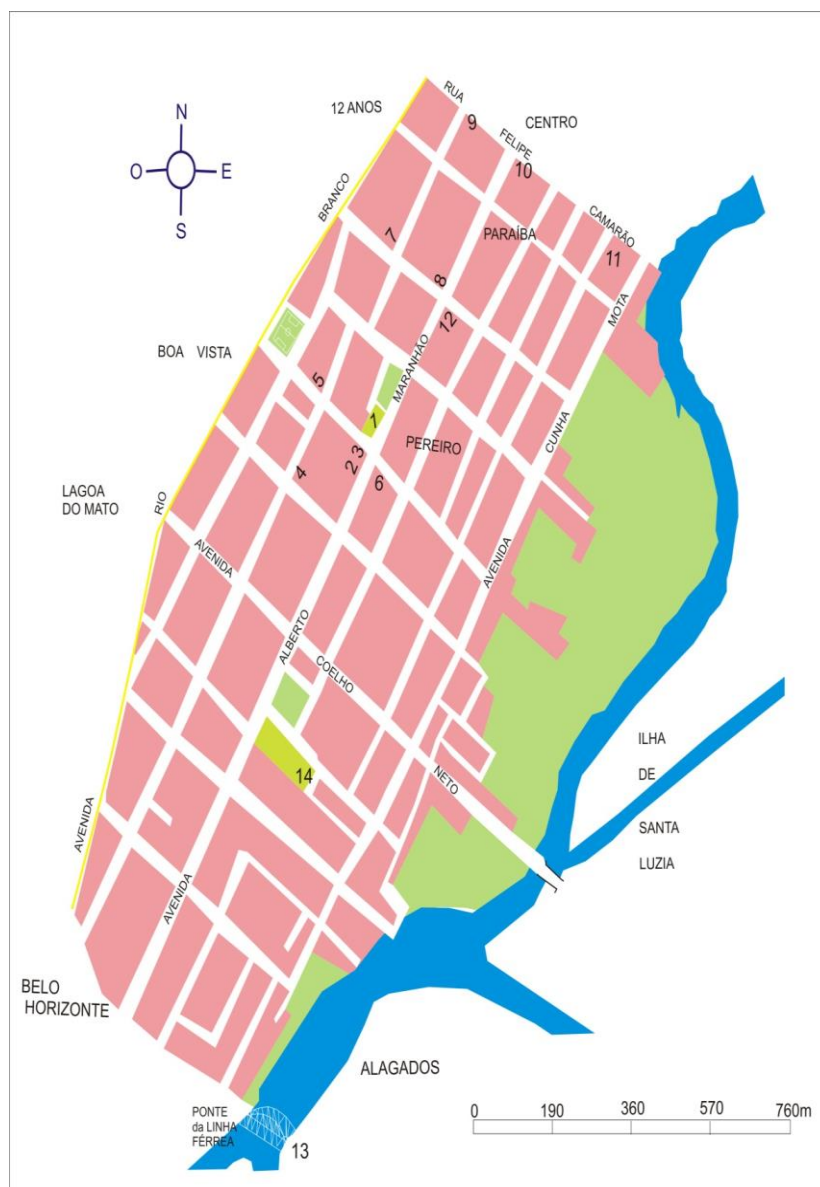


Figura 5 – Mapa de localização das indústrias no bairro do Alto da Conceição.

Vale salientar que nas várzeas do Rio Apodi-Mossoró, nos sub-bairros dos Pereiros e Travessa, existiam as olarias que fabricavam artesanalmente telhas e tijolos. Essas atividades requerem um contingente de trabalhadores, que se mobilizam sazonalmente entre o trabalho nas fábricas e usinas, a moagem do sal e as olarias.

Essa dinâmica econômica reestrutura a cidade, que se expande na direção da linha do trem ou nas proximidades das fábricas, uma lógica de organização espacial determinada pelos empresários, que vão influenciar as práticas espaciais da sociedade e consequentemente o seu cotidiano. É neste contexto que o "mercado central" da cidade é reformado (1947) e o "Mercado Novo" do Alto da Conceição é construído (1951).

Uma forma territorial nova, para cumprir a função de suprir a necessidade de alimentos, da classe trabalhadora, criada por processos determinados pela divisão do trabalho, que estrutura a cidade, para através

de suas usinas e fábricas, fornecer matéria-prima, para a industrialização brasileira, que objetivava naquele momento a substituição de produtos importados, aproveitando dois momentos da conjuntura histórica do capitalismo internacional; a crise da bolsa de valores de Nova York em 1929, e a segunda guerra mundial de 1939 a 1945.

O Mercado Novo é inaugurado oficialmente em 30 de setembro de 1951, mas, o comércio nas suas dependências, já vinha sendo feito desde julho desse mesmo ano. Para cumprir essa função de comercializar alimentos, os boxes e bancas, são consignados pela Prefeitura de Mossoró a pequenos comerciantes, que vão vender carnes (bovina, caprina e suína), frutas e legumes e os produtos denominados na época de secos e molhados, cujas lojas são organizadas em pequenas mercearias, onde se vendiam; feijão, arroz, milho, farinha de mandioca, ovos, peixes salgados, açúcar, rapadura, óleos comestíveis, banha de porco, manteigas, margarinas, macarrão, sabão, sabonete, querosene e uma grande variedade de utensílios domésticos. Algumas lojas eram ocupadas por lanchonetes e por comerciantes que vendiam confecções e redes de dormir.



Figura 6 – Mercado Novo do Alto da Conceição.

O mercado, rapidamente torna-se centro comercial do Alto da Conceição e dos bairros situados na sua vizinhança. Atendendo aos que, na sua grande maioria, moravam em casas sem energia elétrica, portanto, não tinham refrigeradores para conservar alimentos e a inda ao mercado era feita diariamente, para comprar o sustento diário da família.

Esse lugar de compras, também era o local do encontro, da convivência, das trocas de informações, um espaço de práticas sociais, que ultrapassavam o comércio de mercadorias, através do fluxo de informações

sobre as possibilidades de emprego, onde todos conheciam as habilidades e as experiências de cada membro dessa comunidade.

Esse balcão de emprego informal, era importante, por conta da mobilidade desses trabalhadores, numa economia sazonal, que dispensava trabalhadores no período das chuvas, é o caso das salinas, das algodozeiras e das olarias, e contratavam logo após o período chuvoso, no caso das fábricas que beneficiavam o algodão para o trabalho na separação da pluma do caroço do algodão colhido depois das chuvas e nas salinas, por conta da chegada dos ventos secos (com pouca umidade), e das altas temperaturas, que favoreciam a evaporação das águas represadas nos chocadores e cristalizadores, deixando, nos mesmos, o sal grosso (granulado), que precisava nas salinas artesanais de muitos braços para colher, transportar e refinar o sal.

A transformação da base produtiva da economia brasileira, agora conectada, ainda mais, a economia global, ocasionando a circulação mundial de capitais, mercadorias e serviços, onde novas tecnologias criam novos produtos, que não requerem mais as nossas matérias-primas ou que por conta da inserção de tecnologias, que retiram a competitividade do nosso principal produto o algodão.

As análises desse contexto demonstram que a função exercida pelos mercados se desatualiza quando o processo de modernização ou de divisão do trabalho impõe novos usos, novos conteúdos para as forma geográficas, cujas funções de origem não são mais demandadas pela sociedade.

Esse novo processo, desestrutura e decreta a falência dessas atividades industriais em Mossoró, mas, também em outras cidades do semiárido brasileiro. Gerando desemprego e desmontando a lógica espacial dos territórios envolvidos na função de fornecer matéria-prima para as indústrias da região sudeste do Brasil. No caso específico de Mossoró, o fechamento das fábricas, que ocorre durante a década de 1970, ocorre simultaneamente com a mecanização das salinas, aonde o uso de um trator, uma enchedeira, uma esteira de lavagem e dois caminhões-caçambas, chegavam a dispensar quinhentos trabalhadores. As políticas públicas e o capital local/regional acumulado tentam se adaptar a este momento histórico, que Milton Santos (SANTOS, 1994, 1996) chamou de período técnico científico informacional, caracterizado segundo David Harvey, pela expansão do capital, pela velocidade dos transportes e transmissão da informação, que terminam por impor uma nova lógica na configuração do espaço (HARVEY, 1980).

3 UM NOVO TEMPO, UM NOVO ESPAÇO

Neste espaço reconfigurado, os empresários e suas empresas locais e regionais, não são mais os únicos a definir a estruturação espacial da cidade. Esse papel no primeiro momento de enfrentamento da crise é exercido pelas políticas públicas, que agem criando sucedâneos aos empregos e as economias perdidas,

para tanto, essas ações de governo nas suas três estâncias; Municipal, Estadual e Federal, fortalece o capital local, através de políticas públicas que investe na construção de conjuntos habitacionais e de linhas de financiamento, principalmente através da Caixa Econômica, para a construção de residências para a classe média. Esses programas objetivavam gerar emprego para os desempregados das fábricas e das salinas; definir novas tendências de expansão da cidade; garantir a reprodução do capital. Essas políticas públicas desencadeadas no início da década de 1970, contemplam a criação dos cursos superiores, que em menos de três décadas, vão originar duas universidades públicas, a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN e a Universidade Federal Rural do Semiárido - UFERSA. Um segundo momento dessa reestruturação econômica, ocorre no final da década de 1970, quando a Petrobras consolida na cidade a unidade de exploração e gestão dos poços, da Bacia Potiguar.

Nessa mesma década, inicia-se a produção de frutas (melão, melancia e mamão), através de processos modernos de irrigação, juntamente com os serviços de educação e saúde, geram uma massa salarial, que fortalece o comércio do centro da cidade, faz surgir novos territórios de comercialização especializada, tais como a venda de veículos, peças e acessórios dos mesmos ao longo da Avenida Presidente Dutra, e de um comércio mais diversificado, com uma concentração de restaurantes, bares e lanchonetes ao longo da Avenida João da Escóssia.

Essa dinâmica econômica, traz para a cidade os supermercados de capital local Queiroz e Rebouças, em 1991 e 1992 respectivamente, o Mossoró West Shopping em 2007 e os supermercados e atacarejos das redes Walmart (Hiper-Bompreço) em 2009, Carrefour (o Atacadão Auto Serviço) em 2008, e Pão de Açúcar em 2009, que induzem que os supermercados de capitais locais, se modernizem, para se manterem no mercado, agora amplamente concorrencial.

Nesta cidade, economicamente e urbanisticamente reestruturada, com todos os espaços urbanos e rurais submetidos aos interesses do capital, representado pelos fluxos e fixos dessas empresas, que se instalam no seu território. Não resta muita alternativa para o comércio tradicional, modelo praticado no Mercado do Alto da Conceição, onde o vendedor era um mediador entre o seu freguês, seu consumidor de vários anos, e a mercadoria cotidianamente adquirida. Esse vendedor conhecia a sua clientela, sabia o que ela consumia, às vezes guardava a mercadoria, a espera daquela cliente, que costumeiramente fazia as mesmas compras no seu box. No supermercado esse sujeito desaparece, não tem mais o vendedor fazendo a mediação entre o consumidor e a mercadoria, essa no dizer do Prof. José Alberto Rio Fernandes, da Universidade do Porto, já chega com uma marca, já diz o que é através do seu invólucro, da sua embalagem, as imagens tantas vezes difundidas na publicidade da TV, do Rádio e de outras mídias, são mais valorizadas do que o produto (FERNANDES, 2004).

Portanto, muito diferente daquelas relações de compra e venda, onde a mercadoria era escolhida, pesada e embrulhada em sacos de papel. Dependendo da mercadoria (sabão, fumo, latas de óleo), o embrulho

era feito no papel do jornal já lido. As lógicas espaciais das empresas, suas diversas formas de convencer o consumidor de que aquela mercadoria é necessária, a sua exposição estrategicamente distribuída nos espaços das lojas, cria a falsa ideia de que é você que escolhe o que está comprando, determinam práticas espaciais e sociais novas e impõem um novo cotidiano.

Neste novo tempo histórico, o "Mercado Novo", perde a sua função de origem, seu uso para o qual foi projetado foi desatualizado, com o fechamento das fábricas e usinas, o bairro perde os seus trabalhadores, os processos ditados por uma nova reestruturação produtiva do capital, consolida novas estruturas, que criam novas funções, novas formas geográficas e aquelas do período anterior só sobrevivem se absolverem novos conteúdos, um novo uso, uma nova função.

Hoje os boxes, lojas e mesas existentes no mercado são subutilizados, os concessionários informaram em pesquisa recente, que a última renovação do contrato de concessão com a Prefeitura Municipal de Mossoró, ocorreu em 1970. O que demonstra o descaso da gestão municipal, para o uso dos seus logradouros públicos. Nos questionários aplicados, treze concessionários, declaram que o comércio no mercado ficou inviável, os vendedores de carnes, relataram que só efetuam vendas se o preço do supermercado estiver muito alto, a maioria ver a concessão como uma posse, um patrimônio, a ocupação das lojas e boxes, mesmo sem atividade comercial é para manter a apropriação desse território.

Neste contexto o "mercado novo", que era um objeto técnico, um fixo social, a exercer uma função complementar daquele período, onde "instrumentos e meios de trabalho postos a disposição do homem" (SANTOS, 1994, p. 61) que se concretizava pelas fábricas e usinas: de descaroçar e prensar o algodão; de extração dos óleos do caroço do algodão e do fruto da oiticica; de moagem de sal; de calçados; de doces e de ração para o gado, é um território usado, que requer uma nova função, que der a essa forma geográfica um outro conteúdo, um outro uso, conectado a esse tempo histórico atual, portanto, a esse período técnico científico informacional.

O primeiro passo dessa mudança tem que ser dado pelo poder público municipal, detentor de direito desse bem público, para tanto o gestor e seus técnicos precisam entender, que o mercado saiu das práticas cotidianas da sociedade local, que precisa ser consultada, para reinventar, sugerir e determinar um novo uso, para essa forma geográfica e o papel que a mesma deve ter na sua vida cotidiana. Novas funções, novos usos recriados para beneficiar as alternativas de se viver bem no espaço da cidade.

4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COUTO, Edna Maria Jucá. **Redefinições espaciais do comércio de Mossoró/RN**. Dissertação de Mestrado defendida na Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011.

FELIPE, José Lacerda Alves. **A (re) invenção do lugar**: os Rosados e o “país de Mossoró”. João Pessoa: GRAFSET, 2001.

FERNANDES, José Alberto Rio. **A reestruturação do comércio e os tempos da cidade**. Revista Linha de Terra, vol. 2, pág. 77 – 89, Porto, 2004.

GORBERG, Samuel; FRIDMAN A., Sergio. **Mercados do Rio**: 1834-1962. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2003.

HARVEY, David. **A Justiça Social e a Cidade**. São Paulo: HUCITEC, 1980.

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone. **A Arquitetura dos Mercados Públicos**: Tipos, Modelos e Referências Projetuais. Arqtextos, São Paulo. 12.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Os mercados públicos**: metamorfoses de um espaço na história urbana. In: Revista Cidades, vol. 3, n. 5, 2006.

ROCHA, Aristotelina Pereira Barreto. **Expansão urbana de Mossoró – período 1980 a 2004**. Col. Mossoroense, Série C, nº1469 – Natal: EDUFRN, 2005.

SANTOS, Klécio. **Mercado Central**: Pelotas: 1846 - 2014. Ed. Frutos do Paiz, Pelotas, 2014.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica, razão e emoção. São Paulo: HUCITEC, 1996.

_____. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: HUCITEC, 1994.