

**O MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES:  
A SEDUÇÃO PERSISTENTE DE UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA.**

**CARLOS ROBERTO BASTOS FREITAS**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE  
DARCY RIBEIRO - UENF

CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ

MAIO - 2006

**O MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES:  
A SEDUÇÃO PERSISTENTE DE UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA.**

**CARLOS ROBERTO BASTOS FREITAS**

Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Políticas Sociais.

Orientador: Professor Doutor Arno Vogel.

CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ

MAIO - 2006

**O MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES:  
A SEDUÇÃO PERSISTENTE DE UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA.**

**CARLOS ROBERTO BASTOS FREITAS**

Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Políticas Sociais.

Aprovada em 29 de maio de 2006.

Comissão Examinadora:

---

Prof<sup>a</sup> Lana Lage da Gama Lima (Doutor, História) – UENF

---

Prof. Carlos Henrique Aguiar Serra (Doutor, História) - UFF

---

Prof. Sérgio de Azevedo (Doutor, Sociologia) - UENF

---

Prof. Arno Vogel (Doutor, Antropologia) – UENF -Orientador

À memória de meu pai, Djalma Freitas,  
observador e conhecedor dos costumes de  
nossa gente.

À memória de Bronislaw Malinowski .

## AGRADECIMENTOS

Esse trabalho não teria sido possível sem ajuda e o apoio de muitas pessoas, a quem devo agradecer, pois nenhuma pesquisa científica é solitária. Fui orientado, inspirado, e apoiado por muitos. Talvez seja impossível nomeá-los todos, mas devo agradecer, particularmente, a alguns deles.

Ao Grande Arquiteto do Universo e aos meus antepassados, cujos nomes se encontram perdidos nas brumas do tempo, pela trajetória. À minha mãe e ao meu pai, que se encontra no oriente eterno, pelo incentivo ao estudo, gosto pela leitura, e pela observação dos costumes do nosso povo.

À minha amada esposa Carla, companheira incansável de muitas jornadas, timoneira de nossa família durante as minhas longas ausências, pelo apoio, estímulo e compreensão. Aos filhos, Bruno e Camila, pelo incentivo ao retorno à Academia após muitos anos.

À Professora Lana Lage pelas preciosas indicações e críticas formuladas na ocasião da pré-banca, que foram de importância crucial para uma definição mais clara do enfoque escolhido. Para além disso, devo agradecer-lhe, também, a oportunidade de participar, sob sua coordenação, de Projetos desenvolvidos na UENF, em especial, o da implantação do Arquivo Público de Campos dos Goytacazes, e o da concepção do Memorial do Norte Fluminense. Sobretudo, no entanto, devo-lhe a mais profunda gratidão pela sua Amizade constante.

Aos membros da minha banca de Projeto – Professores Marinete dos Santos Silva, Sérgio de Azevedo e Carlos Henrique Aguiar Serra, cujas sugestões me foram muito úteis no decorrer da pesquisa de campo.

Aos demais integrantes da minha banca de qualificação (pré-banca) – Professores Wania Amélia Belchior Mesquita e Carlos Henrique Aguiar Serra, cujas críticas e questionamentos me ajudaram a delinear com maior clareza a linha mestra da minha argumentação.

A Javier Alejandro Lifschitz e Heloiza de Cácia Manhães Alves, pelo incentivo e pelas indicações bibliográficas.

A Lacir Jorge Soares, pelas sugestões metodológicas, em minha desajeitada busca de índices quantitativos.

A Fábio Reis Mota e Wania Mesquita, pelas repetidas leituras críticas, e pelos aprimoramentos que delas resultaram, bem como pelo carinho e apoio, de valor inestimável, sobretudo na reta final.

A Maria Beatriz Boeschenstein sem cuja ajuda, sempre pronta, carinhosa e eficiente, esta versão final talvez não tivesse visto a luz, no tempo e com a qualidade necessária.

Aos funcionários da Administração do Mercado Municipal; aos seus comerciantes e fregueses, que constituem os pilares dessa instituição fascinante, pelo acolhimento, atenção e paciência que me proporcionaram em todos os momentos da pesquisa.

Aos meus colegas do Programa de Pós-Graduação em Políticas Sociais – Janete, Maria Helena e Dauro, pelo incentivo.

Aos alunos da disciplina Antropologia I, do curso de Ciências Sociais, que me ajudaram na pesquisa de campo.

A Marilú e Maria Luiza, bolsistas do Arquivo Público Municipal, que me auxiliaram na pesquisa em jornais e arquivos.

Aos Professores Lana Lage, Neiva Vieira da Cunha, Marinete dos Santos Silva, Sérgio de Azevedo e Carlos Henrique Aguiar Serra, que gentilmente aceitaram o convite para integrar a banca examinadora final desta Dissertação de Mestrado.

E, finalmente, e nem por isso em último lugar, ao meu amigo e orientador, Prof. Arno Vogel, pela paciência e pelas indicações de leituras, correções de rumo, atitudes na pesquisa e as essenciais sugestões para correções do texto, minha gratidão.

## SUMÁRIO

Apresentação	12
Capítulo I – O pesquisador, o mercado e o método	15
1. Ao encontro do tema, no campo	15
2. O Mercado como objeto de pesquisa: a definição do problema	16
3. As tarefas da pesquisa	19
4. O trabalho etnográfico de campo: os caminhos da pesquisa, suas dificuldades e conquistas	22
Capítulo II – Comércio, Mercados e Cidades	29
Os mercados públicos no Brasil urbano: uma breve perspectiva histórica	36
Capítulo III – Campos dos Goytacazes: a cidade e seu(s) mercado(s)	44
1. A Campos oitocentista	44
1.1 Desenvolvimento urbano	51
2. A perspectiva higienista e a remodelação urbana	55
A remodelação urbana	57
3. A gênese e a translação da “Praça do Mercado”	62
3.1 A Nova Praça do Mercado	70
3.2 Ordem, higiene, respeito e decência: as regras estritas do Mercado	72
3.3 As vicissitudes da Nova Praça do Mercado na vida real	75
Capítulo IV – Estrutura e dinâmica da Praça do Mercado	83
1. O lugar do Mercado na cidade	84
2. O Mercado Municipal como instituição	85
2.1 A função da Praça do Mercado	86
2.2 O ordenamento administrativo	88
2.3 A organização do Mercado: espaços e atividades	91

2.3.1 O 'Mercado Coberto'	92
2.3.2 A 'Feira'	93
3. Os arredores do Mercado	93
3.1 O 'Camelódromo'	93
3.2 As ruas do entorno	94
4. O Mercado em movimento: espaços , ritmos e sazonalidades	95
4.1 A 'Peixaria'	98
4.2 A 'Feira'	101
4.3 O 'Mercado Coberto'	105
4.4 Para além dos pontos fixos: as atividades volantes	111
Capítulo V – O Mercado sob o microscópio	113
1. Quem vende e quem compra: a díade essencial	113
1.1 Os inquilinos do Mercado	113
1.2 Os fregueses do Mercado	123
2. As transações comerciais no Mercado	130
3. Comprando e conversando: as 'relações de mercado'	132
Conclusões	135
Bibliografia	140
Anexos	145

## RESUMO

O presente trabalho apresenta uma etnografia da 'Praça do Mercado' de Campos dos Goytacazes/RJ. Com base na observação direta e no material hemerográfico disponível, seu propósito é o de esclarecer o paradoxo de sua continuidade como um tradicional ponto de abastecimento de 'gêneros de primeira necessidade', num centro urbano cujo processo de modernização trouxe consigo formas comerciais que, em princípio, tenderiam a tornar sua existência obsoleta. Com esta finalidade, se tratou de registrar a sua gênese, na década de 1920, a favor das reformas urbanas de cunho higienista, para, em seguida, descreve-lo, como uma instituição social cidadina, tanto nos seus aspectos morfológicos, quanto dinâmicos. Dotado de um conjunto de múltiplas atividades, com ritmos próprios, e modos peculiares de realização do intercâmbio comercial, o Mercado compreende, ainda, formas de sociabilidade, que, para além de suas possíveis funcionalidades comerciais, permitem caracteriza-lo como um 'espaço público', no sentido pleno da expressão. Nesta qualidade, finalmente, é possível reconhecer nele certas virtualidades identitárias, as quais, por sua vez, ajudam a compreender a persistente sedução que, independente de status social, nível de instrução e outros fatores, exerce sobre a população local, o que lhe tem permitido resistir aos intentos recorrentes de mudança.

**Palavras-chave:** Mercado Municipal; identidade local; espaço público; reformas urbanas; higienismo.

## ABSTRACT

The following work presents an ethnography of the “Praça do Mercado” (Market Square) of Campos dos Goytacazes/RJ. Based upon direct observation and research on local newspaper and magazines, it aims to elucidate the paradox of its endurance as a traditional place for providing “first class products” in an urban center in which the modernization process has brought different commercial behaviors and turned its presence quite obsolete. Firstly, it brings on its genesis, during the 1920’s decade, when hygienic reforms were taking place in the city, and then its role as a public institution, either in its morphologic and dynamic aspects. Due to its multiple activities, with different rhythms and peculiar ways of commercial interchange, the Market still holds social forms that, beyond its ordinary commercial functions, preserve its as a ‘public space’ in its full meaning. Thus, it is possible to recognize certain virtual identities that help to understand its persistent attractiveness which, independently of social status, education and other factors, is exercised upon the local population and is ultimately responsible for its capacity to resist any attempts of removability.

Key-words: Municipal Market; local identity; public space; urban reformulations; hygienics.

*“No princípio era o mercado. No princípio e para todo o sempre que veio depois. Base de um avanço e de um encontro, chão do homem civilizado, nada supera o mercado como elemento aglutinador por excelência das comunidades que, heteromorfas mesmo quando unidas por interesses e idiomas comuns, precisam de pontos de reunião e de permutas, de entendimento eventual e de trocas de produtos.”*  
*Antonio Olinto.<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> O Mercado e o Sagrado: Reflexões. In: Vogel, Mello e Barros, 2001: IX.

## Apresentação

Este trabalho pretende mostrar uma face pouco familiar nos estudos sobre a cidade de Campos. Ao invés de usinas, barões, ou mesmo petróleo, focaliza o Mercado Municipal, como um lugar, em que a população se abastece de alimentos e, também, como um local de sociabilidade, onde os campistas se encontram e convivem há oito décadas. Uma instituição que surgiu por iniciativa do poder público e tem conseguido sobreviver e desenvolver-se, com altos e baixos, apesar das aceleradas transformações da vida e do consumo urbanos, e, de uma relativa negligência desse mesmo poder público, que, às vezes, parece disposto a se desfazer dela, em benefício de equipamentos “mais modernos e sofisticados”, como centros comerciais, redes de supermercados, e outros que tais.

Como tema de interesse, os ‘mercados’, têm ocupado um lugar de destaque numa recém-consagrada ‘antropologia do consumo’, obtendo, cada vez mais, a atenção dos pesquisadores, que, com base em antecedentes notáveis da disciplina, lhes vêm dedicando sua atenção, como se pode verificar, consultando a pauta de discussão de alguns eventos acadêmicos realizados em 2005.<sup>2</sup>

Os mercados da atualidade, muito influenciados pelo comércio globalizado, oferecem uma grande variedade de produtos. Alguns desses produtos – especialmente frutas, legumes, verduras e grãos - são de difusão continental, com poucas variações. Além disso, no entanto, em cada mercado, ou feira, se encontram, sempre, produtos (*in natura* ou manufaturados) específicos da localidade ou região, onde são objeto de um uso, fundamentado nas respectivas tradições culturais.

A proposta deste trabalho é estudar o Mercado Municipal de Campos dos Goytacazes, sua ‘Praça do Mercado’, começando pelos seus antecedentes históricos, para, em seguida, apresentar uma etnografia de sua situação atual – sua área de ocupação; suas tipologias comerciais; seus atores sociais (comerciantes, fregueses e administração); seu sistema de abastecimento e distribuição de produtos; sua regulamentação e modo de funcionamento; as características

---

<sup>2</sup> O 1º Congreso Latinoamericano de Antropología, organizado pela Universidade Nacional de Rosário, Argentina, em julho; o I Colóquio Internacional sobre o Comércio e Cidade: uma relação de origem, organizado pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, São Paulo, em setembro; e a VI Reunión de Antropología del Mercosul, organizado pela Universidad de la República, em Montevideo, Uruguay, em novembro. Participei dos dois últimos, sendo que, apresentei parte de minha pesquisa na VI RAM – Transformações no Mercado Municipal de Campos dos Goytacazes: os impasses com as políticas públicas.

peculiares de sua sociabilidade; e, por fim, os projetos de reforma ou transferência de local, tema que se fez presente em todas as entrevistas e conversas no e sobre o Mercado, e que encontra, por parte dos comerciantes ali instalados, uma resistência ponderável.

O movimento financeiro que acontece ali diariamente é grande, pois envolve, além das atividades de comércio varejista, dentro e fora dos limites físicos do Mercado, também o abastecimento atacadista de alimentos. Essa modalidade comercial, é realizada diariamente, sem interrupções, tendo início durante a madrugada e estendendo-se pelo dia afora, nos arredores do Mercado.

Para alcançar os objetivos propostos, esse trabalho foi estruturado em cinco capítulos, além da apresentação e da conclusão. No Capítulo I, apresento as razões que contribuíram para que esta pesquisa fosse realizada; como se deu a escolha do objeto; como foi implementada a investigação de campo e documental; e, ainda, as variadas estratégias de coleta de construção do corpus etnográfico.

O Capítulo II, compreende uma breve discussão dos fundamentos conceituais que balizaram a concepção e realização deste estudo, chamando a atenção para determinadas abordagens teóricas do comércio, em particular dos mercados e feiras, e de sua inserção nas cidades, ressaltando a importância dos primeiros, dentro do contexto urbano. Esse capítulo mostra, ainda, em uma perspectiva histórica, alguns dos mais notáveis exemplos de mercados em regiões metropolitanas do Brasil.

A partir de uma breve caracterização de Campos, quanto à sua trajetória como centro urbano, o Capítulo III ressalta a importância que tiveram aí os processos de saneamento e modernização, tendo como fulcro a higiene pública, como ponto chave das intervenções urbanísticas, e, em particular, como fio condutor do aperfeiçoamento comercial do Mercado. Em sua terceira parte, este capítulo relata o processo histórico da formação e a translação das “Praças do Mercado”, pelos diversos locais que as mesmas ocuparam no perímetro urbano, utilizando-se, para isto, dos registros da imprensa local, recuperando as informações pertinentes sobre o funcionamento do Mercado, seus atrativos, suas deficiências e as críticas de que foi alvo, ao longo do tempo.

O Capítulo IV, apresenta uma etnografia do Mercado, a começar pelo lugar que ocupa, atualmente, no tecido urbano; sua morfologia espacial; suas

temporalidades e ritmos próprios; suas tipologias comerciais; sua organização administrativa; seu funcionamento como instituição, em suma.

No Capítulo V, busco aprofundar esta etnografia, focalizando os atores principais que aí se encontram, apresentando, não apenas alguns perfis significativos de comerciantes e fregueses, mas também as formas características da sociabilidade que acompanha de modo indissociável as transações comerciais, ou seja, aquilo que se poderia caracterizar, mais propriamente, como sendo as 'relações de mercado'.

Nas Conclusões, finalmente, procuro retomar as questões colocadas inicialmente com o fito de nortear a pesquisa, tratando de responde-las com base nos dados reunidos pela etnografia da Praça do Mercado, tal como apresentada nos capítulos IV e V.

A Bibliografia contém os textos utilizados neste trabalho, sob a forma de citações, ou como base para o desenvolvimento de atividades de pesquisa ou de campo.

Nos Anexos, estão as informações complementares relativas aos assuntos tratados, destacando-se: o primeiro regulamento do Mercado, editado em 1921, à época de sua inauguração (Anexo 4); o Decreto Municipal sobre o funcionamento de feiras (Anexo 6); a relação dos Prefeitos da cidade (Anexo 7); as informações sobre a produção agrícola local (Anexo 3); e os preços médios dos produtos, praticados no Mercado (Anexo 2).

## Capítulo I – O pesquisador, o mercado e o método

*“Não se aprende senhor, na fantasia, sonhando, imaginando ou estudando, senão vendo, tratando e pelejando.” Luís de Camões<sup>3</sup>*

### 1. Ao encontro do tema, no campo.

A escolha do Mercado como tema de pesquisa se deveu a vários fatores, que contribuíram, cada um à sua maneira, para ela. Em primeiro lugar, me ocorre a grande atração pessoal pelos mercados. Em todos os lugares deste país aos quais tive a oportunidade de ir e onde permaneci por algum tempo, nas minhas viagens a trabalho ou passeio, fiz longas e prazerosas incursões a mercados e feiras, em busca de produtos típicos do lugar e da região – artesanato, comida – e, sobretudo para conhecer a gente do lugar, fazendo perguntas e entabulando conversas. É possível que, neste sentido tenha pesado, ainda, a minha origem familiar, ligada ao campo e à produção de alimentos, o que me faz sentir um vivo interesse por esse tipo de produtos, em sua variedade local, suas cores, texturas e cheiros, evocando a infância e adolescência passadas na Fazenda da Floresta, em Itaperuna/RJ.

Um segundo motivo, não menos importante, foi o interesse que o estudo desse tipo de instituição desperta nesta época de profundas modificações, provocadas pela economia globalizada, em que os supermercados e centros comerciais passaram a dominar os modos de aquisição de mercadorias para uso doméstico, assumindo formas que são, por toda parte, as mesmas, cada vez mais padronizadas e indistintas. Nesse contexto, a permanência dos mercados e das feiras suscita a curiosidade, quanto às razões dessa continuidade, pois, em princípio, tais formas culturais estariam, aparentemente, fadadas à extinção.

Neste sentido, o volume e a variedade de produtos comercializados no Mercado Municipal de Campos, que ainda contribui de modo significativo para movimentar a economia local, bem como o fato de me contar entre seus freqüentadores habituais, atraiu a minha atenção, levando-me a considera-lo, inicialmente sem maiores pretensões, como objeto de investigação, para um trabalho de curso sobre o método etnográfico.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Os Lusíadas, canto X, estrofe 153.

<sup>4</sup>Disciplina cursada no segundo semestre de 2003.

Em relação à cidade de Campos e sua atividade comercial, tinha boas recordações, pois a vinda a uma ‘cidade grande’ para um menino ‘criado na roça’ era um misto de alegria e encantamento, na medida em que lhe oferecia a possibilidade de ‘ver’ algo diferente do seu cotidiano rural. Além das idas ao Mercado para a venda de seus produtos, meu pai ‘aproveitava a viagem’ para comprar medicamentos, na ‘*Isalvo Lima*’, adubos e equipamentos para sua plantação, livros escolares, no ‘*Livro Verde*’, e lanches no ‘*Caldo Andrade*’, que funcionou na Praça São Salvador, ao lado do *Hotel Gaspar*, até 2002.

## **2. O Mercado como objeto de pesquisa: a definição do problema.**

Como instituições presentes nas sociedades humanas as mais diversas, os mercados se caracterizam pela troca de bens econômicos, através de um intenso movimento comercial, com organização formal e normas institucionalizadas, colocando vendedores e compradores em contato direto, bem como pelo fato de constituírem locais de intercâmbio de informações, de troca de idéias, de ouvir e contar histórias.

*“Quando visitamos uma cidade, vila ou mesmo aldeia, portuguesas ou não, uma das melhores maneiras de as conhecermos, na relação modernidade e tradição, será dirigirmo-nos para um de seus mercados, e se o dia for de feira, para o recinto onde esta se realiza: para lhe tomarmos o pulso, para sentirmos o ritmo sazonal e humano do trabalho e do lazer, das trocas e do comércio, da compra e da venda e da comunicação humana que trazem implícita; nada melhor do que esses lugares para nos desvendar coisas recentes ou muito antigas que despertam a curiosidade local, nacional ou mesmo estrangeira”.*<sup>5</sup>

Neste sentido, eles se configuram como instrumentos de integração dos diversos setores de uma sociedade e de seus distintos recortes sócio-espaciais. Um espaço privilegiado de trocas materiais e sociais que se articula com o comércio dos arredores, caracterizando dessa forma, a complementaridade das atividades econômicas de uma cidade.

O Mercado Municipal de Campos, instalado há oito décadas na área central da cidade, funciona diariamente, sem interrupções e com um caráter permanente de comércio; neste sentido, não apresenta a mesma temporalidade das feiras (inclusive a assim chamada ‘feira da roça’) que acontecem em dias e locais pré-determinados.

---

<sup>5</sup> Eduardo Graça in Coelho, 1998: IX.

Este Mercado, construído e administrado pela Prefeitura, que aluga seus diferentes espaços aos comerciantes, veio, ao longo do tempo, sofrendo um processo de desgaste. Foi, como gostam de dizer os comerciantes, “lançado à própria sorte”, não tendo sido as reformas empreendidas, em várias ocasiões, durante esse período, capazes de recupera-lo completamente, embora sua importância, para o comércio local, não tenha, no decorrer dos anos, diminuído.

A questão que, inicialmente, norteou este estudo, visava identificar sua inserção no espaço econômico, local e regional, tentando detectar qual a abrangência e relevância de suas relações comerciais, no âmbito geopolítico do norte e noroeste do Estado, e, para além dele, nas áreas que lhe são imediatamente adjacentes, como o sul do Espírito Santo e a Zona da Mata mineira. Tratava-se, pois de estimar quantidades e tipos de produtos movimentados, por intermédio dele, para levantar as ramificações desse comércio e o seu alcance geográfico. Desse modo, o que se pretendia aferir era a sua capacidade polarizadora regional.

Com o avanço da pesquisa, a recuperação dos dados relativos à sua trajetória histórica, por distintos locais da cidade, até chegar à sua atual localização, bem como o levantamento etnográfico circunstanciado da sua realidade atual, acabaram impondo um outro viés à sua abordagem, mais diretamente, antropológico. Esses dados, com efeito, revelaram situações recorrentes de tensão entre os comerciantes das sucessivas ‘Praças do Mercado’ e as autoridades municipais. Com eles, surgiram, também, os motivos e projetos que, em distintos momentos, presidiram à sua transferência de um espaço urbano para outro, evidenciando interesses conflitantes, alguns deles favoráveis, e outros, contrários às mudanças de local e à destinação das respectivas áreas.

A partir daí, o objetivo da pesquisa passou a ser outro. Ao invés de dissolver o Mercado, num espaço econômico mais amplo, considerando-o como um equipamento, entre outros, no âmbito de uma rede de distribuição, voltada para o abastecimento da população de Campos, a investigação viu o seu foco deslocar-se para uma outra questão. Esse deslocamento foi suscitado, mais precisamente, pela constatação de que as tensões e conflitos, mencionados acima, resultavam de uma situação ambígua, inerente à existência, ou melhor, à persistência da Praça do Mercado.

Com efeito, por um determinado ângulo, os processos de modernização da cidade, ocorridos, principalmente, durante as três ou quatro últimas décadas do

século passado, pareciam condenar esse tipo de instituição ao desaparecimento, substituindo-o, primeiro pelos supermercados, e, mais recentemente, pelos shopping-centers, que começaram a se alastrar, a partir dos anos noventa, transformando-se, progressivamente, num ícone do consumo e do conforto comercial urbano.

Essas tendências se fizeram, também, sentir em Campos dos Goytacazes, sobretudo a partir de 1989, com a abertura do primeiro shopping, ao qual se seguiram, na década seguinte, os demais.<sup>6</sup> Este avanço das novas formas de comércio, teve o seu paralelo num processo de abandono progressivo, porém sensível, do Mercado. Apesar dos prognósticos pouco favoráveis, entretanto, a Praça do Mercado resistiu, dando a entender que os seus atrativos continuavam fortes o suficiente para garantir a sua sobrevivência, ao lado das modalidades recentes do auto-serviço, e dos centros comerciais.

O problema, que doravante estabeleceria a problemática e, com ela, os rumos e as estratégias, da investigação, encontra-se, formulado, de maneira lapidar, num artigo publicado por Michèle de la Pradelle, sob o título “Comment décrire un marché?” (1996), em que a autora, a propósito da etnografia de um mercado hebdomadário, realizado a céu aberto, na cidade de Carpentras (França), esclarecia o ponto de partida de sua pesquisa:

*“Parti portanto de um paradoxo: a sociedade mercantil não tem necessidade desses mercados: ela conhece outras formas de distribuição, que satisfazem melhor sua exigência de rentabilidade e de racionalidade. No entanto, embora de forma desigual, segundo os contextos, os mercados se mantêm e certas cidades se esforçam mesmo por cria-los”.<sup>7</sup>*

Esta formulação vinha, ademais, ao encontro das ponderações de leitores qualificados da versão preliminar deste trabalho, que reconheceram, com bastante argúcia, as perguntas implícitas na etnografia apresentada, então: “Por que as pessoas ainda vão ao Mercado?”; ou: “Por que o Mercado ainda seduz?” E, de forma conversa: “Por que o Mercado incomoda?”. E: “Por que se deseja, tanto, muda-lo?”

Nessa perspectiva, uma investigação sobre o Mercado Municipal de Campos se justificava, em primeiro lugar, na medida em que preenchia uma lacuna nos

<sup>6</sup> O Shopping-Estrada, dois no bairro Pelinca e um no Turfe. No mês de maio de 2006, foi inaugurado o mais novo shopping, o “Avenida 28”.

<sup>7</sup> Pradelle, 1996:92.

estudos locais, que, até então, não lhe haviam dedicado a menor atenção. Além disso, no entanto, este formato do comércio local tem adquirido crescente evidência, em virtude das freqüentes notícias sobre estabelecimentos congêneres, em outras cidades brasileiras, onde eles têm passado por processos de re-estruturação e remodelação, buscando a melhoria do atendimento e o aumento da atividade comercial.

Como se tratava, neste caso, de um ponto tradicional de abastecimento de víveres, situado numa área central e exclusivamente comercial, freqüentado por uma parcela significativa da população, urbana e rural do Município, sendo, pois, um ponto de referência - comercial e físico - da cidade; e, como também sobre ele paira um projeto de re-localização e modernização, pareceu importante e oportuno tomá-lo como objeto de uma pesquisa etnográfica.

Assim, ainda seguindo La Pradelle (1996: 94) “uma outra maneira aparentemente menos ambiciosa, de apreender esse objeto complexo, é, a partir da interação diádica entre cliente e mercador, essencialmente em sua manifestação discursiva. Isso que aos olhos dos geógrafos é uma dimensão simbólica complementar, é colocado aqui como o princípio mesmo do mercado, que funda sua especificidade e propicia sua perpetuação: as práticas comunicacionais”. Dessa forma, o Mercado é entendido como um lugar das dramatizações, dos jogos de papéis sociais, das interações simbólicas e das sociabilidades englobantes da urbanidade.

*“Pude portanto perceber que o Mercado, mais do que um lugar de trocas materiais, consistia verdadeiramente num espaço de intercâmbio de sentimentos, desejos: mais do que um dispositivo comercial é justamente o conjunto dos seus encontros improváveis.” (p. 99)*

### **3. As tarefas da pesquisa.**

Em termos bastante simplificados, a tarefa da pesquisa consistia em reconstruir a trajetória do mercado, desde o primeiro esboço de uma ‘praça de mercado’, no espaço urbano da cidade oitocentista, até o surgimento do Mercado Público Municipal, em 1921, para, em seguida, apresentar este Mercado tal como existe hoje, no mesmo local, retratando-o com a maior precisão etnográfica possível, para restituí-lo, sob a forma de um texto, em sua integralidade, como instituição da sociedade urbana campista. Com este fim, desenvolvi, durante cerca de um ano e

meio, o meu trabalho de campo no local. Finalmente, era preciso suscitar o tema do seu futuro, prefigurado em pelo menos quatro projetos, buscando, desse modo, o afloramento das antecipações negativas ou positivas desencadeadas por essas perspectivas de mudança.

A primeira parte, uma espécie de genealogia da 'Praça do Mercado', implicava numa pesquisa essencialmente documental, realizada, em consultas à bibliografia existente sobre a cidade e na exploração das fontes jornalísticas disponíveis. Assim, percorri as fontes bibliográficas consideradas clássicas sobre Campos dos Goytacazes<sup>8</sup>. As referências ao mercado aí encontradas foram poucas e esparsas. Foram, no entanto, úteis para orientar a busca, no material hemerográfico. Este se revelou mais bem provido de informações, pois retratava, de forma sistemática as efemérides locais, onde despontavam também aquelas relativas ao Mercado. A principal fonte utilizada, neste sentido, foi a coleção do mais antigo periódico local – *O Monitor Campista*.<sup>9</sup>

O método empregado para a pesquisa nos jornais, tinha como fato gerador o conhecimento de um acontecimento registrado na literatura. Por exemplo: a lei que autorizava a concessão da Praça em 1855; a inauguração do Mercado em 1880; a inauguração da Nova Praça em 1921. A busca inicial começava pelo ano do fato e retroagia e avançava por três ou mais anos, em cada um dos jornais que circularam na época, dependendo ainda se havia exemplares disponíveis. A mecânica da pesquisa era a leitura de cada exemplar à procura de alguma referência ao Mercado e sua transcrição.

Os jornais pesquisados e citados no decorrer desse trabalho, estão disponíveis à pesquisa no Arquivo Público de Campos, onde existe uma coleção significativa dos jornais editados na cidade desde meados do século XIX, apesar de estar incompleta.

A pesquisa propriamente etnográfica exigia uma descrição pormenorizada do Mercado em sua totalidade, o que não significava descrever a totalidade do mercado, como acertadamente, observa la Pradelle.<sup>10</sup> Significava, isto sim, descreve-lo nas suas diferentes dimensões, sem realizar uma distinção artificial entre os seus aspectos propriamente econômicos – as operações comerciais – e os

---

<sup>8</sup> Alberto Lamego – A Terra Goytacá; Alberto Lamego Filho – A planície do solar e da senzala e O homem e o brejo; Horácio Sousa – Cyclo áureo; Julio Feydit – Subsídios para a história dos Campos dos Goytacazes; Teixeira de Mello – Campos em 1881.

<sup>9</sup> E também Folha do Commercio, A República, Folha da Manhã, A Gazeta de Notícias, A Notícia, O Diário.

<sup>10</sup> 1996: 98.

múltiplos modos assumidos, a propósito destas, pela formas da sociabilidade.<sup>11</sup> Neste sentido, era preciso descrever o seu espaço, tanto em seu conjunto, quanto no detalhe. Para a execução dessa tarefa, os procedimentos adotados foram, inicialmente, a observação direta e sistemática, de acordo com parâmetros estabelecidos nos textos utilizados como referencial teórico, complementada por entrevistas (formais e informais) com os comerciantes, fregueses e funcionários da administração. Além desses recursos busquei, ainda, o auxílio de mapas e fotografias de época.

No que tange à quantificação e qualificação dos comerciantes, pela atividade exercida e por sua localização dentro do Mercado, realizei um trabalho de identificação e contagem, com a finalidade de estabelecer as tipologias pertinentes (tipo de comércio; de comerciantes; de produtos, concorrências ou complementaridades). Foram utilizados ainda, dados estatísticos oficiais acerca da produção agro-industrial e comercial do Município/ Região.

Além disso, entretanto, era necessário descrever o Mercado a partir da interação entre comerciantes e clientes, bem como destes e daqueles entre si, pois convinha considera-lo como um espaço social específico, e não apenas como um dispositivo comercial, mesmo porque os consumidores podem comprar nos supermercados, hortifrutis os mesmos produtos que adquirem . Daí a pergunta sobre os motivos que levam as pessoas a comprar ali? Perguntas para as quais procurei encontrar as respostas essenciais, recorrendo, tanto à observação direta e sistemática das interações, que se dão na Praça do Mercado, quanto às entrevistas conversacionais, mais ou menos profundas.

Para conseguir fazer uma descrição particularizada, transmitindo, de maneira a tornar compreensível toda a mecânica e dinâmica das atividades, comerciais ou de outra natureza qualquer, que se desenvolvem, cotidianamente, no Mercado, foram necessárias muitas horas de pesquisa de campo. Com este fim, optei pela realização de visitas em dias e horários diferenciados, estratégia que se revelou essencial para dar conta dos movimentos e ritmos dessa instituição. Desse modo, pude observar os níveis de afluência do público; os horários de maior concentração de comerciantes e fregueses; o manejo dos produtos a serem comercializados, bem como a preparação e a limpeza da área. Esse procedimento foi fundamental, ainda, para perceber como os diferentes espaços eram valorados pelos comerciantes,

---

<sup>11</sup> Idem: *ibidem*.

identificando, a partir daí, os espaços nobres, dentro de uma mesma área. Neste sentido, segui o conselho de Malinowski e De la Fuente, em sua excelente etnografia sobre um sistema de mercados, no estado mexicano de Oaxaca, estudo pioneiro, neste terreno:

*“Alguns princípios gerais podem ser estabelecidos pela mera observação em visitas freqüentes ao mesmo lugar no mercado (mesmos produtos e vendedores). A fixidez no aspecto do mercado, o tipo de postos de venda, a classe das transações e os antecedentes econômicos delas, tudo está intimamente relacionado. Tais conclusões derivam dos planos traçados em cada visita ao mercado, ao calcular os diversos planos e ao compara-los entre si com as observações efetuadas sobre o terreno”.*<sup>12</sup>

Para as entrevistas e a coleta de informações, realizadas com os comerciantes, apoiei-me na experiência de outros pesquisadores, bem como em suas descrições, como, por exemplo, o trabalho desenvolvido por Vagale (1972), sobre os mercados nigerianos, e o já mencionado estudo de Malinowski e De la Fuente (1957)<sup>13</sup> sobre os mercados indígenas mexicanos. Estas pesquisas, realizadas em sociedades e épocas distintas, têm como objeto principal o funcionamento dos mercados em suas particularidades locais e regionais.

Esses diferentes modos de análise, cada um deles pertinente ao seu modo, têm em comum, o fato de nunca oferecerem por inteiro a visão do objeto estudado, senão informações sobre assuntos específicos. O mercado suporta a construção de um conhecimento que o ultrapassa, que vai além de seu espaço físico e da atividade comercial, que transborda a simples compreensão do fenômeno.

#### **4. O trabalho etnográfico de campo: os caminhos da pesquisa, suas dificuldades e conquistas.**

Quando me pergunto, retrospectivamente, sobre as dificuldades encontradas ao longo do trabalho de campo no Mercado Municipal, procuro refazer os meus percursos, nas visitas sem conta, que fiz para compras miúdas, ou, às vezes, apenas para conversar com os comerciantes, no intuito de me tornar conhecido no Mercado, para, a partir daí, obter informações mais sistemáticas e consistentes a respeito de sua natureza e funcionamento. Nem todos os comerciantes que

---

<sup>12</sup> 1957: 73,74.

<sup>13</sup> Vide Anexo 1.

conheci, se mostraram desconfiados e arredios, tive excelente acolhida de uns poucos, desde o princípio, que não eram em número suficiente para uma pesquisa mais aprofundada. Gradativamente, fui sendo apresentado a outros e me tornando mais conhecido, condição essencial para a coleta de informações.

A pesquisa de campo para este trabalho, começou em julho de 2004, estendendo-se, desde então, até o início de 2006, momento em que teve início o trabalho de redação da versão final desta dissertação de mestrado. Ao longo dela, certas lacunas foram aparecendo, o que me obrigou a voltar ao Mercado, de vez em quando, em busca de respostas e dados que ainda me faltavam, pois, como aprendi, uma pesquisa de campo só se encerra arbitrariamente.

O meu ingresso no campo e os primeiros levantamentos necessários para a pesquisa, foram efetivados de forma simultânea. Ao mesmo tempo em que fazia a leitura da bibliografia sobre o tema, procedia também ao levantamento de informações sobre a trajetória do Mercado, na cidade; e começava, igualmente, o lento processo de tornar-me familiar, num local onde determinados assuntos (fornecedores, clientes, margem de lucro, pagamento de taxas e etc) não são discutidos abertamente com estranhos.

O meu processo de aproximação aos informantes potenciais foi mais demorado e difícil do que havia imaginado inicialmente. Na época em que ainda não fazia pesquisa, e freqüentava o Mercado como um simples freguês, tudo parecia muito fácil e fluido. Quando, no entanto, assumi a identidade de pesquisador, as coisas se complicaram. Talvez porque tenha cometido a imprudência de ostentar esta nova identidade, adotando uma prancheta e um bloco de notas, instrumentos que passei a manejar de forma demasiado evidente. Daí por diante, começaram a surgir as dificuldades. Estas se manifestaram de variadas formas. Havia, em primeiro lugar, uma evidente desconfiança dos comerciantes, diante da possibilidade de ser eu um fiscal da Prefeitura. Os problemas mais complexos, entretanto, da minha mudança de posição e postura, ao passar de consumidor para pesquisador. Essa mudança, apesar da leitura dos textos e manuais específicos, e das orientações recebidas, se deu de forma lenta e incompleta, evidenciada, aos poucos, pelas dúvidas e falhas, na hora de produzir algum texto sobre o andamento do trabalho.

Para que se possa chegar a um termo, no mínimo, razoável, na condução de uma pesquisa, é preciso afastar sistematicamente todas as pré-noções e os pré-

conceitos acerca do objeto a ser estudado. Esta é a base de todo o método etnográfico. A primeira tarefa consiste, então, em definir claramente do que se está cuidando, isto é, objeto da pesquisa, definindo os seus caracteres exteriores mais característicos e fundamentais. A necessidade de ‘estranhar’ algo que nos é conhecido, e que, inadvertidamente julgamos ‘familiar’, torna essa experiência bastante difícil, na medida em que somos levados, sem o sentir, a aplicar filtros, tomando decisões, nem sempre acertadas sobre o que dados devemos, ou não, admitir em nossos registros. O ato de estranhar o conhecido, o que me parecia ‘natural’ ou ‘óbvio’ foi sem dúvida o mais difícil – não tirar conclusões apressadas; perguntar mesmo quando acreditamos saber qual será a resposta.

A forma utilizada para conseguir os contatos foi a intensificação das visitas a todos os setores do Mercado, para, aos poucos ir me informando sobre os assuntos, que considerava relevantes para a pesquisa. Alguns comerciantes, no entanto, foram mais receptivos e a eles dediquei uma parte maior do meu tempo, durante cada uma das minhas visitas, para conversar sobre o comércio, os produtos – origem e fornecedores – e os problemas, que eles viam no mercado, e, às vezes, também, sobre assuntos pessoais, quando estes surgiam, naturalmente, no decorrer da conversa, e por iniciativa do entrevistado.

O fato de acompanhar estudantes de graduação em Ciências Sociais, no seu trabalho de campo para as disciplinas antropológicas, facilitou a minha presença, pois percorria o Mercado, indicando-lhes aspectos que considerava dignos de nota e que poderiam revelar-se pertinentes aos seus exercícios etnográficos. Nestas ocasiões, tratava de apresentá-los a certos comerciantes, que poderiam ser consultados sobre os seus respectivos temas. A partir daí, ficou mais clara a minha identidade, como professor e pesquisador, e não de fiscal. Também me serviu de ponte o contato com a Administração do Mercado, através de seu diretor e da secretária deste, aos quais, desde o início, me apresentei como pesquisador, sendo bem recebido e obtendo, gradualmente, graças ao conhecimento estabelecido, informações mais precisas e específicas sobre o lugar.

Dentre todos os informantes, não posso deixar de registrar a acolhida que tive da proprietária de uma das pastelarias e de seus dois filhos, sempre dispostos a tirar as minhas dúvidas. Respondiam às minhas dúvidas, falavam sobre o funcionamento do Mercado, com suas particularidades, e, o que é mais importante, me apresentaram a vários comerciantes dali como pesquisador da UENF solicitando-

lhes a gentileza de me atender.<sup>14</sup> Dos contatos mantidos com os comerciantes e membros da Administração, alguns se transformaram em laços de amizade e respeito, incluindo perguntas sobre a família, sobre como anda a pesquisa, se já conversei com alguém que me foi indicado e o sobre o motivo de ‘andar sumido’, isto é, de não aparecer diariamente.

Uma das preocupações, certamente a mais comum, que percebi em todos os contatos, formais e informais, com os comerciantes do Mercado Municipal, além da desconfiança persistente quanto à ‘real intenção’ das perguntas sobre sua atividade, foi o receio de que as informações fornecidas pudessem, de alguma forma, no futuro, ensejar um aumento de taxas; ou multas, ou, mais grave ainda, levar à perda da concessão do ‘ponto’.

Apesar de me apresentar como pesquisador, muitos comerciantes aproveitavam para reclamar dos problemas do Mercado, em geral, ou da Administração, ou, ainda, do seu setor de atividade. Às vezes me sentia como uma espécie de ‘ouvidor’, mas sem poder resolver nada. Neste sentido, a forma de corresponder a essas expectativas, talvez seja mostrar o Mercado como ele é; como os comerciantes e usuários o vêem; e como gostariam de vê-lo, no futuro, para que se possa compreender como funciona e, ainda, para que os gestores públicos possam dirigir-lhe olhares menos enviesados.

Num Domingo chuvoso do mês de dezembro, estava realizando uma de minhas visitas ao Mercado. Na véspera chovera muito e o movimento de fregueses tinha sido muito fraco; com muita sobra de produtos, principalmente peixes e vegetais. Ao meio dia, o movimento já era muito reduzido, e, muitos comerciantes, já se preparavam para fechar, retirando das suas bancas os produtos danificados/estragados, acondicionando o restante em seus depósitos; cobrindo as bancas com as lonas e limpando o local.

Nesse dia, fui convidado pelo Leandro, para participar de um almoço de confraternização de Natal, numa churrascaria, com outros comerciantes do Mercado. Perguntei se os demais concordariam com minha presença, sendo eu estranho ao meio. A resposta que obtive foi favorável. A iniciativa dessa confraternização, que se realiza há cerca de vinte anos, foi de ‘sêo’ Jacildo, Jorge ‘Barbudo’ e Luís Crespo, que convidaram os demais comerciantes a participar.

---

<sup>14</sup> Mais tarde percebi que poderia ser um tipo de código próprio do Mercado para dizer que não haveria problemas em conversar.

No local combinado, encontrei umas vinte pessoas, todos comerciantes, acompanhados de alguns familiares. Destes apenas cinco me conheciam mais de perto, a mim e à minha pesquisa. Os demais *'já tinham ouvido falar'*. Fui bem recebido, sendo cumprimentado por todos com apertos de mão. Fui apresentado por Leandro e Jacildo, como *'o professor da UENF que está pesquisando no Mercado'*. Queriam saber o que estava pesquisando e com que finalidade; e como a pesquisa poderia melhorar a situação do Mercado? O almoço durou cerca de quatro horas. Cada qual pagou o seu consumo, para que ninguém ficasse sobrecarregado. Só havia um que trabalhava na 'Feira', os demais eram, todos, do 'Mercado Coberto', e tinham muitos anos de Mercado. Pelo menos quatro haviam sido *'criados'* ali. As conversas giravam, todas elas, sem exceção, em torno do Mercado – seus problemas; ações negativas de políticos; lembranças de anos passados – suscitando nomes de comerciantes já falecidos, e de seus sucessores; projetos para o futuro, e assim por diante. Havia, em todos eles, uma nítida apreensão quanto à *'política contra o Mercado'*.

Perguntei-lhes, então, por que eram tão poucos os presentes, se no Mercado havia mais de duzentos comerciantes. A resposta foi que muitos não gostam ou não podem participar, por motivos pessoais, sobretudo familiares; mas também porque nem todos são chamados, *"pois pode virar bagunça"*.<sup>15</sup> Só receberam convites 'os mais chegados'; jovens e velhos, unidos com o objetivo de confraternizar; pessoas que se conhecem de longa data, e mantêm algum vínculo de amizade; e cujo comportamento social está dentro de um padrão aceitável para a maioria. O encontro terminou com brindes e votos de melhores dias e de saúde para todos, no próximo ano, e que todos pudessem estar ali novamente. Para mim significou o coroamento do meu processo de incorporação à comunidade do Mercado. Já não era mais um estranho.

---

<sup>15</sup> Em anos anteriores, com a presença de maior número de pessoas, houve muita algazarra, alguns se excederam na bebida e também, na hora de pagar os que organizaram e ficaram por último, tiveram que arcar com as despesas de alguns que saíram sem deixar o correspondente à sua despesa. Daí serem poucos os participantes.



Almoço de confraternização: na foto superior esquerda, Jacildo, Jorge “Barbudo” e Derval Bambino; na da direita, em primeiro plano, Leandro e Vitório; nas duas inferiores, os demais participantes.

Para tirar as últimas dúvidas; completar algumas lacunas, já identificadas; e sanar algumas imprecisões, voltei ao campo, no mês de março de 2006, por duas semanas. Durante esse período, fiquei, ao longo das horas, acompanhando, a uma distância prudente, para evitar constrangimentos, o movimento de compras dos fregueses, tentando identificar as preferências, por produtos e locais de compra; os trajetos percorridos no Mercado; o tempo despendido até a saída do local; se conversava com o comerciante e, sobretudo, para vislumbrar as relações estabelecidas, a propósito das transações comerciais, ou independentemente delas, nos encontros entre ‘conhecidos’. Desse modo, tratei de confirmar os níveis de freqüência, em dias e horários diferenciados, fazendo a contagem de fregueses a partir de um determinado posto de observação, localizado na parte interna da ‘Feira’.

Durante esse tempo, passado no campo, entrevistei muitos fregueses sobre os motivos de sua ida ao Mercado; sua opção de comprar ali; suas preferências por determinados produtos e bancas; sobre o que mais o atraia ali; há quanto tempo

freqüentavam o Mercado; se compravam, reiteradamente, nos mesmos locais; ou se variavam de fornecedor; sobre sua opinião a respeito de assuntos específicos – segurança, variedade de produtos, etc. Muitas vezes, acompanhei à distância, fregueses, escolhidos aleatoriamente, em suas compras, para identificar os trajetos mais comuns, e suas preferências, em matéria de produtos. Nesse acompanhamento, temos a noção dos vários tipos de fregueses, que podem ser classificados de formas variadas, como os esporádicos e os regulares, esses, com freqüência diária ou semanal, normalmente compram nos mesmos comerciantes, alguns com produtos e quantidades fixas – verduras principalmente. Nas primeiras horas de funcionamento, há uma afluência mais nítida de comerciantes do ramo de alimentos e de donas de casa, preparando-se para o dia. O tempo médio utilizado para as compras, gira em torno de 30 minutos, dependendo do movimento do dia e dos produtos escolhidos.



Na foto à esquerda, o pesquisador com “Julinho”; à direita com Manoel Pessanha.

## Capítulo II – Comércio, Mercado<sup>16</sup> e Cidade.

*“As Praças de Mercado são locais com referências sociais, econômicas, culturais, políticas e outras, onde compradores e vendedores (ou talvez, outros tipos de permutadores), se encontram com o fito de trocar”. C. Belshaw<sup>17</sup>*

Em seu conhecido estudo sobre a economia como processo institucionalizado Karl Polanyi (1976) assinala que o comércio (a troca real), o dinheiro<sup>18</sup> (o meio de praticar a troca) e o mercado (o centro da troca) são as três instituições transformadoras deste processo, constituindo o sistema econômico, que consiste, em última análise numa dinâmica constituída pelas trocas de localização ou pelas trocas de apropriação, ou por ambas, pois, nesse movimento os bens alteram suas posições, mudando de lugar ou de mãos.

Como primeiro elemento desta tríade, o comércio não pode ser reduzido às meras operações de comprar e vender, sendo, ao invés, *“a atividade de um homem, de um agente”*, constituindo, pois, *“um ofício individual”*, exercido por um sujeito que se define, não como comprador, ou vendedor, mas como intermediário, exercendo, nas palavras de Émile Benveniste, um *“ofício sem nome”*, voltado para a *“circulação dos produtos, da riqueza”*.<sup>19</sup>

A atividade comercial compreende, primeiramente, dois grandes modos: o atacado e o varejo (em Portugal, o comércio grossista e retalhista). Os atacadistas compram e acumulam grandes quantidades de produtos, que, posteriormente, repassam, em quantidades menores, a outros comerciantes, que os vendem aos usuários finais, ou consumidores. Dentre esses artigos, alguns se caracterizam como matérias primas – frutos ‘naturais’ da terra e materiais para fabricar implementos ou utensílios – e outros como produtos manufaturados, isto é, já modificados por algum processo – manual ou industrial.

<sup>16</sup> Pode significar o lugar geográfico em que se realizam as operações de intercâmbio, isto é, o ponto nodal em que compradores e vendedores se reúnem para intercambiar bens e serviços. O mercado em seu sentido mais geral é toda a trama de inter-relações entre compradores, vendedores e produtos que surge por ocasião do intercâmbio. (Enciclopédia Internacional de Ciências Sociais, v. 2, p. 61)

<sup>17</sup> 1968: 19.

<sup>18</sup> O dinheiro pode ser definido como objetos quantificáveis, mais comumente utilizado na forma de moeda, com valores específicos. O uso do dinheiro como pagamento é um dos mais correntes. (Polanyi, 1976: 173). Para os efeitos de que trata este trabalho, não vou me deter no segundo elemento do sistema, que é o dinheiro, que exigiria uma discussão à parte, não de todo relevante, aqui.

<sup>19</sup> Benveniste, 1995: 139, 140.

Considerando-o, em suas formas mais específicas, Karl Polanyi apresenta o comércio como “*um método relativamente pacífico de adquirir bens de que não dispomos de maneira imediata*”. Inerentes a este método são o seu aspecto bilateral, que, justamente, lhe confere a esta atividade um “*caráter bastante regular e abertamente pacífico*”. O movimento de bens realizado segundo este método, por sua vez, implica a passagem por um mercado, sendo “*controlado pelos preços*.” Neste sentido: “*Todo comércio é comércio de mercado.*” Finalmente, acrescenta Polanyi, em sua caracterização da atividade: “*O comércio, pela natureza das coisas, tem um certo número de constituintes como o pessoal, os bens, o transporte e a bilateralidade. As pessoas que praticam o comércio o fazem por motivos de status ou benefícios*”. (Polanyi, 1976: 168 e 169)

Le Goff (1990:35) ao analisar as origens dos grandes mercadores medievais<sup>20</sup>, afirma que: “*o seu poderio econômico está ligado ao desenvolvimento das cidades, centro de seus negócios*”. Atuavam como intermediários entre o campo e a cidade, ou ainda, entre regiões ou países, interferindo no sistema produtivo pela procura de determinado bem ou produto, ou pelo financiamento. Nesse período surgem as primeiras operações de financiamento de expedições comerciais marítimas e terrestres, os contratos de “*commenda*”.<sup>21</sup>

Em termos etnográficos é possível distinguir vários tipos de troca<sup>22</sup>: assim, por exemplo, a de presentes, intercambiados por ocasião de atos públicos ou cerimoniais, normalmente, bens não utilitários ou de significado primordialmente ritual. Há, também, o caso das distribuições sucessivas, operadas dentro das comunidades, para suprir as assim chamadas “*necessidades básicas*”, em geral, alimentos; ou, ainda, a troca eventual de excedentes atuais com garantia de devoluções futuras. Da mesma forma, acontece a troca entre consumidores, em que as prestações mútuas são fixadas por acordo ou tradição, e ocorrem em vários níveis – entre pessoas, famílias, aldeias ou países. Existem, ainda, associações

<sup>20</sup> A Ética do Mercador – Florença, século XIV – Ao mercador pede-se prudência, percepção de seus interesses, desconfiança relativamente ao outro, temor de perder dinheiro, experiência. “Não convivas com os pobres porque nada tens a esperar deles”, e acima de tudo “o mercador tem que saber calcular, o comércio é questão de raciocínio, de organização, de método. (Anônimo apud Le Goff, 1990: 66)

<sup>21</sup> “*Commanda simples*: se há perda, quem empresta suporta o peso financeiro, se há ganho, quem emprestou e ficou em casa, é reembolsado e fica com três quartos do lucro, a outra parte é para o agente. *Commanda societas* ou *collegantia*: o comanditário, que não viaja, adianta dois terços do capital e quem pede emprestado com um terço, se há perda é repartida proporcionalmente, se há lucro é dividido ao meio. Para os contratos por terra, dois tipos fundamentais: *Campagnia*, os contratantes partilham os riscos, esperanças, lucros e perdas; a *Societas terrae*, aproxima-se da *commanda*. A duração é por longo tempo (um ou mais anos). (Le Goff, 1990: 18,19)

<sup>22</sup> Enciclopédia Internacional de Ciências Sociais, 1974, vol. 2, pág. 508 a 511.

comerciais entre indivíduos, cujas relações comerciais transcendem uma transação concreta, como é o caso, por exemplo, dos créditos em longo prazo – venda antecipada de colheita em troca de insumos ou bens.

Finalmente, convém distinguir, neste âmbito, aquela que é a forma de troca de que trata, especificamente, este estudo: o comércio em praças de mercado, característico de sociedades de relativa densidade populacional, camponesas ou urbanas, onde existe circulação de dinheiro e produção para consumo e intercâmbio. Neste caso, o comércio se ajusta ao modelo de mercado aberto, os preços variam com a oferta e a procura; e as transações, nos centros de mercado, se concluem no ato, não havendo, necessariamente, relação duradoura entre compradores e vendedores, mas disposições normativas gerais, como, por exemplo, o uso obrigatório de pesos e medidas ‘justas’.

Quanto ao ‘mercado’, o termo designa, em geral, dois tipos de entidades: um conceito econômico e uma realidade empírica. No sentido econômico, o termo designa o local ideal da formação de preços, ou seja, da interação entre a oferta e a procura, por meio da qual se determinam as taxas a que são trocadas as mercadorias. Como realidade empírica, a categoria ‘mercado’ designa o local físico onde se efetua um certo número de transações, e onde se reúnem, portanto, todos os que querem ceder, adquirir ou trocar produtos, de forma direta, *in natura*, ou sob a forma de moeda, isto é, em espécie.<sup>23</sup>

Ao se falar em mercado, neste último sentido, é preciso assinalar a sua importância histórica, tanto em termos econômicos, quanto em termos sociais e culturais. Neste sentido, convém recordar o seu significado para os nossos colonizadores portugueses com o comércio, onde pode ser constatada, especialmente, na nomenclatura dos dias da semana, estabelecendo uma contagem do tempo baseada nos dias de mercado (ou de feira) de segunda a sexta-feira.<sup>24</sup> Segundo Lopez <sup>25</sup> durante a idade média, com a revolução comercial, o comércio estimulava certos setores do mundo agrícola, no sentido de transformações mais rápidas do que as determinadas pelas necessidades de subsistência. Os mercadores e intermediários, “*controladores da oferta e da procura, tinham interesse*

---

<sup>23</sup> Cf. Meunier, 1978: 241.

<sup>24</sup> Essa denominação portuguesa dos dias da semana é diferenciada de outras línguas européias, que ainda utilizam nomes derivados de divindades pagãs, romanas principalmente, como patronas das denominações de seus dias (sunday, monday; lunes, martes; lundi, etc). Cf. Olinto, apud Vogel et al, 1998: X.

<sup>25</sup> 1980: 136,137.

*peçoal na expansão de ambos, pois tinham capital, com ele, alargaram o crédito e incrementaram os seus negócios através da prospecção de mercados”.*

Leclair (1976) distingue ‘mercado’ (onde os bens mudam de mãos mediante compra e venda) e ‘lugares de mercado’ (onde compradores e vendedores estejam presentes fisicamente para fazer pressão sobre os preços) como um caso particular de organização, cujo objetivo consiste em facilitar o intercâmbio de bens e serviços, segundo regras e convenções próprias.

Tomado segundo esta perspectiva, o ‘mercado’ é, pois, uma instituição que coloca os vendedores e compradores em contato direto, para promover a troca de bens econômicos por produtos, que se entregam imediatamente, ou no futuro. Os mercados constituem, neste sentido, os elementos essenciais do sistema de preços e o seu funcionamento particular depende em alto grau do funcionamento efetivo destes. Deles pode participar qualquer número de pessoas vendendo ou comprando, de modo a acomodar, continuamente, o fluxo de produção, sem limite de produtos comercializados, mas sempre segundo uma organização formal e normas institucionalizadas, e uma temporalidade, que pode ser episódica, intermitente, eventual, sazonal ou contínua.<sup>26</sup>

Ao analisar o surgimento do mercado, Karl Polanyi <sup>27</sup> enfatiza que, desde o princípio, essa instituição foi cercada por uma série de salvaguardas destinadas a proteger a organização econômica vigente na sociedade. A “Paz do Mercado” era garantida ao preço de rituais e cerimônias que restringiam seu objetivo, assegurando sua capacidade de funcionar dentro de limites mais ou menos estritos. *“O resultado mais significativo dos mercados - o nascimento de cidades e a civilização urbana... as cidades não eram apenas suas protetoras, mas também um meio de impedi-los de se expandirem pelo campo.”*

O mercado, quando existe, exerce um papel vital e positivo na vida econômica e cultural dos moradores da cidade, pois além dos produtos comercializados ainda funciona como um centro de informação do que está acontecendo, resquício de um passado com poucos meios de informação, um lugar de ouvir e contar histórias, um local de sociabilidade.

Também Max Weber<sup>28</sup> considerou o mercado como um fenômeno determinante do caráter urbano *“a cidade é um estabelecimento de mercado”*. Definiu as cidades

---

<sup>26</sup> Dicionário de Ciências Sociais, FGV, 1986: 743.

<sup>27</sup> 2000: 82,83.

<sup>28</sup> 1979: 69, 70.

como aglomerados urbanos onde a população satisfaz a maior parte de suas necessidades no mercado local. Assim, considera que o comércio esteve, desde sempre, profundamente vinculado à vida das cidades. Classificou o mercado como uma modalidade precoce de vida pública, uma vez que, os que permutam atuam como sujeitos econômicos, sendo, pelo menos até certo ponto, donos de suas decisões.

*“Toda cidade é um local de mercado, onde a população não-urbana também se abastece de produtos no comércio. A maioria dos habitantes vive do produto da indústria [trabalho] ou do comércio e não da agricultura, com diversidade de ocupações industriais e ainda a cidade apresenta estrutura diferente do campo, é um lugar de mercado ou possui centros econômicos, com feiras de comerciantes em trânsito, além do mercado local regular”.*

De acordo com Weber (1979), a cidade está intimamente ligada à origem do capitalismo e da moderna economia ocidental, sendo, ao mesmo tempo, o resultado e o pressuposto do desenvolvimento capitalista, marcado por essas ‘comunidades’ com um alto grau de autonomia. Graças à sua justiça e aparato legal; à administração burocrática; aos seus exércitos e fortificações; e, *last but not least*, ao seu mercado, a cidade se viu transformada num local de convergência das grandes correntes e interesses econômicos, políticos, e ideológicos. Este novo centro de poder, com seu modo de vida distinto, passou a influenciar todos os níveis da vida social, inclusive na sociedade agrária tradicional, produzindo um contraste profundo entre a vida na cidade (mesmo pequena) e a vida rural. E, para os fins que nos interessam, aqui, a cidade passou a concentrar a produção com vistas ao abastecimento do seu mercado, isto é, onde o produtor não conhece mais, necessariamente, o consumidor de seus produtos.

Ezra Park<sup>29</sup> considera, igualmente, que foi o mercado que promoveu a existência da cidade moderna, e que, especializando-se e adquirindo formas próprias de operar, veio a ser um dos dispositivos fundamentais para o reajustamento da sociedade urbana. Para ele, a cidade é algo mais do que um amontoado de indivíduos, conveniências sociais, ruas, edifícios, luz elétrica, hospitais, justiça, escola e polícia; é um estado de espírito, um corpo de costumes, tradições e atitudes organizadas, está envolvida nos processos vitais das pessoas que a compõem. É, não somente um ente geográfico e ecológico, mas também uma unidade econômica, e, como tal, um produto da natureza humana, isto é, o habitat

---

<sup>29</sup> 1979: 42.

natural do homem contemporâneo. A organização da cidade, o caráter do meio urbano e a disciplina que este impõe aos seus utentes, são, portanto, em última análise, determinados pelo tamanho da população, sua densidade e distribuição dentro da área citadina. (1979: 26 a 30)

Malinowski e De La Fuente <sup>30</sup> em um estudo pioneiro sobre o funcionamento dos mercados do Vale de Oaxaca, no México, o aspecto cultural aparece como traço marcante que vai orientar as atividades do comércio. A pesquisa, realizada entre 1940/41, para “o estudo dos modos tradicionais da vida e das trocas culturais”. Os mercados no México, à época, constituíam o principal mecanismo econômico de distribuição de produtos. Relaciona os fatos que acontecem nos mercados, a produção, os sistemas de distribuição e o consumo. No mercado se podem estudar as pessoas, os objetos materiais, valores, costumes e práticas religiosas. É, ali que antigos costumes e modos de vida tradicionais se revelam, em certos tipos de transações, no consumo de alguns produtos - milho e outros produtos nativos locais, no regateio de preços, na compra e venda, e também, no estudo das mais antigas rotas comerciais pré-hispânicas.

Um outro exemplo do funcionamento de um mercado pode ser identificado na análise realizada por Geertz (1979: 123) sobre o bazar no Marrocos. O bazar de Sefrou, como em todo o mundo árabe, “*Suq*”, caracterizado como uma forma cultural, uma instituição social e um símbolo econômico. Afirma que é o melhor local para se colocar de lado e observar as pessoas que chegam a cada dia para comerciar, onde todos preferem comprar barato e vender caro. O bazar, apresenta, um distinto sistema de relacionamento social em torno da produção e consumo de bens e serviços, um particular gênero de economia. Onde se destaca o “*funduq*” uma combinação de depósito, hospedaria e centro de comércio, o “coração social da economia de caravana”;<sup>31</sup> e, ainda, um sistema de financiamento comercial, o “*quirad*”, onde o investidor não se envolve com coisa alguma que o comerciante faz ou diz, apenas aguarda sua parte no financiamento combinado.

Também nos trabalhos de Pradelle (1996), Nypan (1960) e Vagale (1972), são citados os costumes locais, dias e modos de funcionamento e detalhadas as características de diferentes tipos de mercados em outros países.

Pradelle, faz uma descrição de um mercado, de ciclo semanal, que acontece nas ruas da cidade de Carpentras, na região da Provença, França, em 1996. Ela

---

<sup>30</sup> 1957: 18 a 20.

<sup>31</sup> Sistema de comércio que depende do transporte de mercadorias em caravanas.

reconstitui o percurso da pesquisa, expondo os modos para conseguir uma descrição etnográfica: uma narrativa genealógica da instituição estudada, para devolver ao leitor uma parte compreensível do que foi observado. A autora parte do princípio que o mercado se constitui num espaço de interação, de sociabilidade, de um lugar de “práticas comunicacionais”. Na sua perspectiva o mercado é um lugar que se integra de uma forma específica ao espaço urbano, estabelecendo tipos de convivência, de condições sociais e de constituição de identidades.

Nypan (1960) realiza um *survey* na cidade de Accra, Ghana, junto a comerciantes e compradores. A Autora registra a participação maciça de comerciantes mulheres, cujas suas atividades são desenvolvidas, individualmente, em barracas precárias, que vendem, basicamente, produtos agrícolas, com investimento de capital pequeno, que limita a ampliação de seu comércio. Os rendimentos nesta atividade se destinam ao sustento para elas e os filhos. O mercado constitui uma preciosa instituição social.

Vagale (1971) pesquisou a natureza e a estrutura dos tradicionais mercados nigerianos na área metropolitana de Ibadan, numa região próxima ao Saara. O Autor observou que a praça do mercado é um local de encontro da cultura urbana e rural, refletindo também seus conflitos. Ressalta que em Ibadan, os mercados continuam a dominar a cena urbana, diferentemente dos países asiáticos e da América Latina, que tiveram um processo de urbanização, diversificação da economia e dos transportes acelerado.<sup>32</sup>

Sendo o mercado um lugar por excelência de consumo, cabe destacar que os padrões de consumo, são diferenciados entre as sociedades e, dentro delas, pelas categorias sociais que as compõem (Douglas e Isherwood, 2004). A cultura de cada povo ou região (grandes ou pequenas, geograficamente) determina os padrões de consumo seguidos por seus membros, a começar pelas chamadas ‘necessidades básicas’. Determinados tipos de bens podem ser vistos como marcadores de categorias sociais, com significados específicos. De modo geral, as pessoas compram bens com três propósitos: bem-estar material, bem-estar psíquico e exibição. Os dois primeiros são necessidades individuais: necessidade de se

---

<sup>32</sup> Em ambos esses Autores africanos se constata a justeza de um pensamento do Presidente Sebastian Silva, reproduzido por Antonio Olinto: “O mercado é a mais antiga base da economia e da vida social africana. Seu funcionamento tem de ser protegido, por muito que se aceitem mudanças estruturais que ele venha a sofrer.” (1985: 162)

alimentar, vestir, abrigar e de paz de espírito e recreação. A última é um termo geral que cobre todas as demandas da sociedade.

Douglas e Isherwood (2004) consideram que os bens, o trabalho e o consumo tem sido artificialmente abstraídos da totalidade do esquema social., os bens são neutros, seus usos são sociais. Além da diversidade de cores, odores e sabores das mercadorias expostas no mercado, há uma multiplicidade de costumes e tradições comerciais, constituindo espaços multifuncionais capazes de atrair mais que os habituais clientes para compras, tornando-se ainda, em um local de convívio, um espaço de sociabilidade, onde as pessoas vão para conversar com conhecidos ou não, comer, passear ou simplesmente olhar o que está à venda, sem a obrigatoriedade de comprar.<sup>33</sup>

### **Os Mercados Públicos no Brasil urbano: Uma breve perspectiva histórica.**

*“O Brasil, se transformaria, com a adoção do sistema escravista baseado no trabalho africano, em novo ponto de encontro, criando em Salvador e Olinda, mais tarde no Rio de Janeiro, em Belém, São Luís, São Paulo e outras cidades da então colônia, feiras e mercados que tanto revelavam raízes portuguesas como africanas e asiáticas”.*  
Antonio Olinto<sup>34</sup>

Desde o início da colonização portuguesa, O Brasil esteve integrado ao processo de *“acumulação primitiva de capital mercantil”*. Sua economia foi organizada segundo um modelo que privilegiava a produção e exportação de matérias primas, resultantes, tanto do extrativismo – pau-brasil; metais preciosos, e borracha – quanto da monocultura, em larga escala – açúcar e café, todos , processos fundamentados, em maior ou menor escala, no trabalho servil de nativos e/ou africanos.

Os grandes concessionários ou proprietários rurais controlavam a propriedade a terra, os dispositivos tecnológicos (engenhos, usinas etc.) e a mão de obra escrava, e, com isso, dominavam toda a trajetória do processo produtivo até a entrega para a comercialização dos produtos.

---

<sup>33</sup> 2004: 26 e 39.

<sup>34</sup> In Vogel, Mello e Barros, 2001:XII.

Tal poder, entretanto, embora de base rural, se articulou a partir de um reduzido número de cidades, que, desde as primeiras feitorias, iriam dar origem às futuras metrópoles da vida colonial, quase todas elas situadas no litoral. Nelas, as classes produtoras, aliadas à burocracia do Estado português e à burguesia mercantil, detentora dos privilégios comerciais concedidos pela Metrópole, e dos recursos indispensáveis ao financiamento da produção. Estas cidades se tornaram, pois, intermediárias entre o campo e o mercado consumidor externo, além de sedes da função político-administrativa.

Esses centros urbanos, herdeiros da tradição cultural dos mercados portugueses, tendo em vista as condições locais – solo, clima, etnia – assumiram, com o tempo, particularidades sutis, em cada região. Além disso, herdaram também certas peculiaridades advindas dos povos africanos, que possuíam tradições econômicas mais complexas do que as dos nativos, incluindo o uso de moedas, caravanas comerciais, feiras e mercados, permanentes e temporários, que muito contribuíram para o pequeno comércio (negros de tabuleiro) e para a prestação de serviços. (Mott, 2000:21)

As grandes cidades, na faixa litorânea brasileira e no interior, desenvolveram, a partir do século XVII, as suas ‘praças do comércio’, não apenas como entrepostos de sua atividade mercantil com a Metrópole,<sup>35</sup> mas também como dispositivos de abastecimento, e, ainda, como importantes centros de sua vida social.

Na segunda metade do século XIX, estas ‘Praças’ deram lugar aos grandes Mercados Municipais, construídos segundo padrões novos, inspirados nos processos de remodelação urbana das metrópoles européias, sobretudo a Paris de Haussmann, onde o mercado *Les Halles* constituiu um marco arquitetônico. Neste sentido se destacam, do norte para o sul, os mercados centrais de Manaus, Belém, São Luis, Recife, Salvador, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo e Porto Alegre.

Todos eles tiveram um destino mais ou menos semelhante. Após um período inicial de relativo esplendor, sofreram um processo de progressivo abandono e deterioração, embora mantivessem certos atrativos ponderáveis, entre eles, a cor local. No último quartel do século XX, entretanto, essas estruturas, cuja importância para o turismo começara a se evidenciar, foram, uma após outra, submetidas a

---

<sup>35</sup> A fundação de um mercado se dá com a criação formal, pelo poder público, de um posto fiscal. Um local de controle da atividade comercial, e coleta de impostos e taxas específicas para alguns produtos ou atividades.

processos de reforma e revitalização, com os ganhos e as perdas correspondentes da atribuição de novas funções e usos. Na seqüência, são resumidamente descritas as suas respectivas trajetórias.

O Mercado de Manaus,<sup>36</sup> construído, em estilo *art nouveau*, durante o período áureo da borracha, no ano de 1882, é uma réplica do extinto mercado *Les Halles*, de Paris<sup>37</sup>. É formado por um pavilhão central em alvenaria, ladeado por dois pavilhões com estrutura em ferro fundido e forjado, com pórtico de ferro rendilhado e vitrais. Em 1906, foi arrendado à empresa britânica *Manáos Markets*, responsável pela construção das principais fachadas da Rua dos Barés e pelos dois pavilhões laterais de ferro, destinados à venda de carnes e peixes. Em 1934, esse contrato foi rescindido e o Mercado voltou à responsabilidade da administração municipal, encontrando-se, atualmente, em processo de restauração.

Em 1688, por solicitação da Câmara de Belém, uma Provisão-Régia criou o *Ver-o-Peso*. Foi a partir de então que o porto do Rio Piri passou a se chamar o "*lugar de Ver-o-Peso*", nome que a tradição oral, há quase 400 anos preserva. Local de grande movimento popular, o conjunto do porto, mercado e feira do *Ver-o-Peso* adquiriu, um lugar definitivo no espaço social, econômico e simbólico da cidade de Belém. No final século XIX, no auge de riqueza da época da borracha, entre 1899 e 1901, o *Ver-o-Peso* sofreu novas mudanças: construção de um mercado na margem da baía, pré-fabricado em ferro trazido da Inglaterra, ampliação do antigo mercado de carne, situado nas proximidades, aumento do aterramento da baía e construção do porto pelos ingleses, além de outras construções, seguindo um padrão arquitetônico europeu, de estilo eclético. Hoje, constitui um importante patrimônio edificado, situado no Centro Histórico de Belém, uma síntese da história arquitetônica da cidade. Mas o que faz do *Ver-o-Peso* um lugar muito especial é além de seu patrimônio material, expresso no seu acervo arquitetônico, a tradição bicentenária, em outubro, do cortejo de milhares de pessoas à Virgem de Nazaré. O altar dedicado à Santa, dentro do Mercado de Ferro, é uma referência obrigatória. Em 2004 passou por sua última reforma.

O *Mercado da Praia Grande*, em São Luís, construído a partir de 1855, no Largo do Comércio, local já utilizado, desde o século XVIII, para o comércio dos

---

<sup>36</sup> Atualmente denominado 'Adolpho Lisboa'

<sup>37</sup> Mercado tradicional em Paris desde o século XII. Construído em meados do século XIX, se tornou referência arquitetônica e comercial, foi demolido em 1971. No local foi construído um shopping – Fórum – dedicado à alimentação.

produtos que chegavam à cidade através do Cais da Sagração, tem o formato de um quadrilátero, com um pátio interno onde há barracas e um altar com a imagem de São José das Laranjeiras, padroeiro dos comerciantes dali, ocupando uma área total de 1.500 metros quadrados. Teve seu auge durante a primeira metade do século XX, mas, com o crescimento desordenado da cidade; a construção de pontes, ligando a Ilha de São Luís ao continente; e a precarização dos serviços públicos, entrou em decadência. Em 1982, passou por uma grande reforma, no âmbito da revitalização do centro histórico, para atender às demandas do turismo, em busca de artesanato e produtos regionais – doces e bebidas com ervas, por exemplo. No local há também bares e restaurantes, que atendem turistas e fregueses habituais. O aspecto dos boxes e o ambiente escuro e mal cuidado, no entanto, ainda refletem o período de abandono.

O *Mercado de São José*, no Recife, foi projetado, em 1871, pelo engenheiro da Câmara Municipal J. Louis Lieuthier, que se inspirou no *Mercado de Grenelle*<sup>38</sup>, em Paris. Foi inaugurado em 1875 e restaurado, recentemente, em 1999. Está inserido na área mais antiga da cidade e nas cercanias do porto. Seu grande atrativo é a diversidade de mercadorias, especialmente os produtos regionais – artesanato e alimentos. Atualmente a Prefeitura desenvolve um programa de modernização, com cursos de capacitação destinados aos comerciantes, e a criação de um Conselho Gestor, visando melhorar a qualidade do atendimento e criar as condições necessárias para suportar a concorrência dos supermercados e shopping centers, nos 27 mercados e feiras da cidade.

O primeiro local do '*Mercado Modelo*' de Salvador era um edifício situado entre o atual mercado e a Escola de Aprendizes de Marinheiro, na Cidade Baixa, em frente à rampa do mercado, inaugurado em 1912. Funcionava como o principal centro de abastecimento da cidade, com gêneros alimentícios, frutas, carnes, peixes e fumo, produtos que chegavam do Recôncavo em saveiros. Foi destruído por um incêndio em 1969. Em 1971 mudou-se para a '*Casa da Alfândega*', edificada em 1861, de forma quadrangular, com características neoclássicas, e tombada pelo IPHAN, em 1966. Em 1983, o edifício foi consumido por um incêndio e foi restaurado, da maneira como se encontra atualmente. Em virtude da pressão exercida pela CEASA e pelos supermercados, que começavam a proliferar na cidade, o mercado veio a alterar sua vocação de comercialização de gêneros

<sup>38</sup>Atualmente esse mercado funciona a céu aberto com alimentos prontos, frutas da estação e vegetais, produzidos nas imediações da cidade ou não. Fica no centro de Paris, no Boulevard de Grenelle e ruas próximas.

alimentícios para a venda de artesanato e produtos típicos da Bahia, sob a administração da Prefeitura. Possui 262 boxes distribuídos em: dois restaurantes, bares e lojas que comercializam artesanato, roupas, e souvenirs variados. Na Praça Visconde de Cayru, em frente ao Mercado, são realizadas danças e rodas de capoeira.

No Rio de Janeiro, a construção do primeiro mercado público se deu, com base numa resolução da Câmara Municipal, em 1834, vindo a substituir o precário mercado de peixe, próximo ao Paço Imperial. O projeto do '*Mercado da Candelária*', de autoria do arquiteto Grandjean de Montigny, era um edifício térreo com fachadas para o Largo do Paço, Rua do Mercado, Rua do Ouvidor e Docas da Alfândega, onde hoje está o edifício da Bolsa de Valores. Este mercado foi demolido em 1911, após a construção de um novo Mercado capaz de comportar o movimento comercial da cidade. Esse '*Mercado Municipal*' foi construído (início da obra em 1903) sobre o aterro da antiga Praia D. Manoel (atual Praça XV), no governo de Pereira Passos, sob concessão para a *Companhia Mercado Municipal do Rio de Janeiro*. Todo o Mercado foi executado em peças padronizadas de ferro fundido, encomendadas na França. Tinha um pavilhão central de forma octogonal; quatro torreões, nos quatro ângulos; e vinte e quatro pavilhões laterais. Ocupando uma área de 22.500 metros quadrados, foi inaugurado em 14 de dezembro de 1907, com a presença do Presidente Afonso Penna e do Prefeito da cidade General Souza Aguiar. Com a construção da Avenida Perimetral, em 1958, foi decidida a sua demolição, e transferência, por etapas, para a Avenida Brasil, onde passou a existir com o nome de '*Mercado São Sebastião*'. O único vestígio do Mercado da Praça XV é o edifício onde funciona o Restaurante Albamar, um dos seus quatro torreões, como resultado de um pedido dos funcionários do restaurante ao então Governador Carlos Lacerda.

Além do Mercado Municipal, a cidade do Rio de Janeiro possuía pequenos mercados nos principais bairros, destacando-se o da Praça da Harmonia (demolido com a ampliação do porto em 1911 e a remodelação dos bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo); o do Largo do Capim ou Praça Marechal Deodoro (extinto com a abertura da Av. Presidente Vargas); e o da Glória demolido em 1904 na gestão de Pereira Passos, para a urbanização da área. Continua em funcionamento, o '*Mercado de Madureira*', recém reformado, após um incêndio. Sofreu modificações, quanto ao aspecto e quanto à tipologia comercial, fato que gerou controvérsias e insatisfações por parte de muitos dos seus antigos ocupantes, que se queixam da

sua transformação, a qual, segundo eles, lhes foi desfavorável.<sup>39</sup> Além deste, existe o *'Hortomercado do Humaitá'* – Conhecida popularmente como “COBAL”, cuja última reforma ocorreu nos anos 1980, com a instalação de bares, restaurantes, e confeitarias, mantendo-se, embora, o comércio de produtos alimentícios. Ambos são pontos de referência de comércio e serviços, em seus respectivos bairros, e, de um modo geral, da cidade.

O *'Mercado Central'* de Belo Horizonte, inaugurado em 7 de setembro de 1929, surgiu da centralização de duas feiras próximas. Ocupa um quarteirão no centro da cidade, onde sobressai a sua atual estrutura de concreto, construída após a aquisição por uma cooperativa de grandes comerciantes e atravessadores em 1964, ocasião em que a Prefeitura alegou a impossibilidade de administrar o local. Sob o nome oficial de *'Mercado Central de Abastecimento e Serviços S/C de Belo Horizonte'*, compreende 400 estabelecimentos, distribuídos em três andares. Em 1998, foi alvo de um processo de modernização das lojas e com a substituição da rede elétrica e hidráulica, ampliação dos banheiros, instalação de elevador panorâmico e um auditório. Oferece além de carrinhos para compras, caixas eletrônicos, restaurantes, bancas de jornal, segurança 24 horas, inclusive no estacionamento, com 420 vagas. Funciona todos os dias com atividades de atacado e varejo. O acesso ao seu interior é feito por 8 portões, um em cada vértice e mais quatro distribuídos entre eles, convergindo para uma área central. Além de ser um centro de compras de produtos alimentícios, artesanato e comidas típicas. É, também, um local onde se discute a política, em todos os seus níveis, da qual constitui um verdadeiro termômetro, sendo freqüentado por políticos locais, além de visitantes, inclusive estrangeiros.<sup>40</sup>

Atualmente, São Paulo, tem 15 Mercados Municipais, entre eles, se destaca o *'Mercado Municipal Paulistano'*, mais conhecido como *'Mercadão'*. Tradicional ponto de abastecimento, o local que foi recentemente<sup>41</sup> restaurado, ganhando nova fachada, pintura, mezanino e banheiros. É um entreposto de atacado e varejo. Possui 318 bancas que vendem produtos nacionais (frutas, legumes, carnes, peixes, etc) e estrangeiros. Todos os dias saem de lá cerca de 350 toneladas de alimentos

---

<sup>39</sup>O incêndio aconteceu em 2000. O *'Mercadão'* foi reaberto no ano seguinte, após uma reforma bastante extensa.

<sup>40</sup> Possui um endereço na Internet com relação das lojas, por categoria de produtos; informes gerais; ofertas e curiosidades do Mercado; e, ainda, visitas guiadas, para escolares e grupos de turistas.

[www.mercadocentral.com.br](http://www.mercadocentral.com.br)

<sup>41</sup> Em 2004.

e cerca de 10 mil pessoas circulam pelos seus corredores, sendo que, aos sábados, este número dobra. O primeiro Mercado da cidade também ficava na várzea do rio Tamanduateí<sup>42</sup>, na esquina da Rua 25 de Março com General Carneiro, construído entre 1859 e 1867 e demolido em 1907, para dar lugar ao Mercado Novo, também ele demolido poucos anos depois.<sup>43</sup> A construção do mercado atual foi iniciada em 1926<sup>44</sup> e inaugurada em 1933, após a Revolução Constitucionalista, durante a qual foi usado como depósito de munição. Tem um pé-direito de mais de 20 metros, estrutura em concreto, formas elegantes e 55 vitrais em estilo gótico, vindos da Alemanha. Além do edifício principal há dois pequenos edifícios anexos, de dois andares, destinados originalmente à administração e um restaurante.<sup>45</sup>

O primeiro Mercado Municipal de Porto Alegre foi construído em 1842. O edifício ficava localizado na Praça Paraíso (atual Praça XV), ali funcionando até 1870. A inauguração do novo '*Mercado Central de Porto Alegre*' ocorreu em 3 de outubro de 1869, numa área de aterro do Rio Guaíba, a Rua Nova, atual Sete de Setembro. Em 1914 foi construído o segundo pavimento, tendo o conjunto sido tombado pelo Patrimônio Histórico e Cultural do Município no ano de 1979. Em 1991 teve início uma grande obra de restauração e remodelagem, na qual recebeu uma série de melhoramentos, como uma cobertura para o pátio interno; sistema de gás centralizado; elevadores; e escadas rolantes, mantendo, porém, a estrutura arquitetônica original, além de sua tradicional cor amarelo-ouro. Hoje, o *Mercado Central* abriga 106 lojas que oferecem especiarias e produtos típicos gaúchos, e conta, ainda, com restaurantes, lanchonetes e sorveterias.

Em todas essas cidades, as estruturas que abrigam os mercados foram adequadas a novos padrões de comércio, através de legislação específica, principalmente no que se refere a questões de higiene, no acondicionamento dos produtos comercializados, conforto no atendimento ao público e estacionamento. Um percentual dos usuários, maior ou menor, dependendo da região é de turistas. Para os turistas, independente de sua origem, a ida ao Mercado é sempre um programa

---

<sup>42</sup> A estrada fluvial por onde foram transportados por séculos os itens que abasteciam a cidade, descarregados num local denominado Ladeira Porto Geral – ainda existente.

<sup>43</sup> Antes da construção desse Mercado, o abastecimento da cidade era feito através das feiras.

<sup>44</sup> O projeto é do arquiteto Felisberto Ranzini – 1881-1976 – que trabalhou 42 anos no escritório de Ramos de Azevedo, grande empreiteiro paulista, responsável por muitas obras.

<sup>45</sup> Os demais Mercados paulistas continuam ainda com problemas de estrutura e higiene principalmente, mas mantêm o atendimento à população. Está em curso na Câmara Municipal um Projeto de Lei que cria Conselhos Gestores em cada Mercado, para planejar, gerenciar e fiscalizar suas atividades.

onde se conhece uma parte da cultura local (alimentação e costumes principalmente), seus produtos (naturais e manufaturados) e se trava contato com as diferentes camadas sociais que compõem a sociedade.

No restante do país, ainda se utiliza a estrutura de Mercado como um modelo abastecedor de produtos hortigranjeiros e também como um dos atrativos para o turismo local. Como exemplos, podem ser citados o Mercado Municipal de Florianópolis, de forma quadrangular com um pátio central, que teve recentemente parte de sua estrutura danificada por um incêndio, e o Mercado de Parati, pequeno, de modelo aberto, com telhado em duas águas sustentado por colunas de alvenaria, se situa defronte ao mar na Rua da Praia. O tamanho do mercado consumidor é que viabiliza os diversos tipos de comércio, o comércio precisa da dinâmica dos transeuntes para se firmar.

Em Campos dos Goytacazes, o comércio de verduras; carne, e peixe fresco, era realizado, desde os tempos da Colônia, em dois locais, um denominado '*Largo das Verduras*', que se situava em área próxima à Igreja do Rosário, e o outro, o '*Largo do Capim*' ou do '*Pelourinho*', na margem do rio. Em 1880, a Municipalidade autorizou a construção do '*Mercado Novo*' no Largo do Rocio, hoje extinto. Houve resistência de alguns comerciantes de se transferir, pois era considerado longe do comércio tradicional, nesse local permaneceu até 1921, quando foi inaugurada a '*Nova Praça do Mercado*'<sup>46</sup>, a partir de um plano de saneamento e remodelação da cidade. (Sousa, 1985: 45 e 173) O desenho da Nova Praça do Mercado, segundo informações ainda não confirmadas, foi feito no escritório de engenharia de Saturnino de Brito e seria baseado no Mercado de Nice, França<sup>47</sup>.

Quadro Cronológico dos Mercados Centrais

Cidade	Fundação	Reforma
São Luís – MA	1855	1982
Porto Alegre – RS	1869	1991
Recife – PE	1875	1999
Manaus – AM	1882	2004?
Belém – PA	1901	2004
Rio de Janeiro – RJ	1907	não houve
Salvador – BA	1912	1983
Campos dos Goytacazes – RJ	1921	não houve
Belo Horizonte – MG	1929	1998
São Paulo – SP	1933	2003

<sup>46</sup> Custo estimado em 30 contos de réis.

<sup>47</sup> Monitor Campista, 15 de setembro de 1981, p. 45.

### **Capítulo III – Campos dos Goytacazes: a cidade e seu(s) mercado(s).**

Este capítulo apresenta uma breve caracterização da cidade, e do seu desenvolvimento como artefato urbano, a partir de processos de modernização baseados no exemplo de outras cidades e com uma clara influência dos princípios do urbanismo higienista, além do sempre presente apelo da ‘modernidade’, elementos que contribuíram, decisivamente, para modificar a sua feição, durante os séculos XIX e XX. A partir daí, abordará a gênese do Mercado Municipal, traçando a sua trajetória no espaço da cidade, e buscando compreendê-lo como uma instituição urbana, com base na análise de seu regulamento, para, em seguida, debruçar-se sobre as suas vicissitudes.

#### **1. A Campos oitocentista.**

A cidade de Campos dos Goytacazes, em virtude de sua escala e poder econômico, tem polarizado, historicamente, não apenas as regiões norte e noroeste do Estado do Rio de Janeiro, mas também o sul do Espírito Santo e a região fronteira da assim chamada Zona da Mata de Minas Gerais. Está localizada numa extensa planície às margens do Rio Paraíba do Sul. A cerca de 290 quilômetros da capital do Estado e apenas de 30 quilômetros da costa, sendo interligada aos demais centros urbanos da região por estradas asfaltadas<sup>48</sup>, linha férrea e via aérea, Campos possui um conjunto de traços característicos que a identificam.

Quanto à forma urbana, Campos é uma cidade essencialmente plana, ocupando as duas margens do Paraíba, ao longo das quais se estendem avenidas largas, ligadas, por sobre o leito do rio, por quatro pontes, das quais uma é a quase centenária da via férrea, toda construída com perfis de aço, importados da Inglaterra, no começo do século passado.

O núcleo original e histórico da cidade, estruturou-se ao redor da Praça São Salvador, onde se encontravam, desde o século XVII, os edifícios públicos mais importantes, como a Igreja (hoje Catedral); a Casa da Câmara e Cadeia, e, posteriormente, a Santa Casa de Misericórdia. Em torno desta Praça, as casas da cidade antiga se apertam, ao longo de vias estreitas, sempre alinhadas pela testada da rua, sobre a qual se abrem suas portas e janelas. É uma área onde ainda se

---

<sup>48</sup> Rio de Janeiro, Vitória e Belo Horizonte. Além de cidades vizinhas por estradas secundárias.

podem encontrar exemplares da arquitetura eclética, característica do início do século XX, misturadas às construções mais ‘modernas’ dos anos 50, 60 e 70, de estética pouco atraente, e, de um modo geral, voltadas para atividades comerciais ou de serviço. Nessa região da cidade, permanecem várias Igrejas, do século XVIII e XIX; a Lyra de Apollo; os Hotéis Amazonas e Gaspar, ambos do século XIX, em meio aos edifícios resultantes da verticalização modernizadora das últimas décadas.

Seus mais de quatrocentos mil habitantes se distribuem, numa ocupação ainda predominantemente horizontal, que compreende desde bairros modernos e sofisticados até favelas, ao longo de uma gama variada de tipos intermediários, na maioria modestos ou mesmo pobres. Com suas atuais quatro pontes, que cruzam o Paraíba, encontra-se numa paisagem onde predominam vastas pastagens e canaviais, a circundar um expressivo número de lagoas<sup>49</sup>, engastadas na planície goytacá, que se estende até os contrafortes da Serra do Mar. Nessa planura erguem-se os solares e as usinas, muitas delas abandonadas e reduzidas ao estado de ruína. A cidade é atravessada, ainda, por um antigo canal de navegação<sup>50</sup>; construído entre 1843 e 1872, que a conectava ao porto de Imbetiba, em Macaé, através de canais que interligavam as lagoas e os rios da Região, numa extensão de 109 quilômetros. Do seu esplendor açucareiro permaneceu-lhe uma tradição de doces, fortemente incorporada à sua identidade.

A planta da cidade<sup>51</sup>, dividida pelo rio e por ruas que se cruzam, formando quarteirões, se parece, nas áreas mais modernas, com um tabuleiro de xadrez. Na parte mais antiga, o traçado das ruas, bastante estreitas, tendia à regularidade, aproveitando as vantagens do terreno, embora não pareça ter havido maior preocupação em manter essas linhas originais, como indicam as de outro modo inexplicáveis faltas de alinhamento<sup>52</sup>. Essa estrutura é o que primeiro nos impressiona, pela vastidão e complexidade visíveis, numa distribuição ordenada de edificações, em suas zonas residenciais, comerciais e industriais.

---

<sup>49</sup> A mais importante e a maior dentre elas é a Lagoa Feia.

<sup>50</sup> O Canal Campos-Macaé, era considerado como uma das grandes obras de engenharia do século XIX. Além da navegação, contribuía ainda com a drenagem e a regularidade no nível do sistema lacustre local.

<sup>51</sup> A escolha das localizações das antigas povoações dependiam de vários aspectos: natureza do solo, relevo, fontes de água para o consumo, cursos d'água para o transporte, ventos. A escolha da localização pelos antigos, buscava o local com o máximo de comodidade e facilidade de acesso.

<sup>52</sup> “A partir de 1716, quase todas as novas comunidades construídas no sertão, foram subordinadas a um protótipo de planejamento de vilas, promulgado naquele mesmo ano para a criação da municipalidade de Mocha, na zona norte de Piauí. O conceito geral desse plano diretor era barroco, com ênfase em ruas retilíneas, praças bem delineadas e numa uniformidade de elementos arquitetônicos. O resultado do uso reiterado desse modelo, foi um tipo de vila padronizado que podia ser facilmente adaptado a regiões geográficas brasileiras muito deferentes”. (Delson, 1997:4)

O processo de colonização regional ocorreu a partir do início do século XVII e sua economia girou, desde o início, em torno da produção agrícola. A exploração econômica inicial, desbravadora, coube à criação de gado<sup>53</sup> para suprir o mercado consumidor da cidade do Rio de Janeiro, e, posteriormente, da região das Minas Gerais. Em meados do século XVIII, teve início a produção de açúcar, que ainda permanece, e que foi, até bem pouco tempo atrás, o mais importante, duradouro e lucrativo. A economia regional esteve, pois, historicamente associada a uma variada produção agro-industrial capitaneada pelo açúcar, com surtos de desenvolvimento e períodos de estagnação, que se alternaram, durante o século XX. O século XIX e início do século XX marcaram a expansão do comércio, motivada pela grande produção e pelos bons preços do açúcar e do café, seus principais artigos de exportação.

Alberto Lamego assim define os processos econômicos e de ocupação do solo pelo colonizador da região:

*“Da descoberta à República, transfigurou-a, trabalhando-a. Trilhou-a de sendas. Desafogou-a de banhados. Relvou-a de pastagens. Civilizou-a de solares. Por três séculos de feudalismo agrícola, de extremo a extremo da Baixada, as pontas de chaminés de seus engenhos desenhavam fumaréus no ar azulino da planura. As desgrenhadas abas serranas que a penetram, desarvoradas de florestas pelos machados, pentearam-se cuidadosamente de cafezais, para a transição capitalista do Brasil.”*<sup>54</sup>

Ainda de acordo com Lamego<sup>55</sup> o processo de ocupação do solo com atividades produtivas – subsistência e excedentes para comercialização – foi marcado pela imposição do meio geográfico, “o desmembramento natural da terra em faixas de terreno entre lagoas, condiciona a dispersão do homem ... o atrativo da terra continua e continuará chamando o colono para o esfacelamento dos latifúndios”. A pequena propriedade dominava a produção econômica da região, que era comercializada na vila/cidade e daí distribuída para o consumo.<sup>56</sup>

A cidade, desde sua fundação, foi se firmando, gradativamente, como pólo importador e exportador, concentrando a produção regional, para exporta-la, e,

<sup>53</sup> “Com o boi é que o domínio da terra principia. Para o gado, a região é excepcional, entre as vastas campinas grossas de capim nativo, há água por toda a parte, e rapidamente as manadas se proliferam nesses priscos anos, mesmo na faixa costeira de restingas”. (Lamego, 1945: 93)

<sup>54</sup> 1996: 11.

<sup>55</sup> 1945: 103.

<sup>56</sup> “Toda a história política e social de Campos resulta de sua prodigiosa atividade econômica, eminentemente agrícola e pastoril. Esta, por sua vez, decorre exclusivamente da exaltada peleja ininterrupta pela posse da terra apetecida.” (Lamego, 1945: 100)

também, distribuindo produtos e serviços, essenciais para a manutenção e desenvolvimento de suas atividades. Os relatos dos viajantes que a visitaram e de cronistas locais corroboram esta caracterização.

Um dos relatos mais antigos e completos, neste sentido, pode ser encontrado em Couto Reys<sup>57</sup> que esteve a serviço da Coroa Portuguesa na região, em fins do século XVIII:

*“He a metropoli deste Districto, a mais rica e populoza de todas, susttentada e engrandecida por hum florescente comercio agitado pelos productos de todos os lugares seos subjacentos. Esta situada sobre a planície da margem meridional do Parahiba, distante do mar seis legoas esforçadas. Pertense a Comarca da Capitania do Spirito Sancto. Contem dentro em si 891 fogos inclusive 45 loges de mercadores, muito bem surtidas de importantíssimas fazendas, 59 tabernas e 5 cazas de louça vidrada”.*

Ao mesmo Couto Reys se deve, ainda, uma descrição do peculiar “gênio” dos campistas, quando afirma que *“a liberdade em que vivião os primeiros habitantes, o dispotismo e falta de temor das justiças, passarão a muitos dos seus descendentes, os perniciosos costumes”*. Esse comportamento foi remediado pelos castigos impostos e a criação da Tropa de Auxiliares, numa região, onde obedecer ordens e se sujeitar à autoridade era mais desprezado do que a perda da vida ou da fortuna:

*“Envoltos neste sistema, nada mais appetecem, que a vida campestre, possuírem bons cavallos para seu divertimento, nutrição de sua rebeldia, e emparo de inobediencia, como via mais prompta, e segura para toda a sorte de libertinagem; nascendo desta má inclinação, crearem-se tantos vadios para flagelo dos passificos, e mais virtuosos; cometendo roubos nos gados, sendo ascacinos, e diturando a boa armonia da sociedade ... e conhecendo-se nas praças, passeão nellas sem o menor receio.”* (pág. 53),

Em 1818, Auguste de Saint-Hilaire, de passagem pela região a caminho de Minas Gerais, constatou a relevância e as particularidades do comércio e dos comerciantes para a prosperidade local :

*“Dizem que o comércio nessa cidade é feito com muita lentidão e pouca boa fé. Os vendedores têm o costume de não fazer o preço, pedindo ao comprador que faça a proposta, desconfiam do comprador que se apresenta espontaneamente para negociar.*

---

<sup>57</sup> 1997: 52.

*Os mais ricos proprietários de Campos enviam diretamente para o Rio de Janeiro seus produtos, quanto aos outros, vendem-no aos comerciantes da região. Estes últimos têm o costume de comprar o açúcar antes de ser fabricado, pagando um adiantamento. Uma das causas do constrangimento que vivem os habitantes de Campos é a mania que todos tem de ser “senhores de engenho.”*<sup>58</sup>

Outro desses viajantes foi o Príncipe Maximiliano de Wied-Neuwied que esteve em visita no ano de 1820, relata a localização e as condições sócio-econômicas da então vila:

*“(...) na margem sul do rio Paraíba, que corta essa fértil planície, cerca de oito léguas do mar, fica uma importante vila, que de certo merece o nome de cidade.*

*A Vila de São Salvador dos Campos dos Goitacás tem de 4 a 5.000 habitantes. É de ordinário chamada simplesmente Campos, sendo razoavelmente edificada e possuindo ruas regulares e calçadas na sua maior parte, bem como belos edifícios, alguns dos quais de vários andares. (...) Vêm-se aí pessoas abastadas, que enviam à capital, todo ano, várias tropas carregadas de gêneros, e talvez umas mil ou mil e quinhentas cabeças de gado para venda. O principal produto é o açúcar e a aguardente dele destilada. Há, entre os habitantes, gente opulenta, possuidora de vastos engenhos perto do rio, em alguns dos quais se ocupam cento e cinqüenta escravos ou mais. Vê-se bastante luxo, especialmente no trajar.”*<sup>59</sup>

O barão Tschudi<sup>60</sup>, outro viajante que esteve na região, por volta de 1862, descreveu a cidade da seguinte forma:

*“As ruas da cidade correm paralelas ao rio e as lojas, elegantemente instaladas e em grande número, permitem avaliar o bem estar da população. Entre as residências, muitas se destacam pelo gosto da construção e solidez. Onze ou doze igrejas satisfazem as necessidades religiosas da comunidade. A vida que reina na cidade e a animação das ruas são excepcionais em relação às outras cidades provincianas do Brasil. Os ricos fazendeiros das redondezas possuem geralmente suas residências particulares e armazéns na cidade, para os produtos de exportação. O comércio exportador é considerável e os principais artigos são o açúcar, aguardente, café e madeiras.”*

Teixeira de Mello<sup>61</sup> assim descreveu o Município:

*“É o Município de Campos formado, como indica o seu nome, por uma vastíssima planície que, começando à leste, na face ocidental de São João da Barra, que por sua vez termina à leste no Oceano Atlântico, vai ao*

<sup>58</sup> 1941: 401 e 402

<sup>59</sup> Cf. Wied-Neuwied.,1989: 98/99. Apud Alves, 1995: 20.

<sup>60</sup> Cf. Tschudi, 1953: 22 e 23.

<sup>61</sup> 1886: 10.

*occidente, pela Freguezia da Natividade do Carangola, encostar-se à Província de Minas. Da confluência porém do Muriahé com o Parahyba, rio acima, começa o terreno a ondular-se e a mais e mais erguer-se, de modo a tornar-se inteiramente montanhosa a parte occidental do Município”.*

Citando Muniz de Souza, Alberto Ribeiro Lamego salienta, igualmente, a importância do comércio campista, que compreendia desde os vendedores de rua, passando pelos varejistas de diversa escala, até o comércio de atacado, que reunia e exportava a produção de várias indústrias locais, além de fornecer insumos materiais e financeiros para a sua produção.<sup>62</sup>

Como bem assinala Heloíza de Cácia Manhães Alves: “A Vila de São Salvador desenvolveu seu espaço urbano a partir de suas estreitas ligações com o mundo rural. Circundada por inúmeras chácaras e canaviais, teve como principal atividade econômica a lavoura de cana.”<sup>63</sup> Esta observação introduz uma perspectiva original da Autora, que, em seu trabalho, identifica, com bastante clareza, as conexões íntimas entre o capital agrário e o capital comercial, em Campos, estabelecidas graças a uma combinação de financiamento da produção, alianças políticas e laços matrimoniais. Neste quadro, o comércio surge, não apenas como um complemento da grande produção agrária, mas como uma atividade econômica em si mesmo poderosa no que tange, tanto à sua capacidade de acumulação de capital, quanto de configuração do espaço urbano.<sup>64</sup> Nas décadas iniciais da República, o capital comercial urbano veio mesmo a ampliar significativamente a sua participação na produção agroindustrial e agropecuária. Este processo, por sua vez, contribuiu de forma notável para a sua pujança, que, ela mesma, se traduzia, de modo cada vez mais inequívoco, na modernização da cidade, que atinge seu apogeu no início dos anos 20.<sup>65</sup>

Esse apogeu foi proporcionado pela grande produção agroindustrial açucareira produzida em maior volume a partir dos novos modelos industriais,

---

<sup>62</sup> “A indústria é a riqueza da planície, mas é o comércio que monopoliza os lucros. O comércio é vantajoso aos negociantes, alguns dos quais são ricos, e quase todos empregados nele são portugueses, no que são felicíssimos, apesar de virem para ali na última indigência, principiando, com pequenos abonos, a mascatear miçangas, canivetes, carapaças, tesouras, dedais e outras semelhantes bugigangas, e, valendo-se da generosidade dos brasileiros, que lhes franqueiam gratuitamente quanto é preciso para a subsistência, em pouco tempo ajuntam um fundo considerável”. (1945: 127)

<sup>63</sup> Alves, 1995:20

<sup>64</sup> Ver, a propósito, Alves, 1995: capítulos II – O comércio e o espaço urbano (pp 26 a 34); e III – Comerciantes e fazendeiros: A elite política (pp 35 a 55).

<sup>65</sup> Cf. Alves, 1995: 36 ss.

engenhos centrais e usinas, implantados a partir de meados do século XIX. Os bons preços alcançados no mercado provocaram o aumento da riqueza.<sup>66</sup>

*“A agroindústria do açúcar chega ao século XX marcada por uma fase de euforia, gerada pelo alto preço do açúcar no mercado internacional. Foi o período da belle époque campista, imortalizada pelos belos edifícios, dos quais alguns significativos exemplares permanecem ainda hoje. No entanto, foi uma fase curta, atropelada por crises sucessivas ligadas à conjuntura internacional. Em 1931, a criação da Comissão de Defesa da Produção Açucareira assinala a intervenção estatal no setor. Em 1933, é criado o Instituto do Açúcar e do Alcool, na procura de defender os interesses dos fornecedores de cana e usineiros. Em 1934 foi fundado pelos usineiros o Sindicato da Indústria do Açúcar nos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo. Na década de 1940, São Paulo passa a superar a produção do Estado do Rio de Janeiro. A partir de então, o Norte Fluminense vem perdendo gradualmente a posição na produção nacional, o que resultou na falência e fechamento de várias usinas e decadência das associações de classe. (...) Em 1975, o Pró-Alcool, provocou um novo impulso na produção canavieira da região, estimulando o uso do álcool misturado à gasolina como combustível. Com o fim do programa, novamente a produção entra em crise. Atualmente poucas usinas continuam funcionando na região. No entanto, a produção açucareira ainda guarda papel importante na vida econômica do Norte Fluminense, havendo expectativas de que novos programas governamentais venham estimular novamente o seu crescimento”.*<sup>67</sup>

Desde as últimas décadas do século passado, as atividades econômicas instaladas têm mudado bastante, ao mesmo tempo em que as edificações começaram a ser objeto de processos de reabilitação (reformas e adaptações a novos usos) ou renovação urbana (demolição com construção de novos edifícios – mais altos – ou áreas de estacionamento). Os imóveis das áreas comerciais estão em constante transformação, por abrigarem durante períodos curtos diferentes usos. A revitalização das áreas centrais favorece a melhoria da imagem da cidade, estimula a criação de empregos, promove a atividade econômica, recupera áreas tradicionais de compras e sua requalificação.

A cidade possui um comércio diversificado, com lojas de departamentos, equipamentos, supermercados e outros tipos de comércio, como o Mercado Municipal, que ainda desempenha um papel importante na vida econômica da cidade. No Mercado é possível comprar uma extensa variedade de artigos, especialmente os ligados à alimentação.

---

<sup>66</sup>Cf. Projeto Memorial do Norte Fluminense, produzido pela UENF sob a coordenação da Prof. Dr<sup>a</sup> Lana Lage da Gama Lima, em 2002.

<sup>67</sup> Lima, 2002: 16 e 17.

Atualmente, a produção de petróleo na plataforma continental é a atividade exploratória mais lucrativa, sendo que toda a produção é processada fora da região, não produzindo localmente os efeitos benéficos da geração de empregos e desenvolvimento industrial. A produção agro-industrial ainda é grande geradora de recursos e base da economia regional. A cidade, também se tornou um pólo médico, que além de uma faculdade de medicina e cursos na área médica, conta com clínicas e hospitais bem aparelhados; e, também, educacional, com a instalação de 8 instituições de ensino superior, universidades e centros universitários, sendo três públicas, e ainda, cursos técnicos de nível médio. Muitos dos cursos oferecidos estão direcionados à área de tecnologia e de petróleo.

### 1.1 Desenvolvimento urbano

A fundação e a evolução da localidade<sup>68</sup>, em torno de uma ermida e na margem de um grande rio, é cercada por um misto de mistério e falta de informações precisas. O traçado do núcleo inicial<sup>69</sup>, uma grande praça retangular, tendo em cada extremo uma igreja e a Casa da Câmara e Cadeia, com ruas paralelas e transversais (estreitas) em ângulo reto com as laterais da Praça, nos remete a questões urbanísticas sobre o processo evolutivo da cidade. Uma forma constante na constituição de povoações no período colonial era com a valorização de determinados pontos com praças que abrigavam igrejas, câmara ou conventos, um local próprio para aglomerações, um local de reuniões (religiosas, cívicas, recreativas e atividades de comércio como feiras e mercados).

Por três vezes sua população tentou colocar em funcionamento sua Câmara, somente na terceira ocasião (em 1677) foi oficializada, pois seu funcionamento envolvia muitos interesses na posse das terras. Entre 1761 e 1832 fez parte da

---

<sup>68</sup> Em Campos, por sua formação geológica, não havia fontes de pedra para construção, a solução encontrada foi o uso do adobe e a taipa para levantar as paredes. A cobertura, antes da telha, era a palmeira e o sapê – que só produzia em terras fracas - situação que se manteve até o século XVIII. “*A palha e o adobe na construção da moradia e, até, no edifício público atestam o atraso de Campos em relação às vilas litorâneas dessa época, o que realça mais o salto para os dias de hoje*”. Somente a partir do século XIX, o uso do tijolo cozido e telhas se generaliza nas construções urbanas. (Lamego, 1945: 126)

Adobe: pequeno bloco semelhante ao tijolo, preparado com argila crua, secada ao sol;

Taipa: parede feita de barro, com estrutura de madeira – pau-a-pique.

<sup>69</sup> A forma e a distribuição do espaço urbano, seguia durante o período colonial, o mesmo formato das cidades no país de origem, adaptadas às condições locais de relevo e finalidade. De forma especial nos edifícios religiosos e públicos, nas dimensões dos terrenos urbanos e no traçado de praças e ruas – inclusive em suas dimensões de 30 ou 40 palmos de largura – pequenas para uma área tão ampla. Maiores detalhes em DELSON, R. (1997) e ainda em REIS, Nestor Goulart (1998) *Imagens de vilas e cidades do Brasil colonial*. São Paulo: Editora da USP.

Ouvidoria da Capitania e depois Província do Espírito Santo, retornando à Província do Rio de Janeiro no período Regencial. Desde seu início, a vila era o local das festividades religiosas e oficiais, o entreposto abastecedor e também o canal de exportação dos produtos destinados ao mercado consumidor externo.

Em 1835, por conta do processo de criação da Província do Rio de Janeiro, desvinculada da Corte – ou seja, do Município Neutro do Rio de Janeiro – Campos foi elevada à categoria de cidade<sup>70</sup> em função de sua prosperidade econômica. De acordo com Sousa (1985: 18, 19) a cidade possuía uma Praça (a Principal), quatro Largos (Rosário, Pelourinho ou Capim, Rocio e das Verduras), dezenove Ruas e seis Travessas, quase todas sem pavimentação, crivadas de atoleiros.

Somente no século XIX começam a surgir planos de saneamento, expansão, alargamento e alinhamento de ruas em Campos. Não há muitas explicações sobre as razões de traçados tortuosos de ruas em uma área plana, pois, após o primeiro quarteirão não mais segue um alinhamento previsível.

A cidade, desde sua fundação, se caracterizou por ser um entreposto prestador de serviços que concentrava a riqueza gerada. Como principal praça de negócios da região, utilizava o Rio Paraíba do Sul como via de transporte de seus produtos até São João da Barra, onde eram embarcados em navios de pequeno calado, que traziam suprimentos, passageiros e equipamentos para a produção:

*“Somente navios costeiros de 20 toneladas no máximo podiam chegar no porto da cidade [Campos], mas existem várias outras linhas regulares de navegação, que rivalizam entre si, e favorecem o sistema de comunicação com a capital do Império. Os navios vindos do Rio de Janeiro, atracam em geral em São João da Barra, porto marítimo que fica na foz do Rio Paraíba. Como a barra tem pouquíssima profundidade, as embarcações somente a podem atravessar durante a maré alta da lua nova ou cheia. Por isso as saídas do Rio de Janeiro se fazem a cada 15 dias e procedem imediatamente à descarga e o novo carregamento e aproveitam logo a maré favorável”.* (Tschudi, 1953: 23).<sup>71</sup>

Com a finalização da construção do canal Campos-Macaé<sup>72</sup> (1872) e a posterior ligação ferroviária (04/8/1874) com o porto de Imbetiba, em Macaé, e, mais

<sup>70</sup> Junto com Angra dos Reis e Niterói, no mesmo Decreto Provincial.

<sup>71</sup> Após a conclusão da linha férrea ligando a região a Macaé e posteriormente ao Rio de Janeiro, o movimento nesse porto entrou em decadência.

<sup>72</sup> “Como via de comunicação e transporte foi o canal outr’ora muito freqüentado por inúmeras canoas, pranchas e balsas de madeira que aportavam à antiga bacia. Os nossos sertões abasteciam a cidade. A população campista muito deve àquele que tornou o canal navegável, o Dr. Guilherme Magalhães, a comunicação do canal com o rio a elle devemos” sugere “a construção de uma eclusa no lugar denominado Cantagallo, desse ponto em diante o canal não oferece grande obstáculo ao transporte”, para reativar a navegabilidade para o transporte de gêneros alimentícios para a cidade. Leite Nunes, jornal A Republica, 30 de julho de 1892, p. 172.

tarde (1889) com Niterói e com o porto do Rio de Janeiro, o movimento de São João da Barra, e de seu porto, entrou em decadência.

O final do século XIX e início do século XX marcou a expansão do comércio, motivada pela melhoria do sistema de escoamento e a grande produção e os bons preços do açúcar e do café, principais artigos de exportação.

De acordo com Heloíza Alves,<sup>73</sup> a expansão dos limites urbanos de Campos efetivou-se a partir de dois pólos, a Praça de São Salvador e o rio Paraíba do Sul. A Praça, como centro da vida social, comercial, política e cultural, onde estavam situados, à época, os principais edifícios – igreja, câmara e cadeia; e o rio, que corta a cidade e servia, através de seus vários ‘portos’, como via de escoamento da produção e comunicação com os municípios vizinhos e o mundo exterior. É desses dois pólos que saem as principais ruas, e foi a partir desta área que a cidade se expandiu sobre charcos, lagoas e mais recentemente canaviais que existiam na periferia da cidade.

A ampliação do centro urbano, principalmente a partir do final do século XIX, propiciou o aparecimento de novos segmentos sociais<sup>74</sup> e novos serviços, como podemos verificar nos jornais da época (*Monitor Campista, Folha do Comércio, A República*). O aumento da riqueza indicava que ao espaço urbano era necessário acrescentar os símbolos indicadores do progresso alcançado, dotando a cidade dos artefatos materiais da modernidade (como serviços urbanos – água e esgoto, edifícios suntuosos, amplas avenidas calçadas, e saneamento = higienização) os símbolos de uma cidade civilizada.<sup>75</sup> As reformas empreendidas em várias capitais brasileiras e especialmente no Rio de Janeiro, influenciaram políticos e a imprensa na melhoria do aspecto urbano e, também, na busca de soluções para as recorrentes inundações e as epidemias que assolavam a cidade.

Quando analisa a evolução urbana e cultural do campista, proporcionada principalmente pela produção do açúcar, que era dependente da ligação campo-cidade para sua permanência, Lamego (1945: 134,135) cita as “*festas faustosas da nobreza rural*” – algumas, como as de casamentos que chegavam a durar oito dias – com muita música e dança, luxo e suntuosidade:

---

<sup>73</sup> Alves, 1995: 2.

<sup>74</sup> A partir do gradual processo de extinção da escravidão; do aumento das especializações de função pela demanda de uma classe social mais sofisticada, com a presença de muitos estrangeiros; novos modelos de exploração econômica; alterações no sistema de representação política.

<sup>75</sup> Ver Heloíza Alves, 1994.

*“Tudo isso, é verdade, no apogeu da cultura de Campos no Segundo Reinado. Apenas devemos adicionar que toda essa civilização só foi possível a partir de um espantoso desenvolvimento econômico, e quem conosco seguiu este povo através de sua história, está apto a entender a extraordinária mutação operada de imprevisto nessa massa de lavradores e vaqueiros renitentemente inculta através dos séculos.”*

O desenvolvimento econômico, trouxe consigo novas empresas comerciais que se instalaram na cidade, para atender à crescente demanda do mercado local, se tornando, dessa forma, a principal praça de negócios<sup>76</sup> da região Norte-Fluminense. Entre essas empresas, podemos citar os ingleses e franceses - encarregados da modernização dos engenhos, instalação das usinas, comércio varejista de armarinhos, tecidos, joalherias, etc. – e ainda portugueses e mais tarde os “turcos”, mascates no início, que dominavam o pequeno comércio e mais tarde expandiram sua influência:

*“No período de 1890/1930, a Associação Comercial vai exercer notável influência política e social em Campos. Através de seus representantes na Câmara Municipal e por meio da imprensa, defendeu projetos de melhoramentos urbanos. Propostas são enviadas à Câmara, no sentido de viabilização de reformas que resultariam no embelezamento da cidade. Já não cabia a continuidade de uma imagem urbana rústica e provinciana. Era preciso incorporar à cidade os símbolos do progresso”. (Alves, 1995: 88)*

*“Campos, nos primeiros anos da República, apresentava uma imagem urbana singular, diferenciada da maioria dos centros urbanos fluminenses, notadamente pela expansão e transformação na sua estética espacial. Uma imagem urbana que se pretendia moderna, mais adequada aos tempos de luxo e riqueza dos barões do açúcar, aos comerciantes empresários que trouxeram progresso à planície”. (Alves, 1994)*

A partir de 1904, tem início a divisão dos poderes legislativo e executivo na administração municipal, com os prefeitos<sup>77</sup> sendo nomeados. Anos mais tarde é que começaram a ser eleitos diretamente pela população. Mas, desde meados do século XVII, era a Câmara que regia a administração pública e a distribuição da justiça e coleta de impostos. No período colonial e no império, esteve, segundo Reys (1997) e Lamego (1945 e 1996), entre outros, alinhada aos interesses dos poderosos, até

<sup>76</sup> Teixeira de Mello (1886: 146) quantifica os estabelecimentos comerciais: “A cidade continha em 1880 exactamente 130 casas de seccos e molhados, 33 lojas de fazendas, 4 lojas de livros, 1 fábrica de cerveja, 11 hotéis e casa de pasto ou hospedarias, 21 açougues, 12 padarias, 5 relojoarias, 4 lojas de ourives e mercadores de jóias, 8 officinas de alfaiate, 2 de chappellaria, 5 charutarias, 3 officinas de fogos artificiaes, 2 ferradores, 4 caldeireiros, 8 ferreiros, 14 marceneiros, 7 sapateiros, 9 selleiros, 2 segeiros, 3 tintureiros, 2 photógraphos e retratistas, 3 fábricas de fundição mecânica, 5 serrarias, 2 tanoeiros e 1 tamanqueiro”.

<sup>77</sup> Ver relação dos prefeitos e seus períodos de governo no Anexo 7.

porque, eles ou seus representantes é que a compunham, facilitado pelo sistema de eleição que vigia. Sobre a atuação da Câmara, Couto Reys relatou o seguinte:

*“A sua pulitica, he a mais pernicioza, podendo nellas mais o respeito dos homens poderozos, que o zelo do bem publico, e o augmento do Real serviço. Nas eleições dos que hão de servir os officios publicos, he onde se conhece claramente o clandestino procedimento dos senadores, attendendo mais a paixoens proprias, e interesse particular, que o adiantamento da Patria...não cuidão na perfeição da pulicia, em animar a industria, e descobrir lhe as vias mais opurtunas para seo augmento... finalmente, são tantas as lezoens, que se conhecem nestas cameras, que para referilas seria ‘necessario formar um grande volume.’”<sup>78</sup>*

## **2. A perspectiva higienista e a remodelação urbana.**

O discurso higienista marcou o século XIX e o início do XX, por conta das freqüentes epidemias que assolavam as cidades, grandes ou pequenas, ricas ou pobres. A falta de uma sistematização de atividades preventivas e de saneamento eram os principais problemas a serem enfrentados. Os principais pontos causadores dessas infestações eram a coleta de lixo deficiente/inexistente, lançamento de dejetos nas ruas ou terrenos desocupados, falta de saneamento com acúmulo de águas de chuvas e enchentes do rio, ruas sem calçamento, infestação de insetos e roedores, falta de abastecimento de água de qualidade e práticas de higiene pessoal precárias. Esses detalhes do cotidiano podem ser comprovados se recorrendo aos viajantes e cronistas e especialmente nos relatórios dos projetos de saneamento.

A cidade do Rio de Janeiro vista como exemplo de desenvolvimento a ser seguido, era até o início do século XX, também acometida de diversas enfermidades que ocasionavam muitos óbitos e refletia ao mundo as péssimas condições sanitárias do país. As doenças mais comuns nessa época eram a tuberculose, a febre amarela, a malária, a varíola, cólera e a peste bubônica (1900). Com o advento da República, a prefeitura da capital retoma com vigor ações que visavam a melhoria das condições de vida na cidade: limpeza e abertura de canais, alargamento e calçamento de ruas, demolição de cortiços, sistemas de escoamento de águas e esgotos, coleta de lixo, melhoramentos e construção de hospitais e ações educativas de saúde pública.

---

<sup>78</sup> Couto Reys, 1997: 54.

As ações sanitárias eram influenciadas por atitudes semelhantes em países europeus, especialmente da França.<sup>79</sup> Que durante o século XIX produziu uma série de normas de saneamento e de higiene para as cidades. Em 1835, após o surto de cólera de 1832, atendendo a uma solicitação da Academia de Medicina, o governo central comunica aos prefeitos, medidas para adotar e prevenir a propagação de epidemias e limitar seus efeitos. Deviam ser estudadas as causas das enfermidades: alterações do ar, habitações insalubres, alimentos avariados, trabalho excessivo, ignorância mesmo. A partir desses levantamentos são criadas instituições com seus regulamentos que vão influenciar atitudes em outros países, manifestando-se na organização do espaço urbano, em largas avenidas e praças, abastecimento de água, esgotos, coleta de lixo, com o re-direcionamento da localização de cemitérios, hospitais, matadouros e atividades que pudessem estagnar as águas.

O poder público, em suas diversas esferas vai, dessa forma, cada vez mais, interferir e controlar todos os aspectos que envolvam a saúde da população, principalmente nos bairros pobres que poderiam se constituir num foco de enfermidades. Por conta do adensamento das populações nas cidades, qualquer doença não tratada poderia se tornar um caso de saúde pública e colocar em risco a população.

A cidade de Campos não ficou indiferente aos melhoramentos na capital, a administração municipal, forçada pela cobrança através da imprensa e de membros ilustres, e ainda, querendo se igualar em desenvolvimento urbano e se projetar politicamente no contexto regional e nacional, incrementou ações voltadas para a melhoria das condições sanitárias da cidade. O plano de saneamento encomendado a Saturnino de Brito em 1902 reflete essa preocupação.

No decorrer do século XIX, a cidade de Campos foi palco de várias epidemias, entre elas: varíola, febre amarela, malária. O último surto epidêmico aconteceu em 1906 quando a cidade foi assolada pela peste bubônica após uma grande enchente, na qual morreram centenas de pessoas, entre elas, três médicos. Não foi um fato isolado, pois várias cidades já haviam passado pela epidemia em anos anteriores (Santos em 1899, Rio de Janeiro em 1900). Esse fato, desencadeou um processo de reforma urbana sem precedentes, seguindo o modelo empregado nas capitais, com alargamento e calçamento de ruas, sistema de esgoto, defesa

---

<sup>79</sup> Onde uma cidade teria como elementos formadores principais: escolas, dispensários, jardins, habitações operárias, mercado central (Praça do Mercado) e mercados, cemitérios, meios de transporte, circulação das águas. (Rosanvallon, 1990: 133)

contra as enchentes periódicas do rio Paraíba com muros de alvenaria, aterramento de lagoas e charcos dentro do perímetro urbano, transferência para áreas afastadas de atividades poluidoras (matadouro, cortume), ajardinamento de praças e a demolição de edificações consideradas insalubres.



Médicos falecidos durante o surto de peste bubônica em 1906. Acervo Museu de Campos.

Um fato característico observado na área central da cidade, é que, com exceção dos edifícios religiosos e uns poucos remanescentes (alguns solares e hotéis), são anteriores a essa época, um número muito reduzido. O casario mais antigo que ainda resiste na área do centro, foi construído nos primeiros anos do século XX, que por não contarem com a proteção oficial do tombamento, são passíveis de um processo de renovação urbana generalizada, com muitas demolições. No centro, acontece a demolição de edificações dessa época, principalmente, para o uso da área como estacionamento, suprimindo a carência desse serviço na cidade ou também para a construção de novas edificações comerciais, de acordo com a tipologia comercial a ser implantada.

### **A remodelação urbana**

Durante o século XIX, aconteceram ações dos poder público para melhorar o ambiente urbano. Dentre elas podemos destacar a drenagem e o aterro de lagoas e charcos que tornavam insalubre o ambiente urbano, o despejo de lixo domiciliar e dejetos em áreas afastadas, diques de prevenção contra as enchentes devastadoras

do rio<sup>80</sup>, construção do cemitério municipal (em 1855 durante uma epidemia de cólera após uma grande enchente) em uma área elevada e afastada, como também o matadouro municipal transferido para um local na periferia da cidade.<sup>81</sup>

O registro oficial de normas mais antigo de Campos, até o momento encontrado, é uma postura da Câmara<sup>82</sup>, com 78 artigos que dava aos moradores, as diretrizes de comportamento social e normas para um bom convívio; ordenamento de ruas, construções e uso do solo urbano; limpeza da vila, com o destino do lixo e águas imundas; as atividades comerciais e de transporte de mercadorias permitidas no espaço urbano e o uso e conservação de vias públicas, canais e rios. Com o mesmo número de artigos há na seqüência, o registro do ‘*Regimento das Posturas Policiaes dos Fiscais da Câmara*’, com as ações que os fiscais deveriam executar para cada artigo da Postura e as penalidades para cada infração.

Alguns artigos dessa postura buscavam controlar as atividades comerciais dentro do que seria o perímetro urbano. Como: proibir vender pólvora ou qualquer gênero explosivo, bem como fabricar fogos de artifício dentro da vila; proibir “*vender de porta aberta*” sem licença da Câmara e a exigência da renovação anual dessas licenças; aferição dos pesos e medidas impreterivelmente nos meses de janeiro e vistorias durante o ano; permitir vender “*tudo quanto era indústria ou lavoura, contanto que não seja falsificado, no Largo do Assougue (sic), chamado Praça das Verduras, no Largo do Pelourinho e na Praça da Constituição*”; proibir o ajuntamento de escravos de dia ou de noite em “venda, logia, armazém ou botequim”; proibia ainda o funcionamento de casas de jogo sem a licença da Câmara.

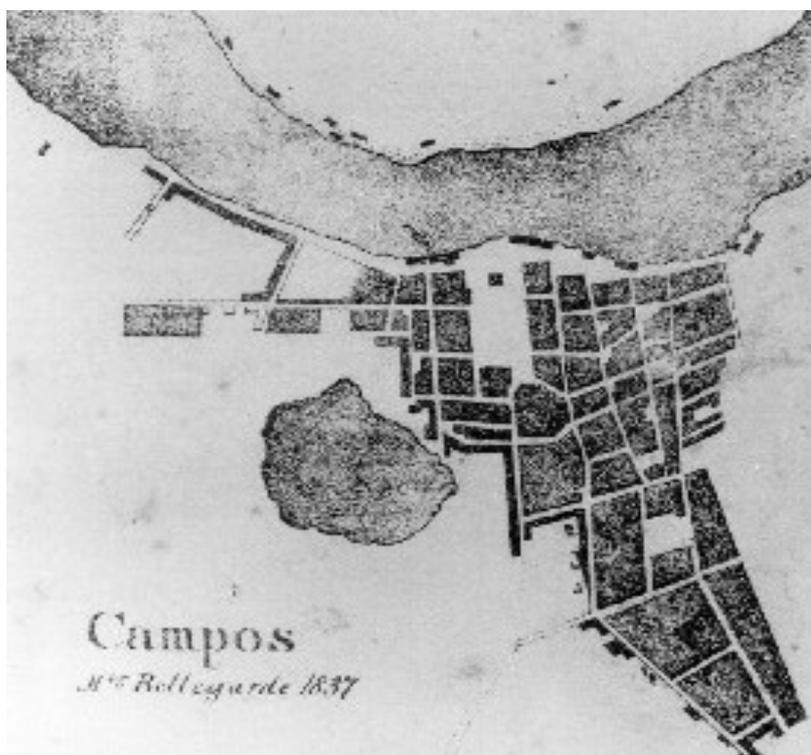
*“Podemos considerar que o processo de constituição do modelo de cidade moderna data de 1837 quando por pedido da Câmara é enviado o Engenheiro Henrique Luiz de Niemeyer Bellegarde para dar início às obras de melhorias e o saneamento urbano. A cidade pestilenta gradativamente vai desaparecendo para dar lugar a vitrine da modernidade. O Eng. Bellegarde inicia o levantamento das condições da cidade e arredores. Propõe reformas em alguns edifícios urbanos, dá continuidade à construção da muralha do Paraíba, obra iniciada pelo Brigadeiro Antonio Belizário de Miranda e Brito. ...huma cidade opulenta, coberta de pântanos, e atoleiros capaes de sorver carros inteiros, e que se estende desde o rio Uruuahy, até junto da Praça*

<sup>80</sup> “Guardadas estão algumas datas fúnebres dos tremendos dilúvios despejados contra o esforço encarniçado desse homem da planície: 1728, 1769, 1775, 1833, 1841, 1855, 1859, 1882, 1895, 1906, 1917 e 1923”. (Lamego, 1945: 142)

<sup>81</sup> Junto ao atual *campus* da UENF

<sup>82</sup> Postura 1ª da Câmara Municipal da Vila de São Salvador dos Campos dos Goitacazes. Contida no Livro de Posturas de 1829 a 1831. Sob a guarda do Arquivo Público Municipal

*principal da cidade necessita de melhoramentos, dada a pujante riqueza da planície, suas fazendas e seu vasto comércio, no Porto de Campos chegam mais ou menos 70 embarcações... Cumpre, para segurança desta interessante cidade, e consta do mesmo projeto citado, e de ordens do Governo Provincial a respeito que esta muralha seja prolongada pela frente de toda a Povoação exceptuando os lugares onde algumas secções de velha muralha, oferecem sufficiente segurança, assim como cumpre conservar, e melhorar os Portos e Rampas de desembarque que ali existem, e confeccionar outras nas novas secções de muralha.”<sup>83</sup>*



Planta do Projeto de Saneamento de Bellegarde, 1837. Acervo Biblioteca Nacional.

Em 1902, o então Presidente da Câmara Municipal, Dr. Benedito Pereira Nunes, encomendou ao campista e engenheiro sanitariano Saturnino de Brito<sup>84</sup>, um plano de saneamento e remodelação do espaço urbano. O objetivo era dotar a cidade de melhores condições de vida e dar uma nova orientação às obras públicas,

<sup>83</sup> Bellegarde, Relatório da 4ª Seção de Obras Públicas da Província do Rio de Janeiro. Biblioteca Nacional. p. 19. Apud: Heloiza Alves, 1994.

<sup>84</sup> “Saturnino de Brito, com seu renome universal, além de campista e conhecedor das necessidades higiênicas da planície, retoma os serviços nesse século. A sua Comissão trabalha com afinco. Os caminhos de água principais dessa complexa hidrografia são levantados a rigor. O Plano de Saneamento é traçado pelo mestre, mas na hora de executá-lo surgem as dificuldades. Diz-se que a politicagem exigiu do grande engenheiro o abandono de seu escritório no Rio, e o vir pessoalmente dirigir os trabalhos em Campos, e a obra não se faz.”(Lamego, 1945:165)

mostrando uma imagem de progresso.<sup>85</sup> O documento produzido<sup>86</sup> continha toda a identificação dos problemas da cidade e as suas possíveis soluções, que não foi realizado em sua totalidade, sendo retomado na administração Luiz Sobral, que tinha apoio político de Nilo Pessanha<sup>87</sup>. Projetou ainda, em 1926, as obras de defesa contra as inundações que assolavam a cidade de Campos.

*“A cidade se acha dotada com um sofrível serviço de bondes, facilmente melhorável; um mercado, notável pela afluência de vendedores e compradores, que parece fornecedora de farta renda, mas circulando em acanhado espaço, entre grades de ferro de uma gaiola ou jaula, estando os produtos de comércio mal abrigados alguns e outros espalhados pelo pavimento de pedras irregulares; um matadouro em más condições sob todos os pontos de vista e contra a reforma do qual se levantou característica oposição; serviço de limpeza pública muito melhorado, mas ainda imperfeito, faltando a incineração do lixo.”<sup>88</sup>*

Nele, a remodelação urbana era também vista numa perspectiva política, pois as estradas de ferro, bancos, vias urbanas e bairros arborizados, comércio com lojas sofisticadas, teatros e empresas urbanas refletiam a participação de lideranças políticas municipais no plano regional e estadual. A imagem de uma cidade moderna poderia se constituir na credencial para uma participação mais direta nas diretrizes econômicas e políticas, para, assim, consolidar a importância política da região no Estado.

Ao elaborar o plano de remodelação da cidade, Saturnino de Brito tinha como objetivo firmar as bases sanitárias das quais dependia a prosperidade e a projeção do município. O plano serviu de base para que a Câmara efetivasse as melhorias urbanas, símbolo do progresso. Saneando a cidade, garantindo a ordem material e moral, especialmente da família proletária, construindo lavanderias públicas, quiosques, reformando o mercado de peixes e alimentos, controlando as classes populares, o poder público garantia os interesses dos negociantes.<sup>89</sup> “A reforma urbana espelhava o sonho da ‘cidade moderna’, de incontestável importância cultural, comercial e política e, portanto possuidora de credenciais que a legitimavam como centro da política fluminense.”<sup>90</sup>

---

<sup>85</sup> Alves, 1995: 95.

<sup>86</sup> R. Saturnino de Brito. Saneamento de Campos. Vol. VI, Coleção Projetos e Relatórios. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1943.

<sup>87</sup> Alves, 1995: 148 e 149.

<sup>88</sup> Brito, 1943: 77.

<sup>89</sup> Heloíza Alves, 1995: 117 ss.

<sup>90</sup> Heloíza Alves, 1995: 125.

*“O domicílio deve compreender a casa e o pátio ou quintal, o conjunto constitui o campo de ação doméstica e o ambiente que envolve e alimenta o indivíduo e a família. Quanto mais compacta a edificação ou mais densa a população, tanto mais gravemente se acha ameaçada a salubridade de cada domicílio e tanto mais se faz a obediência a certas regras de construção, a determinados recursos higirotécnicos e a rigorosos hábitos de asseio e de boa conduta privada e cívica. A higiene domiciliária prima sobre todos os fatores da salubridade das cidades.” (Brito, 1943: 115)*

Não podemos esquecer que surtos epidêmicos eram comuns, devido às más condições de higiene da cidade. Em 1855, por conta de uma epidemia de cólera, o cemitério municipal precisou ser criado às pressas, pois os das irmandades não comportavam a demanda, dados oficiais registram mais de 1200 óbitos. A questão do saneamento era então uma prioridade para a cidade. Nessa mesma época, outras cidades brasileiras também eram acometidas por surtos de doenças oriundas das más condições de higiene pública e falta de saneamento.

*“Logo, o plano de execução dos melhoramentos, defendido pela imprensa, tomou forma concreta na administração de Luiz Sobral, que assumira a prefeitura de 1915 a 1921, gozando da confiança do governo do Estado... Equilibrando as finanças municipais, Sobral colocou, segundo o Anuário Estatístico de 1917, a serviço do progresso do município o frenesi de obras”.<sup>91</sup>*

A conjuntura, econômica e política, dos anos 1910/20 revelou-se favorável, e até mesmo impulsionadora das reformas urbanas, em Campos. As construções públicas, envolvendo grandes obras, cumpriam a função de ressaltar e retratar a prosperidade da região:

*“Também o velho mercado da Praça do Rocio devia desaparecer, uma reforma se fazia urgente ou, até mesmo, a sua transferência para outro local. Cercado por grades de ferro, com barracas cobertas de zinco e inúmeros chalés, ocupados por açougues, banca de peixes, armazéns, foco constante de ratos, o mercado dava ao local um aspecto de imundície. Aí se misturavam vendedores de ervas, legumes e aves. No dizer do jornal Folha do Comércio, este era um “centro de algazarra e vadiagem”... O desenvolvimento de Campos requeria um estabelecimento em melhores condições, limpo, asseado, ao abrigo do tempo e longe dos pregões e gritarias... O novo mercado se constituiria num cartão postal da cidade”.<sup>92</sup>*

<sup>91</sup> Heloíza Alves, 1995: 155, 156.

<sup>92</sup> Heloíza Alves, 1995: 153.

### 3. A gênese e a translação da “Praça do Mercado”.

Os historiadores campistas<sup>93</sup> fazem referências esparsas ao movimento comercial de pequenos comerciantes de cereais, verduras e peixes, que ocorria na cidade e no mercado. Apenas pelos jornais locais, publicados a partir de meados do século XIX se pode ter uma dimensão do que acarretou a construção da ‘Praça do Mercado’, transferindo parte do comércio e, assim, também ampliando os limites da cidade para outras áreas:

*“Desde o período colonial (época incerta ainda), havia dois lugares reservados para o comércio de alimentos frescos: as bancas do pescado junto a um dos portos na margem direita do Rio Paraíba [Largo do Capim] e a Praça das Verduras ou da Quitanda. Essa praça, que funcionava próxima à Igreja do Rosário, até o fim do século XIX (1880), quando foi inaugurado o novo mercado em substituição à “Quitanda Velha”, na Praça do Rocio [atualmente esse logradouro não existe mais] próximo onde hoje funciona a Faculdade de Direito de Campos, no Centro da cidade. Nesse local permaneceu até 1921 quando foi inaugurada a Nova Praça do Mercado, a partir de um plano de saneamento e remodelação da cidade”.*<sup>94</sup>

Em 1850 a Câmara deliberou que no ‘Largo das Verduras’<sup>95</sup> e no do ‘Capim’<sup>96</sup>, fossem os lugares especiais “para se venderem quaisquer quitandas<sup>97</sup>, quer verduras, quer de outro qualquer gênero ou objeto” conforme transcrição da Ata de 15 de abril.<sup>98</sup> Desde a Postura de 1829, esses locais já eram destinados, oficialmente, ao comércio, de “*lavradores e indústria*”, confirmando uma prática anterior, regulamentada por legislação específica.

<sup>93</sup> Alberto Lamego – Terra Goytacá; Alberto Lamego Filho – A Planície do Solar e da Senzala, O Homem e o Brejo; Horácio Sousa – Cyclo Áureo; Julio Feydit – Subsídios para a História dos Campos dos Goytacazes; Teixeira de Mello – Campos dos Goytacazes em 1881.

<sup>94</sup> Cf. Sousa, 1985: 45 e 173.

<sup>95</sup> O Largo das Verduras se situava no trecho da Rua Sete de Setembro (antiga Rua das Flores), compreendido entre o Largo do Rosário e a atual Rua Governador Theotônio de Araújo (antiga rua da Quitanda).

<sup>96</sup> Ou do Pelourinho, ficava na beira-rio, no Porto da Banca, no início da rua da Quitanda. Nesse local se concentravam os vendedores de feixes de capim e peixe.

<sup>97</sup> Quitanda – do Quibundo *Kitanda* – feira, venda. Loja ou local onde se faz comércio; pequena mercearia; tenda; lojinha ambulante; tabuleiro com gêneros e mercadorias dos vendedores ambulantes; pequeno estabelecimento onde se vendem frutas, legumes, ovos, cereais, etc. RJ biscoitos, bolos e doces em tabuleiro. (Novo Dicionário Aurélio. 2ª ed. 41ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1998).

<sup>98</sup> Cf. Carneiro, 1985: 50.



Largo das Verduras: fim do século XIX. Acervo do Museu de Campos

O mesmo “Largo das Verduras” em dois momentos posteriores:



Largo das Verduras – anos 1920. Acervo do Museu de Campos. E atual Praça Prudente de Moraes.

Em 1855 a Assembléia Legislativa Provincial<sup>99</sup> aprovou o Decreto nº 782, que autorizava a Câmara Municipal de Campos a “*contratar com a companhia ou empregário que maiores vantagens oferecer a construção de um mercado público naquella cidade, mediante a concessão de privilégio por um prazo que não exceda a quarenta annos, findo o qual ficará o mercado incorporado aos próprios do município*”.<sup>100</sup> Em 1858 apareceu um proponente, o Coronel Lázaro José Gonçalves

<sup>99</sup> A Assembléia Provincial fazia um rígido controle da ação das Câmaras. A Lei de Organização Municipal de 1828, continha instruções precisas para as Câmaras no que se referia a configuração urbana. Título III – Posturas Públicas, Art. 66 e 71 da Lei de 1º de outubro de 1828.

<sup>100</sup> Cf. Carneiro, 1985: 59.

Júnior (o mesmo que construiu o da Praça da Harmonia<sup>101</sup> no Rio de Janeiro), o projeto não foi à frente<sup>102</sup>.

Somente em 1877 é que se tem notícia, através do *Monitor Campista*<sup>103</sup>, do desenrolar dessa autorização, quando é publicado um parecer de uma Comissão nomeada pela Câmara Municipal, sobre a conveniência das condições aprovadas pela Assembléia Provincial e o empresário escolhido para a execução do contrato. O parecer da Comissão, lido na sessão de 1º de março, é contundente contra a forma e aos valores das taxas a serem cobradas aos comerciantes do mercado:

*“... tem a Comissão a certeza de interpretar os legítimos sentimentos d’esta população declarando que nada há de mais oneroso e vexatório do que a pretensão de Antonio da Silva Pinto Sobrinho ... constitui-se verdadeira extorsão em benefício de um só indivíduo, embora acobertado pelo benefício de um conto de réis que entrará para o cofre da municipalidade ... Terminando, cumpre a Comissão um dever declarando, que julga tão iníqua, onerosa e vexatória a auctorização que entende dever essa Câmara envidar todos os esforços no sentido de fazer com que o corpo legislativo da Província reconsiderando esse acto, revogue-o, como é de rigorosa justiça”.*

Em abril de 1877 é publicado pelo *Monitor Campista* um requerimento do empresário à Câmara com o plano de obras<sup>104</sup> seguindo o modelo do Largo do Capim no Rio de Janeiro<sup>105</sup> e o modo de cobrança das taxas aos quitandeiros que irão comerciar na Praça do Mercado. O valor anual a ser cobrado a cada quitandeiro variava de 6 a 10 mil réis, havendo ainda a opção de pagamento “*por cada vez que quitandarem, como preferirem, sendo por vez a cobrança do modo seguinte:*

*Taboleiro ..... 40  
Vazilhame ..... 40  
Criação até 12 cabeças .... 100  
Dita de 12 para cima ..... 200  
Mercadores de peixe ..... 200 “.*

De acordo com Sousa (1985: 174) em outubro de 1878, a Câmara encaminha para a Assembléia Provincial a solicitação de oitenta comerciantes “pedindo a

<sup>101</sup> Extinto após as obras de ampliação do Cais do Porto em 1910, no processo de revitalização daquela área.

<sup>102</sup> Cf. Sousa, 1985: 173,174.

<sup>103</sup> *Monitor Campista*, 7 de março de 1877, p. 97.

<sup>104</sup> “Levantar quatro kiosques nos quatro ângulos da Praça, segundo o plano apresentado pelo engenheiro da Câmara, e liga-los entre si com coberturas de zinco sobre armação de ferro, segundo o systema de abarracamento do Largo do Capim no Rio de Janeiro, em suas divisões internas com grades de ferro”. *Monitor Campista* 28 de abril de 1877, p. 182.

<sup>105</sup> Estrutura retangular totalmente aberta, apenas com cobertura sustentada por colunas de ferro. Desapareceu com a abertura da Avenida Presidente Vargas.

continuação da Praça das Verduras no mister a que é destinada”, se antecipando às futuras modificações com a construção da Praça do Mercado. Em fevereiro do ano seguinte, o empresário Antonio da Silva Pinto Sobrinho comunica à Câmara o início das obras no Largo do Rocio<sup>106</sup> e solicita o acompanhamento das mesmas pelo engenheiro.

A inauguração aconteceu em 7 de fevereiro de 1880, o *Monitor Campista* registra a participação de políticos, jornalistas e convidados, registra os brindes trocados<sup>107</sup> “*em um modesto copo d’água*” e tece elogios ao empreendimento, “*se não é uma obra faustosa, é certamente um estabelecimento modesto para um fim de reconhecida utilidade e de há muito tempo almejado, oferecendo as necessárias commodidades para o comércio de quitanda*”.

Esse Mercado se localizava em uma parte do Largo do Rocio, entre as atuais ruas Tenente Coronel Cardoso e Dr. Oliveira Botelho<sup>108</sup>, defronte da antiga estação da Estrada de Ferro São Sebastião<sup>109</sup> - que ligava a cidade à baixada – atual Faculdade de Direito de Campos, em uma área baixa, sujeita a alagamentos, até a atualidade. No local havia um alagadiço, que ia até os fundos da Igreja do Rosário – Lagoa do Curtume - que foi aterrado ao longo do tempo.

O *Monitor Campista*<sup>110</sup> refere que, na sessão da Câmara Municipal, realizada no dia 18 de fevereiro, um dos diretores da Praça do Mercado sugeriu que ali já se podiam instalar os comerciantes de peixe, o que não estava previsto originalmente. Na mesma sessão, um comerciante indaga se havia alguma disposição da Câmara “*proibindo que os peixeiros vendessem os peixes no lugar de costume, pois que o empresário da Praça andava pelos portos distribuindo cartões e ameaçando-os com penas por infracção de posturas*”, para forçar a transferência desse tipo de comércio. Neste sentido:

<sup>106</sup> Era uma verdadeira praça, e não um “largo” como o denominavam. Era uma área utilizada pela Guarda Nacional para manobras da tropa e possuía um brejo que foi aterrado para a construção do Mercado. Após a Lei Áurea recebeu o nome de Praça da Redempção, pois os abolicionistas se concentravam em um sobrado vizinho e no local foram executados vários escravos condenados por assassinato. Nela também foi construída a primeira estação ferroviária de Campos – 1876, a Estrada de Ferro São Sebastião, que ligava a cidade à baixada campista. Com a transferência do Mercado os terrenos foram alienados pela Câmara, surgindo dois quarteirões cingidos pela Rua Dr. César Tinoco. (Sousa, 1985: 43).

<sup>107</sup> “O Sr. Pinto Sobrinho aos cavalheiros presentes, declarando que na realização da Praça do Mercado, tinha parte principal o Sr. Dr. Francisco Portela, que a este cavalheiro que em tudo revela sua actividade e inteligência é a quem verdadeiramente se deve a realização da Praça”. *Monitor Campista*, 10 de fevereiro de 1880, p. 10.

<sup>108</sup> Antiga Rua do Mercado.

<sup>109</sup> Com a incorporação do ramal pela Estrada de Ferro Leopoldina, o edifício foi ocupado pelo Liceu de Artes e Ofícios até o final dos anos 1950. Atualmente é ocupado pela Faculdade de Direito de Campos.

<sup>110</sup> 20 de fevereiro de 1880, p. 28.

*“O Presidente da Câmara Tenente Coronel Pimenta observou que já havia declarado a esse e a outros indivíduos e a alguns diretores da Praça que, os peixeiros poderiam voluntariamente fazer sua venda na Praça, mas não podião por enquanto ser obrigados a isso”.*

O comércio de pescado, feito, tradicionalmente, no Largo do Capim, e também em alguns portos da margem direita do Paraíba, vinha sendo alvo de críticas regulares, por causa da sujeira e dos odores que deixava. Sua regularização sempre colidiu com outros interesses, o que o levou a uma existência errante, em diversos pontos da cidade: os portos da beira rio, a Praça Azeredo Coutinho, a Praça do Mercado, de novo o Porto da Banca<sup>111</sup>, até que se fixasse, mais tarde (1921), na Nova Praça do Mercado.

Em abril de 1880, o empresário da Praça reclama da conduta abusiva dos fiscais e guardas municipais, que prejudicavam o andamento dos negócios, e também dos comerciantes estabelecidos nas proximidades, que abrigavam os quitandeiros em seus estabelecimentos e não pagavam as taxas, ocasionando, dessa forma, prejuízos, e violando o contrato assinado<sup>112</sup>. O resultado após muitas discussões foi que *“o fiscal multasse aos donos de armazéns e casa de negócios que pagando uma só licença para vender quitanda, consentem em suas casas quitadeiras que não pagarão o devido imposto”*.<sup>113</sup>

Mas, *“pouco tempo depois os quitandeiros se rebelavam e iam de novo estabelecer-se na Quitanda Velha”*.<sup>114</sup> A dubiedade das atitudes da Câmara, não reprimindo esse comércio fora da área do Mercado, ocasionou uma ação judicial, que obrigava o Município a indenizar a empresa exploradora e a reprimir o comércio de quitandeiros, fora dos limites permitidos. Nesse primeiro processo de mudança, percebe-se a resistência dos comerciantes à transferência para o novo local, há apenas poucos quarteirões dali. Essa resistência era motivada também pelo valor das taxas de utilização do espaço, administrado por uma empresa particular, que recolhia aos cofres públicos um valor fixo.

A partir de novembro de 1890, o jornal *A República*, em artigos assinados por *Leite Nunes*, faz uma análise da ação judicial movida pelos empresários da Praça contra a Câmara. Além do acórdão do Tribunal da Relação sobre o caso, cita os

<sup>111</sup> Jornal A República de 3 de maio, 5 e 10 de julho de 1890.

<sup>112</sup> Monitor Campista, 17 de abril de 1880, p. 102.

<sup>113</sup> Monitor Campista, 26 de janeiro de 1881, p. 41.

<sup>114</sup> Anuário Campista, 1920:103.

diferentes contratos assinados, os erros de cada parte, mostrando-se contrário à sua renovação. Reforça o parecer de uma Comissão que sugere o rompimento do contrato existente, que não fora cumprido integralmente. Conclui finalmente que: “Ao encerrarmos a *analyse da questão*, não nos move outro sentimento que não seja o desejo de ver respeitado os direitos da municipalidade”.<sup>115</sup>

Apesar disso, a Câmara preferiu renovar o contrato com os empresários por mais trinta anos, em 16 de novembro de 1891, estipulando termos ainda mais favoráveis a eles, permanecendo, no entanto, a disputa judicial - que se resolveria somente em 1901. Mais tarde, o jornal sugeria que a Câmara construísse uma Praça do Mercado – “segundo a *esthética e de conformidade com um plano de construção de gosto artístico*” – na Praça Azeredo Coutinho, “o local único convinável pela sua situação” (à margem do Canal Campos-Macaé, que se achava abandonado), pois “o mercado dessa cidade não pode prescindir da navegabilidade do canal”.<sup>116</sup>

A disputa judicial se prolongou por quinze longos anos. Em 18 de maio de 1901<sup>117</sup>, o Dr. Pereira Nunes, Presidente da Câmara, solucionou a velha pendência, que, por força de sentença judiciária, alcançava grandes proporções (20 contos de réis), adquirindo, por cem contos de réis, o usufruto, por trinta anos (com escritura passada em cartório), do Mercado do Rocio, e extinguindo a *Empresa da Praça do Mercado*<sup>118</sup>. A transação contou com a intermediação do Banco Comercial e Hipotecário de Campos.<sup>119</sup> Após uma pequena reforma e novos contratos de locação, a Praça do Mercado foi, mais uma vez, solenemente re-inaugurada, em 30 de junho do mesmo ano.<sup>120</sup>

<sup>115</sup> “... a praça para a venda do peixe que, pela clausula 5ª do contrato, dizia estar prompta dentro de 24 meses, depois da assignatura co contrato, não foi ainda começada. A praça construída na praça do Rocio servirá para tudo, menos para a venda de legumes; baixa, mal ventilada e coberta com zinco, afugenta os quitandeiros”. A República, 19 de novembro de 1890.

<sup>116</sup> A República, 27 de julho de 1892, p. 171.

<sup>117</sup> A Gazeta do Povo, 19 de maio de 1901, p.108.

<sup>118</sup> De acordo com o traslado da escritura de compra e venda assinada entre as partes. Acervo do Arquivo Público Municipal.

<sup>119</sup> Já extinto. Na época intermediou e financiou parte do valor (setenta contos de réis) ao Município e acertou com a controladora do Mercado dívidas que possuía com o Banco. A municipalidade entrou com 30 contos de réis à vista e financiou o restante em 20 prestações de 3:500\$000 sem juros.

<sup>120</sup> Obras realizadas: pintura do gradil que circunda o mercado e o anexo com duas demãos de tinta vermelha; ripas, caibros e lambrequins com duas demãos de tinta cinza; iluminação a gás com bicos tipo AUER em postes de ferro fundido; conserto do piso.



Mercado do Largo do Rocio, sd. Acervo do Museu de Campos.

A respeito desse Mercado, o Relatório feito por Saturnino de Brito, em 1902, após o processo de aquisição, é preciso e revelador:

*“O galpão do mercado adquirido consta de uma cobertura de zinco com paredes de varões de ferro sem a menor preocupação de estética, de propriedade e nem mesmo de acomodação ao serviço; tem antes o aspecto de uma gaiola ou jaula assentada sobre um forte e escorregadio revestimento de cimento e do qual, a vertente externa não deságua para a sargeta de esgoto ligada aos coletores públicos. [...] Por um orçamento aproximado, a reforma não excederá de 13,000\$000 [treze contos de réis] e a par a vantagem estética, que não se pode desprezar em um Mercado Municipal, no centro da cidade, existe a ordem higiênica, além da de comodidade para o pessoal, e da conservação dos gêneros, atualmente expostos ao sol e à chuva tocada pelo vento”. (1943: 178 e 179)*

Não obstante o teor deste Relatório, no entanto, o Mercado Velho permaneceu tal como era até a construção da Nova Praça do Mercado inaugurada em 1921

*“Em vista do grande desenvolvimento por que passou a cidade nos últimos tempos, a Praça do Mercado tornou-se acanhada, imprestável aos fins a que se destinava, e assim, a ter de realizar uma reforma que talvez não correspondesse às necessidades geraes”. Esta observação extraída do Anuário Campista de 1920, indica com bastante clareza a noção que se tinha, na cidade, das muitas*

transformações correlatas ao seu período de maior esplendor e opulência, que se havia iniciado em 1890, e que, como vimos antes<sup>121</sup>, ora chegava ao seu ápice.

As duas qualificações atribuídas ao ‘Mercado Velho’, são, neste sentido, bastante significativas. Ele era ‘acanhado’, adjetivo que remetia, neste caso, não apenas à exigüidade do espaço com relação ao volume de negócios, isto é, de vendedores e compradores, mas, certamente, também ao seu aspecto, incompatível com o novo aspecto assumido pela metrópole campista, na virada do século. Além disso, no entanto, surgia como ‘imprestável aos fins a que se destinava’, pois não satisfazia as condições indispensáveis aos requisitos da saúde pública, ela mesma dependente das condições higiênicas do processo de abastecimento da população. Entre outros fatores, porque o local em que se encontrava, era (e ainda é) alagadiço, em tempo de chuva, porque ocupava o espaço da antiga *Lagoa do Curtume*.

Com essa perspectiva, começaram, em 1918, as obras da Nova Praça do Mercado, na Praça Azeredo Coutinho, área que já havia sido cogitada para esse fim, no início do século XX e recentemente aterrada no ponto terminal do Canal Campos-Macaé<sup>122</sup>. Os serviços foram contratados com a firma Prudente Noel, de São Paulo, encarregada também da construção do novo Matadouro Municipal, “*com todas as exigências da hodierna hygiene*”.<sup>123</sup>

As expectativas que, desde o início, cercaram esta ‘Nova Praça do Mercado’ podem ser constatadas no jornal *Folha do Comércio* de 9 de abril de 1919, que traz uma matéria sobre o atraso das obras, paradas há quase um ano, “*o que traz para nós profundo pezar*”. A matéria reclama igualmente da qualidade dos materiais empregados, ao mesmo tempo em que ressalta a urgência de sua conclusão, pois o “*povo campista de longa data vem aturando um Mercado sem hygiene, sem conforto, sem água, sem ordem e sem regulamento ... o povo mal servido como está, não pode esperar eternamente por esse próprio Municipal, cada vez mais caro.*”

Esta manifestação, era tanto mais importante, se considerarmos que o veículo em questão era porta voz da pujante Associação Comercial e Industrial de Campos – ACIC, fundada em 1891.

---

<sup>121</sup> Heloíza Alves, 1995: 88, 89.

<sup>122</sup> Esse local era também conhecido como “bacia”. Nos mapas antigos da cidade, ali havia uma lagoa temporária nos períodos de chuvas e cheias do rio.

<sup>123</sup> Anuario Campista, 1920: 66.

Com esta perspectiva, convém ressaltar a magnitude da arrecadação de tributos e sua evolução ao longo das duas últimas décadas. no *Anuário Campista* de 1920 (pág. 66) estão registrados valores que comprovam a sua importância para a cidade, mesmo não correspondendo aos padrões de exigência explicitados pela imprensa.

*“Das rendas patrimoniaes, a mais considerável é a do Matadouro Municipal, o imposto do talho... Immediatamente depois vem a renda do Mercado Municipal que tem tido a seguinte variação”:*

	<i>Matadouro</i>		<i>Mercado</i>
<i>Em 1900 .....</i>	<i>32:081\$000</i>		
<i>Em 1901 .....</i>	<i>38:821\$000</i>	<i>.....</i>	<i>12:415\$000</i>
<i>Em 1906 .....</i>	<i>41:052\$000</i>	<i>.....</i>	<i>22:105\$000</i>
<i>Em 1910 .....</i>	<i>45:137\$000</i>	<i>.....</i>	<i>24:582\$000</i>
<i>Em 1914 .....</i>	<i>53:442\$000</i>	<i>.....</i>	<i>28:599\$000</i>
<i>Em 1918 .....</i>	<i>124:323\$000</i>	<i>.....</i>	<i>41:052\$000”</i>

### 3.1 A Nova Praça do Mercado.

*“Com a inauguração da nova Praça do Mercado a nossa cidade ficará dotada de um excelente estabelecimento, que nos honrará aos olhos dos que nos visitarem. Geralmente os forasteiros costumam, quando aportam a uma terra qualquer, visitar a Praça do Mercado para examinar, ver, observar as condições em que é servido o estômago da população”.*<sup>124</sup>

A Nova Praça do Mercado, construída (início 1918) na administração do Prefeito Luiz Sobral e, inaugurada pelo Prefeito (em exercício) Cezar Tinoco foi aberta ao público em 15 de setembro de 1921, dia em que se extinguiu também, o *“velho departamento que já não correspondia às necessidades higiênicas da população.*

Com relação a ela, O *Monitor Campista*, que circulou na ocasião, observava: *“O edifício é amplo, como se vê exteriormente, tem o seu interior dividido em secções indispensáveis a um estabelecimento de tal ordem e natureza”.*<sup>125</sup>

<sup>124</sup> Monitor Campista, 15 de setembro de 1921.

<sup>125</sup> Monitor Campista, 15 de setembro de 1921.



Monitor Campista (15/09/1921)

Estas palavras do periódico se referiam a um modelo de estabelecimento comercial já conhecido e consagrado, no mundo urbano moderno, tal como este se havia configurado nas metrópoles da Europa Ocidental e nos grandes centros urbanos brasileiros. Convém assinalar que não se tratava, no caso, apenas de um novo dispositivo técnico, voltado para o aprovisionamento da população, mas também, e talvez sobretudo, de um objeto simbólico.



O Mercado visto da Rua João Pessoa, anos 1920. Acervo Museu de Campos

Neste sentido a ‘Nova Praça do Mercado’ não atendia somente às exigências da qualidade dos produtos comercializados. Para além disto, era um equipamento público graças ao qual a cidade de Campos podia, finalmente, equiparar-se às metrópoles da época, seguindo os cânones aplicados à modernização das capitais brasileiras, especialmente ao Rio de Janeiro. Destinava-se não apenas a servir “o estômago da população”, mas também, a alimentar o seu orgulho em face dos “forasteiros”, algo para ser mostrado ao visitante, e também aos próprios campistas.

### **3.2 Ordem, Higiene, Respeito e Decência: As Regras Estritas do Mercado.**

Graças a um minucioso, preciso e estrito Regulamento<sup>126</sup>, a *Nova Praça do Mercado* funcionava segundo uma ordem clara e previsível, cujos “*compartimentos*” eram regularmente dispostos, em lugares predeterminados pelas suas respectivas funções – os açougues<sup>127</sup> somente nos boxes externos e as verduras e legumes ao centro da Praça.

Este Mercado destinava-se exclusivamente ao comércio de ‘gêneros de primeira necessidade’. Como estabelecimento público, seus comerciantes eram arrendatários, sem direito à sublocação dos seus postos de venda, alugados de acordo com uma tabela, arrendamento este que incluía o uso das instalações do Mercado. Além disso, eram especificados os impostos a serem cobrados sobre cada tipo de mercadoria. Essa ordem espacial e jurídica era supervisionada pelo corpo de funcionários da Administração, cujos integrantes tinham suas funções nitidamente especificadas<sup>128</sup>, sendo, ademais, proibidos “*ter negócio de qualquer natureza*” no Mercado. A circunscrição estrita dessa função pública lhes proibia, ainda, receber (ou guardar), a qualquer título, gêneros de qualquer natureza dentre os que circulavam na ‘Praça’. A propósito, convém, ainda, assinalar um fato em si mesmo significativo – a localização central dessa Administração no espaço do Mercado: sob a ‘Torre do Relógio’, no exato entroncamento das duas alas longitudinais com suas correspondentes transversais.

---

<sup>126</sup> Ver Anexo 4, publicado no jornal Folha do Commercio de 6 e 7 de setembro de 1921, p. 3.

<sup>127</sup> Há 27 locais reservados exclusivamente à venda de carnes; alguns deles à venda de carnes de qualquer espécie, outros proibidos de vender carne de gado *vacum* ou suíno.

<sup>128</sup> Tinham entre outras, as funções de examinar, previamente a oferta à população, quaisquer produtos dos vendedores ambulantes, para verificar sua qualidade, recolher o devido imposto (conforme especificado em tabela própria incorporada ao Regulamento) e conceder a autorização para a atividade.

Alguns dos princípios inerentes ao conceito a que obedecia a Nova Praça do Mercado podem ser evidenciados com base no conjunto de interditos formais consignados no seu Regulamento. Este, com efeito, proíbe explicitamente:

- A venda de mercadorias em ‘grosso’ ou seja, no atacado (Art. 15 e 24);
- A venda de mercadorias fora dos lugares determinados para este fim;
- A venda ‘medicamentos’, ‘substancias nocivas’ e ‘gêneros inflamáveis’ (Art. 21);
- A venda de gêneros corrompidos ou mercadorias falsificadas (Art. 22);
- A venda de frutos ‘verdes, mal sazoados ou apodrecidos’ (Art. 23);
- A venda de massas ou confeitos decorados com ‘substancias nocivas’;
- A lavagem de panos usados de qualquer tipo nos tanques do Mercado.

A primeira determinação que comanda o uso do espaço do Mercado é a exclusão categórica dos ‘atravessadores’ (Art. 7 e 15). Com ela fica circunscrito o universo dos assim chamados ‘inquilinos da Praça do Mercado’ (cf. Art. 49). Além deles, em situação de certo modo liminar, encontram-se os ‘ambulantes’, obrigados a passar pelo Mercado sem, no entanto, serem ‘locatários’ do mesmo. Os ‘pombeiros’<sup>129</sup>, que tampouco são seus locatários, podiam localizar-se na ‘Praça do Mercado’ condicionalmente. Todos os demais inquilinos deviam submeter-se às regras de localização e uso do espaço, atendo-se, estritamente, aos seus ‘compartimentos’. Neste sentido lhes era vedado também, salvo permissão explícita, “*estacionar nos corredores ou à frente dos compartimentos ou barracas*” (Art. 17), cumprindo assim o preceito do urbanismo sanitarista, contrário a qualquer tipo de estagnação dos fluxos<sup>130</sup>. Ainda segundo preceitos higienistas, devia prevalecer uma rigorosa separação dos produtos oferecidos à venda, pois, segundo o Art. 18 do Regulamento, “*as diversas espécies de gêneros deverão ser expostas à venda em secções distintas*” para evitar a eventual contaminação das mercadorias e o congestionamento dos pontos de venda.

A questão da higiene permeava todo o Regulamento, constituindo, neste sentido, sua espinha dorsal ideológica. A autoridade da Diretoria de Higiene pairava sobre todas as atividades do Mercado, sendo mencionada explicitamente em vários

---

<sup>129</sup> Do Quimbundo *pumbelu*. Negociante ou emissário que atravessa os sertões negociando com indígenas. Vendedor ambulante de pombos, galinhas, etc. No Nordeste, revendedor de peixe. In: Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, Novo Dicionário da Língua Portuguesa. 1986: 1360.

<sup>130</sup> Saturnino de Brito (1943); Rosanvallon (1990); e Gilles *Apud* Mello e Vogel, 2004:137.

dos seus artigos e parágrafos.<sup>131</sup> Em muitos outros, aparecem o substantivo ‘higiene’ e os adjetivos a ele vinculados<sup>132</sup>. Dessa preocupação essencial, decorre a maioria das determinações relativas à manutenção de bancas, barracas, mesas de mármore, cepos, ladrilhos (e assoalhos ladrilhados), vasilhames e demais utensílios necessários à manipulação e guarda dos gêneros.

Na ideologia higienista, entretanto, a sanidade surge em estreita associação com a moralidade, vínculo este que se manifesta, igualmente, no Regulamento da Nova Praça do Mercado, cujos interditos compreendem, além da falta de asseio e da má fé nos negócios, certas categorias de atos e as pessoas que os praticam. Desse modo, se proíbem as ‘algazarras’, as ‘palavras’ e os ‘gestos insultuosos’. Esta determinação implica, não somente na aplicação das penas previstas (multas) como também na retirada forçosa do estabelecimento de todos e quaisquer “*ébrios, turbulentos, vadios e os que ofenderem a moral e os bons costumes*”.<sup>133</sup> Particular atenção merece o problema dos ‘vadios’, pois o Regulamento parece decidido a impedir que no Mercado se façam presentes outras quaisquer pessoas que não vendedores e compradores, sob o pretexto de impedir “*o ajuntamento de pessoas ociosas*”, enquadrando-as no elenco daquelas que perturbam “*o expediente de quem compre ou venda*”.<sup>134</sup>

As muitas responsabilidades do Administrador, quanto à “*polícia do interior da Praça*”, levam o poder público a conceder-lhe, pelo Regulamento, o apoio de uma guarda. Esta será composta, não apenas pelos ‘guardas do Mercado’<sup>135</sup>, como também por outros que se fizerem necessários para assegurar a ‘ordem’, o ‘respeito’ e a ‘devida decência’<sup>136</sup>, os quais poderão ser destacados pela Prefeitura para esse fim a pedido do Administrador.

Por fim, valeria a pena, incorporar à lista das proibições, apresentada acima, um interdito mais, que estabelece o seguinte: “*havendo carestia de qualquer gênero, a juízo da Prefeitura, o vendedor não poderá vendel-o em grandes proporções a uma só pessoa; ao contrário, deverá subdividil-o, de modo que todos possam adquiril-o pelo preço corrente*.”<sup>137</sup> Ficam, desse modo, formalmente excluídas da

<sup>131</sup> Cf. Art. 5, 16, 26 parágrafo 18.

<sup>132</sup> Cf. Art. 5, 16, 17, 22, 23, 46, 47.

<sup>133</sup> Cf. Regulamento, Art. 26, parágrafos 14 e 15. Neste mesmo sentido o parágrafo 24 que estabelece como obrigação do Administrador “zelar pela perfeita separação, quanto ao sexo dos animais recolhidos ao depósito”.

<sup>134</sup> Cf. o parágrafo 13 do Art. 26.

<sup>135</sup> Sobre o tema dos guardas ver Art. 26, parágrafos 4, 13, 14, e 15; 37; 38 e 40.

<sup>136</sup> Cf. Art. 48.

<sup>137</sup> Cf. Regulamento Art. 14.

Nova Praça do Mercado as práticas comerciais de cunho especulativo, resguardando-se, pois, em face do lucro comercial, o interesse público, ao prevenir o risco do desabastecimento, potencialmente danoso à ordem pública.

Este era o Projeto que, concebido segundo os cânones do racionalismo urbanista, havia de se impor e consolidar, a partir da década de 30. Em face dele, vale a pena considerar a realidade do seu funcionamento, nas décadas subseqüentes à sua implementação.

### 3.3 As vicissitudes da Nova Praça do Mercado na vida real.

*“- Mercado sem sujeira não é mercado.”*

E enumerava o que se fazia ali, como evitar a sujeira se as folhas caíam no chão e o vinho-de-palmeira se derramava por toda a parte, se as galinhas corriam de um lado para o outro e eram mortas num canto da barraca, se o sangue da carne de boi ou da carne de porco atraía moscas e se misturava com a água, se as batatas podiam ser pisadas por quem passasse e o óleo-de-palmeira pingava no caminho, se a gordura das comidas preparadas costumava espirrar sobre a gente e os tomates se despedaçavam nas cestas, se as cascas de frutas eram jogadas no chão a cada instante”. Antonio Olinto<sup>138</sup>

Com poucos anos de funcionamento, já encontramos, em 1928, reclamações sobre seu funcionamento. O *Monitor Campista* critica o que chama de “*anarchia*”, referindo-se, com esta palavra ao fato de se verem e ouvirem “*a cada passo, gestos e palavras ofensivos à moral*”, solicitando que a administração do Mercado voltasse a ser “*como no tempo de Bruno de Azevedo, que implantou medidas inteligentes, reinando por isso o maior respeito*”. Uma delas havia sido a reorganização do serviço de circulação interna e a implementação rigorosa da vigilância dos guardas municipais. A mesma matéria fazia, ainda, uma outra crítica a Pereira Nunes, Prefeito à época, o qual, segundo o periódico “*muito raramente percorre os próprios municipaes, fiscalizando, como lhe compete, o trabalho externo de seus auxiliares*”.<sup>139</sup>

Na década de 1940, surgiram críticas mais veementes, ao funcionamento, e às condições de higiene do Mercado, embora se registrem, igualmente, elogios, dirigidos, neste caso, aos melhoramentos realizados pelo poder público, na gestão do Prefeito Salo Brand: “*a impressão que nosso Mercado oferecia era agradável,*

<sup>138</sup> 1985: 69.

<sup>139</sup> *Monitor Campista*, 8 de maio de 1928. Bruno de Azevedo foi Prefeito de 1925 a 1928 (Cf. Anexo 7).

*agora, porém, ela melhorou muito mais, com o calçamento que está sendo feito em seu lado direito*". Na mesma matéria, há também uma cobrança de que se venha a completar o calçamento da Avenida Visconde do Rio Branco e a limpeza do canal, manifestando o desejo de que este viesse a ter "*as margens cimentadas*", para, assim, melhorar a imagem da cidade, fazendo uma comparação com a Avenida Francisco Bicalho, que margeava o Canal do Mangue, no Rio de Janeiro.<sup>140</sup>

Essas críticas se tornam freqüentes, permanecendo até hoje, acrescidas das mais variadas sugestões, todas elas solicitando melhoramentos na estrutura física, maior rigor na higiene dos alimentos, e mais ordem. Algumas delas chegam a sugerir a demolição e a transferência do Mercado para outro lugar. Por diversas vezes já se sugeriu a construção de uma Rodoviária, no local. Esta foi, na realidade, construída, em 1960, na própria Avenida Visconde do Rio Branco (ou 'Beira-Valão'), numa área da Praça da República, a um quarteirão do Mercado.

A construção de pequenos mercados nos bairros, numa tentativa de expandir a área comercial e facilitar o acesso dos consumidores, aconteceu no Turfe<sup>141</sup> (demolido no início dos anos 1950) e no Parque Leopoldina<sup>142</sup>. Em 1957, o prefeito João Barcelos Martins, através de uma Deliberação<sup>143</sup>, pretendia criar nos bairros, pequenos mercados "*para o abastecimento de gêneros alimentícios e artigos de primeira necessidade, de modo a substituir o atualmente existente e que não preenche mais os seus fins.*" Estes mercados seriam construídos e funcionariam sob o regime de concessão. Em 1963, já no segundo mandato, João Barcelos Martins assinou dois projetos de lei para a construção de mercados no bairro de Guarus (1º de fevereiro) e no distrito de Goitacazes (18 de abril). Nenhum dos dois foi implementado. No ano seguinte, e nos próximos, a cidade passou por um período político conturbado, em virtude do suicídio de seu Prefeito, em Niterói, e da negativa de permitir seu enterro em Campos, por determinação dos órgãos de segurança federais.

Segundo alguns dos comerciantes mais antigos, a 'Feira', que fora surgindo, aos pouquinhos, na parte externa do Mercado, foi aumentando gradativamente em tamanho, ocupando as áreas do atual galpão e estacionamento. O quadro dessa 'Feira' era marcado pela exposição de produtos empilhados no chão, e pela

<sup>140</sup> A Notícia, 23 de fevereiro de 1943, p.80.

<sup>141</sup> Na Avenida 28 de Março, próximo ao antigo Cine São José.

<sup>142</sup> Próximo à estação ferroviária. Onde não houve interesse de comerciantes para alugar espaços nas concorrências públicas. No local hoje funciona uma creche. Informação do Sr. Brandão.

<sup>143</sup> Deliberação Número 731, de 7 de dezembro de 1957.

presença de carroças e caminhões, nas suas atividades de carga e descarga de mercadorias, intensificando-se, progressivamente, nos últimos quarenta anos.<sup>144</sup>

Em 1979, começou a funcionar a CEASA (Central de Abastecimento Regional do Norte Fluminense), no 4,5 km da Rodovia BR 101, trecho Campos-Vitória, afastado do centro da cidade, para onde foram transferidos os atacadistas que operavam no Mercado Municipal. O espaço que se tornou disponível, em virtude dessa mudança, foi liberado para estacionamento de clientes. Em pouco tempo, entretanto, essa divisão de atividades mostrou-se desastrosa para os pequenos comerciantes que ainda tinham que arcar com os custos do transporte das mercadorias. A distância e os custos operacionais, levaram ao gradual esvaziamento do CEASA, que hoje se encontra vago e sem uso comercial, concentrando-se os comerciantes atacadistas novamente nas imediações do Mercado e operando, especialmente durante a madrugada, a partir de seus depósitos e de caminhões carregados de produtos, fato que permanece até o presente.

Em 1984, o *Monitor*<sup>145</sup> noticia uma ação da Prefeitura para coibir a descarga de mercadorias por atravessadores no Mercado e incentivar o uso da CEASA, que estava sub-utilizada.

No “*Monitor*”<sup>146</sup> há uma extensa reportagem sobre o funcionamento do Mercado, começa com uma polêmica ação da Prefeitura para cadastrar os feirantes, “*cerca de 300 pessoas possuem tabuleiros na feira do Mercado, vivendo da comercialização de produtos hortigranjeiros e outras mercadorias e produtos*”, esse recadastramento fazia parte de uma série de exigências contidas em um decreto regulador<sup>147</sup> das atividades comerciais nas feiras livres, editado no ano anterior. Ressalta o diálogo mantido entre o poder público e a recente Associação criada pelos feirantes para defesa de seus interesses e a regularização de suas atividades. Relata a próxima realização de uma reunião com produtores da Região, patrocinada pelo Ministério da Agricultura e Banco do Brasil, para incentivo ao aumento da produção agropecuária. Outro ponto tratado é relativo ao abastecimento de produtos

---

<sup>144</sup> Tenho na memória, lembranças de quando tinha 10 ou 12 anos ( $\pm$  1965), acompanhando meu pai que era produtor de tomate e pimentão nos meses menos quentes (junho a setembro), descarregar seus produtos nos fundos do Mercado, próximo àquelas grandes árvores - Rua João Pessoa - no depósito de um atacadista conhecido como “*Capa Curta*”. E bem próximo, montes de laranjas, bananas e abóboras pelo chão de paralelepípedos e o grande movimento de pessoas circulando. Da mesma época, lembro de uma “*prancha*” à vela, carregada de bananas que estava atracando em um “*porto*” no rio Paraíba.

<sup>145</sup> *Monitor Campista*, 28 de setembro de 1984, p. 3.

<sup>146</sup> *Monitor Campista*, 29 de março de 1980, p. 312.

<sup>147</sup> Ver Anexo 6.

ao Mercado, afetado por fortes chuvas dias antes em São Paulo, o CEASA de São Paulo era um dos abastecedores da similar local. Essa informação foi passada por “*Paulo César Martins, proprietário de vários boxes na CEASA e no Mercado Municipal*”, esse problema no abastecimento contribuiu “*para um desordenamento no tabelamento de preços entre os comerciantes, uma vez que a produção está sendo vendida pela qualidade*”, a situação ficou agravada, ainda, por uma forte estiagem na Região.

Nesta mesma semana, surge uma denúncia sobre o funcionamento da venda de pescado e os problemas dela advindos, em virtude de

*“...comerciantes que não possuem instalações frigoríficas, expondo os produtos em tabuleiros de madeira, além de constituir uma ameaça à saúde da população, vem prejudicando outras atividades comerciais exalando mau cheiro ... isto significa que os peixeiros que vendem mercadorias sem condições mínimas de higiene, são considerados legalizados pela Prefeitura”.*<sup>148</sup>

*Associação dos Feirantes de Campos*<sup>149</sup>, criada no início de 1980, buscava organizar as atividades de feirantes e camelôs e manter um diálogo produtivo com a Administração do Mercado, dirigido, à época, por José Barboza Neto, que via na Associação um veículo para “*manter um diálogo franco sobre os diversos problemas da feira, coisa difícil demais já que os feirantes agiam individualmente*”.

A cobertura do galpão da ‘Feira’, construída com recursos federais, com base num projeto apresentado pelo Executivo e aprovado pela Câmara, em 1980, em atendimento às exigências da população e dos comerciantes, através de sua Associação, teve o edital publicado a mando do então prefeito Raul Linhares Correa, e o seu início sido previsto para setembro, por ocasião das comemorações dos 60 anos. Os comerciantes foram remanejados para as ruas próximas, para se proceder à abertura das fundações da estrutura, que foram abertas a partir de 16 de novembro e a seguir, abandonadas até abril, quando assumiu o vice Wilson Paes pela licença do titular que queria concorrer à Assembléia Legislativa. As obras se arrastaram, com varias datas sendo divulgadas para o termino das obras e em

<sup>148</sup> Monitor Campista, 01 de abril de 1980, p. 322.

<sup>149</sup> Associação dos Feirantes de Campos, tendo como presidente Alcimar Ferreira Avelino, que pretendia transforma-la em um sindicato e oferecer melhores condições de trabalho e assistência médica para seus associados. O processo de registro não foi completado e não tendo o apoio de todos, deixou de funcionar. Houve tentativas infrutíferas de retorno durante o período de obras da cobertura da feira. (Monitor Campista 02 de abril de 1980, p. 329 e 27 de maio de 1981)

dezembro de 1982 ainda não havia sido concluída, apesar de várias reuniões e promessas.



“Feira” do Mercado – 6 de novembro de 1979. Acervo do Museu de Campos



“Feira” do Mercado, anos 1990. Foto cedida por Luis Carlos Fiúza.

Em 1983, no terceiro mandato de José Carlos Barbosa, houve uma série de iniciativas dos comerciantes e da Prefeitura visando “*terminar as obras na feira*”, pois faltava ainda o piso e a distribuição das áreas. Nesse período, a feira já tinha cobertura, mas o piso ainda era de terra, o que, em épocas de chuva, resultava num lamaçal, acrescido dos resíduos “*naturais*” da atividade. A alegação oficial para o atraso da obra era a “*falta de recursos*”, dependentes de órgãos federais. Chegou-se a pensar, caso não fosse possível obtê-los, que o Prefeito poderia “*convocar os*

*feirantes para um mutirão a fim de solucionar o problema*".<sup>150</sup> Em julho,<sup>151</sup> já estavam em andamento as obras de cobertura do Canal, nas proximidades do Mercado. Este fato, por sua vez, agravou a situação dos comerciantes, que percebiam "o êxodo dos fregueses" em consequência da sujeira e da dificuldade de circulação "...que está tornando o Mercado imprestável para o comércio", além de prejudicar os estabelecimentos do entorno:

*"Há cerca de três anos, quando foi dada a notícia de que a feira do Mercado seria coberta, parecia sonho. Os feirantes teriam um local de trabalho mais moderno, mais limpo, com bancas padronizadas e uma série de regalias. Hoje, no entanto o Mercado Municipal é só reclamações. As obras da feira livre, agora acumuladas com as do canal em frente ao Mercado estão obrigando a freguesia a procurar outras alternativas, geralmente mais caras, para adquirirem os produtos habitualmente comprados no Mercado"*.

O término do piso da feira e a construção da peixaria – mutirão que contou com a contribuição de comerciantes do mercado e ainda, de externos, do seu entorno – e sua entrega simbólica aos comerciantes ocorreu em 1984.<sup>152</sup>

No primeiro governo Garotinho como prefeito, a partir de 1989, o 'Mercado Coberto' passou por algumas obras de melhoramentos, principalmente em sua área interna (piso) e a troca do telhado original. A 'Feira' recebeu a melhoria das bancas de alvenaria que ainda estão em funcionamento.

Em 1991, a Prefeitura pretendeu fazer uma concessão, para uma empresa particular, explorar um sistema de feira-livre nos bairros, onde cada feirante deveria seguir parâmetros específicos e pagar taxa de adesão e aluguel de banca, projeto frustrado por um parecer da Procuradoria do Município, que enumerava uma série de exigências legais. Época em que, a exemplo do que vinha acontecendo em outras cidades brasileiras, se construiu também o 'Camelódromo' (1992).

O Governo municipal, cujo mandato se encerrou em 2004, tinha idealizado uma série de intervenções, em virtude das quais a cidade deveria adquirir uma nova face, mais "moderna" e "arrojada". Este processo de remodelação urbana, proposto para a área atualmente ocupada pela Praça de Mercado, compreendia a reforma de praças, ruas, edifícios públicos e obras de saneamento. Na vertente cultural, previa uma série de atividades, cujo carro-chefe seria a apresentação de shows musicais,

<sup>150</sup> Monitor Campista, 10 de março de 1983, p. 34.

<sup>151</sup> Monitor Campista, 24 de julho de 1983, p. 82.

<sup>152</sup> Monitor Campista, 01 de agosto de 1984, p. 3.

com artistas de renome local ou nacional. Todas essas ações faziam parte de um grande projeto (encomendado a um arquiteto carioca)<sup>153</sup> – “*Cidade Qualidade*” – apresentado, em outubro de 2002, e que levaria cerca de dez anos para ser completado, com base nos aportes financeiros dos royalties do petróleo.

A transferência das atividades comerciais para o Novo Mercado tem uma grande resistência dos comerciantes, as causas mais citadas foram, principalmente, a distância física do centro comercial da cidade, o transporte público urbano precário e o exemplo de ineficiência do poder público na transferência da Rodoviária (ônibus intermunicipais) para o Shopping Estrada, que está isolado e a maior parte das lojas fechadas ou com pouco movimento.

No Projeto de Revitalização do Mercado<sup>154</sup>, não há um entendimento entre os comerciantes sobre o que realmente seria colocado no local como proposto pela Prefeitura, por exemplo, os que já trabalham com artesanato e as lanchonetes e pastelarias vão permanecer com seus negócios ou serão novos comerciantes? O que se constata é o temor de sair de um espaço com tradição, em uma área de grande circulação de pessoas e a falta de um conhecimento mais aprofundado das propostas, para assim haver a necessária discussão do assunto.

No mês de setembro de 2005, o jornal *O Diário* publicou uma série de reportagens alusivas aos 84 anos de funcionamento do Mercado. Foram levantadas as principais questões quanto à manutenção dos edifícios e ao funcionamento, oferta de produtos, limpeza da área, condições sanitárias, acesso dos fregueses e o *camelódromo*.

A última reportagem trata dos projetos existentes para a revitalização da área: além do projeto da Prefeitura citado acima, há uma sugestão de dois projetos oferecidos pela Associação Norte Fluminense de Engenheiros e Arquitetos, confeccionados a partir de uma solicitação de um dos candidatos a prefeito em 2004. Um desses projetos, “o paliativo”, seria a reforma do edifício e a substituição da cobertura metálica da Feira por outra de material transparente, substituição das bancas e instalação de câmaras frigoríficas, além da retirada do *Camelódromo*. O outro projeto, “o definitivo”, é sugerida a transferência completa do Mercado para outro local, com todas as comodidades de estacionamento, pontos de ônibus, câmaras frigoríficas e “bancas laváveis e mais higiênicas”. Para essa transferência, são sugeridos vários locais, muito afastados da área central da cidade, como uma

<sup>153</sup> Sérgio Dias, cujo escritório tinha sido o idealizador do “*Rio Orla*”.

<sup>154</sup> As sinopses dos projetos estão no Anexo 9.

área próxima à UENF – na direção de São João da Barra - ou próximo ao CEASA, que está desativado, mas que em passado recente se mostrou muito afastado para essa atividade comercial.

Após as reportagens, conversei com comerciantes do Mercado sobre os temas abordados e as sugestões de mudança. Todos gostaram da maneira como foi apresentado o Mercado, mesmo sendo colocados alguns pontos negativos – falta de refrigeração no pescado, higiene na feira e estacionamento precário; quanto aos projetos, o mais aceito foi o de reforma das instalações; o de transferência para outro local não foi aceito como solução.

Está em andamento (janeiro de 2006) na Secretaria Municipal de Obras, um outro projeto, esse, solicitado pelo Secretário de Agricultura, para uma reforma de grande envergadura nas instalações do Mercado Coberto, principalmente telhados, rede elétrica e banheiros. Foi realizado um levantamento topográfico da área – mercado coberto e feira – e identificados os problemas a serem resolvidos. Tive acesso a esse projeto, ainda incompleto, mas não há garantias que será executado, por conta do delicado momento político local, com eleição marcada para o próximo mês de março.

*“E mercado morre?” – Perguntou Abionan. Claro que morre. Já vi muito mercado grande e movimentado, cheio de barracas e de gente, morrer de repente sem ninguém saber como”. (Olinto, 1985: 190)*



Um de seus braços bordeja a margem direita do Rio Paraíba, formando a Avenida XV de Novembro. O outro margeia o antigo Canal Campos - Macaé, formando uma avenida de duas pistas, separadas pelo Canal, com o nome de Visconde do Rio Branco, mas conhecida, localmente, como 'Beira-Valão'. Estabelecimentos comerciais predominam ao longo dessas duas vias, ambas de intenso movimento. Num recorte específico dessa área, à margem esquerda do mencionado Canal, está a Praça do Mercado.

Sua área física situa-se, pois, no centro de Campos, a três quadras da Praça São Salvador – o coração da cidade, e a não mais de quatro quarteirões da margem do Paraíba, num quadrilátero formado pelas Ruas Formosa,<sup>156</sup> João Pessoa,<sup>157</sup> Visconde do Rio Branco<sup>158</sup> e Barão do Amazonas<sup>159</sup>.

Uma área ampla e bem servida de acessos, não apenas contígua ao núcleo histórico da urbe, e, também, a pequena distância dos diversos atracadouros (ou "portos") que recebiam as embarcações – canoas, 'pranchas' e vapores - que utilizavam Rio Paraíba do Sul como via de distribuição de mercadorias, como, ainda, nas cercanias próximas da 'Rodoviária Velha'<sup>160</sup>, isto é, no terminal de ônibus, urbanos, intramunicipais e interurbanos – ponto nodal da rede viária que comunica bairros, distritos e cidades próximas com o Centro da metrópole regional. O Shopping Estrada<sup>161</sup> foi construído para desafogar o intenso movimento da Rodoviária.

A "Praça", construída neste local, em 1921, conseguiu resistir às profundas transformações sociais e urbanas das décadas subseqüentes, embora com alguma defasagem. Procurou acompanhar a evolução das técnicas comerciais e a inclusão dos novos produtos disponíveis no setor alimentício e, dessa forma, conseguiu ampliar sua área de atendimento, suprindo o aumento da demanda de uma população sempre crescente.<sup>162</sup> Conseguiu até melhorar o seu atendimento, para

---

<sup>156</sup> Denominação mais conhecida e usada da atual Rua Tenente-Coronel Cardoso.

<sup>157</sup> Antiga Rua do Concelho. (*Sic*)

<sup>158</sup> Mais conhecida como "Beira-Valão", foi, até o início dos anos 1970, passagem obrigatória dos veículos, que trafegavam pela rodovia e passavam pela cidade.

<sup>159</sup> Antiga Rua do Alecrim.

<sup>160</sup> Rodoviária Roberto da Silveira

<sup>161</sup> Construído em 1994, para abrigar pontos de vendas das confecções instaladas na cidade e também uma rodoviária para os itinerários de longa distância, intermunicipais e interestaduais, para desafogar o movimento da Rodoviária Velha no Centro. Atualmente, a maior parte dos pontos de venda e um posto de combustível encontra-se fechada ou sub-utilizada, os que se encontram em uso, são ocupados por lanchonetes, pastelarias, comida a peso, artesanato, despachantes e auto-escola. Além do espaço ocupado pela Rodoviária. Funciona ali, ainda, a sede da CODEMCA, uma churrascaria e um posto de atendimento do DETRAN.

<sup>162</sup> Ver Anexo 8 com a variação da população durante o século XX.

adaptar-se à crescente concorrência comercial que lhe começaram a mover, principalmente desde os anos 1960, e, de forma mais agressiva, a partir da última década, os novos tipos de estabelecimento comercial – supermercados, mercearias, hortifrutis e *shopping-centers*. Apesar dela, continua atendendo uma parcela significativa da população, como se constata em visitas ao local em dias da semana e horários diferenciados.<sup>163</sup>

Entretanto, como se verá, no decorrer desta etnografia, a influência da ‘Praça do Mercado’ ultrapassa sensivelmente os limites físicos do seu espaço, como indicam as conexões quotidianas entre a sua atividade comercial e aquela desenvolvida nos seus arredores. As ruas que delimitam a área do Mercado servem como referenciais definidores do seu espaço mais imediato, ao mesmo tempo em que o conectam a um ‘território’ mais amplo, cuja importância para a vida urbana do campista pode ser inferida pela quantidade de atividades – comerciais, administrativas e sociais – que nele têm lugar.

## **2. O Mercado Municipal como instituição.**

O mercado é o local do intercâmbio, da troca. A instituição ‘mercado’ pode ser definida como uma multiplicidade de oferta de produtos e também de demanda, como “uma multiplicidade de mãos desejosas de adquirir, ou alternativamente vender, bens mediante intercâmbio”. A vida econômica pode ser reduzida a atos de intercâmbio, efetuados mediante a apropriação de bens, a partir de acordos entre as partes envolvidas.<sup>164</sup>

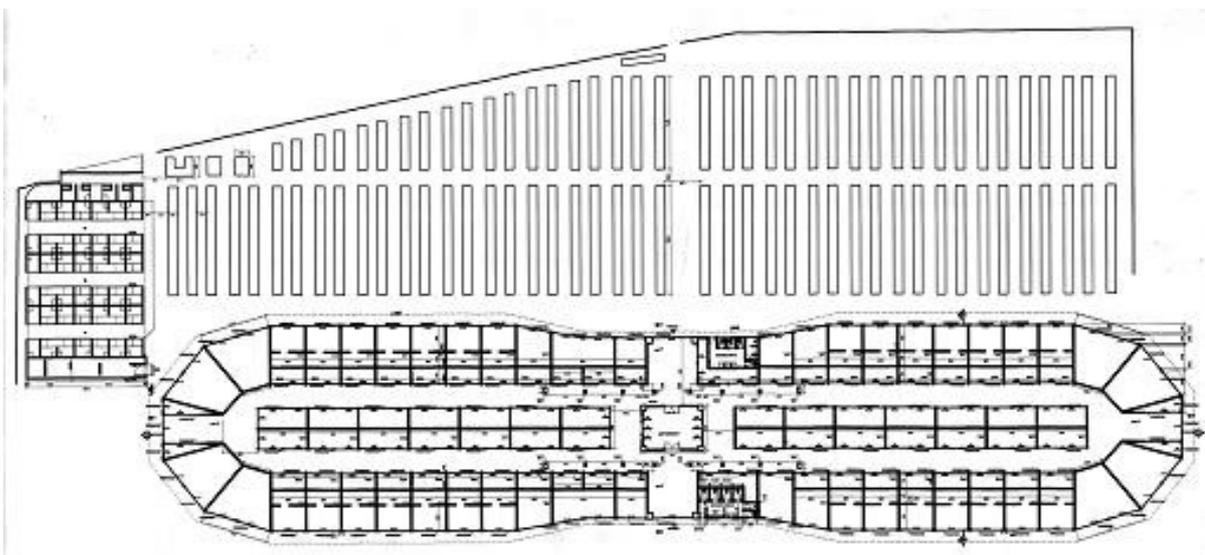
“A sua superestrutura é toda metálica, assentando-se sobre columnas de cimento armado, e a cobertura é de telhas francesas, sendo todo o edifício largamente illuminado por clarabóias dispostas em posição oportuna. Divide-se a Praça do Mercado em dois amplos compartimentos, separados por um pavilhão central onde há o grande depósito d’água para o serviço interno, no qual existe um relógio com dois mostradores”.<sup>165</sup>

---

<sup>163</sup> De acordo com a Administração do Mercado, o movimento médio estimado de pessoas durante a semana é em torno de 3.000 pessoas/dia. Na sexta-feira e no sábado este número pode chegar a 5.000.

<sup>164</sup> Cf. Polanyi, 1976: 175.

<sup>165</sup> Jornal Monitor Campista, 14 de setembro de 1921.



Planta atual do Mercado, à esquerda a peixaria, em baixo o mercado coberto, em cima a feira.



À esquerda o Mercado e a Feira desde a Rua Formosa; à direita, a cobertura do Camelódromo, o Mercado e a Feira.

## 2.1 A Função da 'Praça do Mercado'.

A função da 'Praça de Mercado' encontra sua formulação clara e inequívoca no 'Regulamento da Nova Praça do Mercado', promulgado em 1921, quando este afirma, em seu Artigo 1º ser ela um "*estabelecimento municipal destinado ao comércio a varejo de gêneros alimentícios de primeira necessidade*".<sup>166</sup> Ao longo do seu texto, esse Regulamento utiliza, ainda, outras categorias classificatórias relativas aos produtos a serem oferecidos neste Mercado. Assim, por exemplo, menciona as "*mercadorias húmidas*",<sup>167</sup> referência que nos remete à categoria

<sup>166</sup> Cf. Art. 1º do Regulamento e, também, Art. 7º.

<sup>167</sup> Cf. Art. 19.

abrangente dos ‘secos e molhados’, tantas vezes utilizada para caracterizar determinados tipos de armazéns. Refere-se, igualmente às ‘quitandas’ [em tabuleiro], brasileirismo que remete à pastelaria caseira, biscoitos e doces. A classificação ‘gêneros de primeira necessidade’ excluía os ‘medicamentos’, os ‘gêneros inflamáveis’ e as ‘substâncias nocivas’, sob pena de pesadas multas.<sup>168</sup> Essa categoria, no entanto, parece incluir, talvez por implicação, produtos necessários à elaboração culinária (carvão, peneiras); ao transporte (samburás); ou à limpeza do ambiente e dos utensílios de cozinha (sabão, vassouras).

Sob esse ponto de vista, o que se vende no Mercado ‘stricto senso’, isto é, na ‘Feira’ e no ‘Mercado Coberto’ se distingue e contrapõem às mercadorias oferecidas no ‘Camelódromo’, que vende artigos ‘globalizados’, como eletro-eletrônicos, e materiais correlatos; objetos decorativos; bijuterias; brinquedos; relógios; roupas e adereços; tênis, e assim por diante.

As tipologias comerciais praticadas, atualmente, no Mercado Municipal, foram identificadas, a partir da observação direta e de informações obtidas na Administração do Mercado, agrupando-se de acordo com um modelo aplicado por Nypan (1960), ao caso dos mercados de Accra (Ghana).

De acordo com o último levantamento, realizado pela Administração do Mercado, no final de 2005, há muito mais comerciantes identificados do que ‘pontos’ de venda. Às vezes, em apenas uma banca, trabalham dois, ou mais, não necessariamente no mesmo dia, ou juntos. Na ‘Feira’, foram identificados 264 comerciantes detentores de uma ou mais bancas, num universo de 465 bancas ocupadas; cerca de 25 estavam vagas e outro tanto desmanchado. Na parte interna do ‘Mercado Coberto’, foram identificados 61 comerciantes ocupando 116 compartimentos; na parte externa, foram registrados 34 comerciantes ocupando 52 compartimentos.

No quadro abaixo, registro o número de estabelecimentos em que cada tipo de produto pode ser encontrado:<sup>169</sup>

---

<sup>168</sup> Cf. Art. 21.

<sup>169</sup> Nesse total, não estão computadas as bancas da “Feira” sem uso aparente, que, de acordo com os vizinhos mais próximos, pertencem a produtores, os quais comercializam seus produtos sazonalmente, ou, também, a comerciantes que estão em viagem, ou ainda, aguardando pretendentes para aluga-las; e também aquelas que estão servindo como depósito para comerciantes vizinhos. Da mesma forma, não foram contabilizadas as situações análogas no interior do Mercado Coberto.

Levantamento estimado de tipos de produtos e quantidade de pontos de comercialização no Mercado Municipal de Campos – dezembro de 2005.

TIPO DE PRODUTO	QUANTIDADE DE PONTOS COMERCIAIS
Roupas e bolsas	16
Vegetais	149
Peixes e crustáceos	42
Carnes	15
Laticínios	10
Mercearias	32
Alimentos preparados	29
Artesanato e ferragens	9
Ervas medicinais	8
Biscoitos	11
Animais vivos	4
Outros	14
TOTAL	338

## 2.2 O ordenamento administrativo.

Os boxes e as bancas utilizadas pelos comerciantes são de propriedade da Prefeitura.<sup>170</sup> Existe uma permissão de uso, renovada anualmente mediante o pagamento de uma taxa, cobrada pela Secretaria de Fazenda do Município. O processo de permissão de uso se dá mediante uma solicitação dos interessados, ou quando um comerciante já estabelecido ‘transfere’ sua permissão a outro, devidamente autorizado pela Administração.<sup>171</sup> Esta tem conhecimento de que a transferência do uso do “ponto comercial” para outro comerciante envolve valores, transação proibida no caso dos espaços públicos.

Os valores desses espaços variam muito, pois são determinados em função do local, dos produtos vendidos na área, das necessidades de espaço do comerciante, etc. A área mais valorizada do Mercado se localiza no corredor entre o Mercado Coberto e a Feira, seguida dos compartimentos externos voltados para o Camelódromo; depois vêm a área interna, a peixaria e o corredor que liga a Av. Rio Branco ao centro do Mercado Coberto. A partir daí, o valor dos espaços diminui, pois

<sup>170</sup> As informações a seguir foram obtidas em conversa com o atual Administrador do Mercado e sua secretária.

<sup>171</sup> Há casos em que bancas ou boxes são alugados ou emprestados; ou, ainda, dois ou mais comerciantes dividem o mesmo espaço.

são menos procurados pelos fregueses, dizendo-se, neste caso, que os comerciantes dessas áreas menos valorizadas ficam “na água”.<sup>172</sup>

Há comerciantes que utilizam mais de um box ou banca, normalmente, contíguos. Alguns têm até cinco boxes, e, na ‘Feira’, há comerciante com até dezenove bancas. Oficialmente o Mercado Municipal têm, ocupadas, na ‘Feira’, 465 bancas ou tabuleiros fixos e 8 avulsos para venda de limão. Na peixaria são 46, perfazendo um total de 519 pontos de comercialização. É difícil identificar essas quantidades, pelo fato de as bancas serem contíguas. No ‘Mercado Coberto’ são 52 compartimentos externos e 116 internos, perfazendo um total de 168. O total de boxes e bancas, soma 687 ‘*pontos*’ acrescido dos ‘avulsos externos’ e dos ambulantes. Os ‘avulsos’ oficiais somam 24 barracas, localizadas no estacionamento dos fundos, sob as árvores; 5 churrasquinhos; e 6 bancas externas. Os ambulantes são permitidos, mas não são cadastrados pela Administração; o que vendem, ‘deve’ ser relacionado com os produtos predominantes na área.<sup>173</sup>

O pessoal administrativo da Prefeitura no Mercado compreende 50 funcionários – técnicos, fiscais, vigias, etc da Secretaria de Agricultura. Além disso há o pessoal do Centro de Controle de Zoonoses – CCZ, que cuida da parte sanitária e do controle de insetos; a Guarda Municipal e, ainda, seguranças especiais (pagos pelos comerciantes). Finalmente, há o pessoal de uma empresa terceirizada para a limpeza e coleta de lixo, em três turnos de trabalho.

O horário oficial de funcionamento é das 7 às 19 horas, mas o movimento de recebimento e preparo de mercadorias tem início por volta das quatro da manhã, diariamente. A Administração do Mercado conta ainda, diariamente, com uma ambulância de plantão, para atendimento emergencial aos fregueses e à população que circula nas adjacências. Este serviço foi disponibilizado, após muitos acidentes e um óbito, ocasionado pela demora no atendimento feito pelos Bombeiros.

A limpeza do Mercado fica a cargo de uma empresa contratada (Queiroz Galvão), responsável pela manutenção das condições básicas de higiene.

---

<sup>172</sup> Para exemplificar, o último box externo transferido, envolveu a quantia de R\$ 40.000,00 (sic); na feira, uma banca junto aos corredores principais, varia de 3 a 5.000, nas partes menos valorizadas, o valor cai; na peixaria, os boxes do início (ponta) de cada corredor estão cotados a 5.000 cada, na parte interna (meio) cai para algo em torno de 3.000.

<sup>173</sup> Consta, ainda, a existência de uma modalidade proibida, mas praticada, não se sabe em que escala. Trata-se de comerciantes atacadistas, detentores de várias bancas, e que “cedem” o seu uso a outros, que, por sua vez, vendem produtos adquiridos nos estabelecimentos daqueles, ficando apenas com a diferença entre o valor pago e o recebido, e arcando com os riscos da atividade.

Anteriormente, o serviço de limpeza, realizado por alguns poucos garis da Prefeitura, era muito precário. Naquela época, o lixo recolhido era colocado em caçambas abertas que ficavam no estacionamento dos fundos, sendo um foco permanente de mau cheiro e sujeira, espalhada, no local, por catadores, que lá iam recolher sobras de verduras e legumes. Atualmente, a situação é bem melhor, há maior número de pessoas envolvidas na limpeza e o material retirado nas varreduras é colocado em um depósito fechado e pressurizado, removido diariamente. Desse modo, diminuíram as reclamações relativas à higiene – sujeira e mau cheiro – causas das maiores críticas ao Mercado.

A ‘Peixaria’ é lavada todos os dias após o fechamento do setor à tarde, são utilizados jatos d’água e produtos químicos, inclusive na parte externa (calçada e rua). O estacionamento é lavado após o término do movimento de atacado, ainda pela manhã. Eliminando quase totalmente o odor característico do peixe, agravado pelo sol e forte calor, característico da região, que se torna então repugnante ao olfato. Transmite a idéia de impureza, sujeira, um subproduto daquela atividade comercial, que “precisa ser retirado dali”, na opinião dos que passam pelas imediações. A ‘Feira’ é lavada duas vezes por semana. É varrida e tem o lixo recolhido durante todo o dia, em virtude dos produtos que caem das bancas, ou são descartados pelos comerciantes diretamente no chão, pois nem todos usam cestos apropriados. Os corredores e calçadas do ‘Mercado Coberto’ são lavados diariamente após o fechamento, às 18 horas.

Os banheiros, destinados aos usuários, se acham junto ao acesso central; o masculino voltado para o ‘Camelódromo’ e o feminino voltado para a ‘Feira’. O tamanho é insuficiente para atender à demanda; por isso a limpeza e a manutenção em condições aceitáveis dos sanitários é precária. Os ralos, para águas servidas, são periodicamente lavados e recebem tratamento contra insetos e roedores. A abundância de alimentos e resíduos orgânicos favorece a proliferação de roedores, que se refugiam nas galerias de esgoto e na parte coberta do canal. Daí a presença de gatos – “*o que espanta os ratos*”.

Quanto à segurança, segundo comerciantes mais antigos, a chegada do atual Administrador do Mercado, constituiu um divisor de águas no seu funcionamento. Indicado pelo então Prefeito,<sup>174</sup> chegou com autonomia de ação administrativa, para “*arrumar o local*”, e com a experiência de quem anteriormente havia ocupado função

---

<sup>174</sup> Dr. Arnaldo França Vianna.

de chefia na Postura Municipal<sup>175</sup> e Secretaria de Administração. Considerado um “*linha dura*”, ele mesmo afirma que se o Administrador não for intransigente quanto à observância das normas de funcionamento do Mercado, volta a “*bagunça*” que existia antes, pois – “*com determinados tipos de pessoas não se pode ser bonzinho*”; “*é preciso haver respeito para que todos possam trabalhar*”. No início teve que pedir reforço na segurança; suspendeu alguns feirantes; regulamentou os horários de funcionamento, que não eram respeitados; o horário das entregas de mercadoria, e a limpeza da área.

Houve, também, um outro tipo de ‘limpeza’, ocorrida, há cerca de quatro anos, quando, por iniciativa de alguns comerciantes, se resolveu contratar a segurança privada. A partir daí, os arruaceiros, as prostitutas e os ladrões, foram sendo, progressivamente, afastados do local, graças aos “*corretivos*” e aos “*aconselhamentos*” que lhes foram sendo dispensados, tanto pela segurança particular, quanto pela Guarda Municipal. O resultado mais evidente e aplaudido dessa ‘política’ foi o retorno das mulheres desacompanhadas e das famílias para fazerem suas compras, ou, simplesmente, para passear e comer algo no Mercado, cena pouco provável há cerca de dez anos.<sup>176</sup>

### **2.3 A organização do Mercado: Espaços e atividades.**

O conjunto ao qual se dá, atualmente, o nome de ‘Mercado’ é composto por três estruturas arquitetônicas próximas e, sob certos pontos de vista, interligadas. Ao centro, está a mais antiga, que corresponde à ‘Praça do Mercado’, mais conhecida, agora, como ‘Mercado Coberto’. Este último, visto desde a Rua Formosa, é ladeado, à esquerda, pelo galpão da ‘Feira’; e, à direita, pela estrutura do *Mercado Popular Michel Haddad*, mais conhecido como ‘Camelódromo’. Embora espacialmente contíguas, essas três partes se separam administrativamente, pois a administração das duas primeiras é gerida pela Secretaria de Agricultura, enquanto administração da última cabe à Companhia de Desenvolvimento de Campos– CODEMCA, ambos órgãos da Prefeitura Municipal.

<sup>175</sup> Órgão subordinado ao Gabinete do Prefeito, encarregado de fiscalizar o cumprimento das Posturas Municipais.

<sup>176</sup> A pressão policial em cima das prostitutas, nos hotéis que utilizavam e nos bares onde se reuniam, forçaram a saída para outros locais. Atualmente, se concentram durante o dia nas proximidades da Rodoviária e à noite, em alguns pontos, nas ruas Formosa, Barão do Amazonas, 21 de abril e na Praça São Salvador.

### 2.3.1 O 'Mercado Coberto'.

O edifício do 'Mercado Coberto', foi construído com paredes de tijolos e colunas de concreto. Estas sustentam a cobertura, formada por perfis de aço e vigas de madeira, que, por sua vez, apóiam um telhado de telhas 'francesas', encimado por um lanternim, para iluminação e ventilação, ao longo dos dois segmentos, separados um do outro pela torre do relógio e caixa d'água.

O acesso ao seu interior, é proporcionado por quatro portas, que originalmente eram fechadas por portões de ferro lavrado, substituídos, hoje, por portas de aço. Esses portões estão localizados nas duas extremidades e ao centro da construção. Internamente, um corredor lateral circunda todo o edifício, formando dois blocos de boxes, um central e outro lateral.

Ao longo do tempo, o 'Mercado Coberto' passou por intervenções estruturais que não alteraram substancialmente sua forma original, externamente acrescida de uma marquise de concreto. A distribuição dos boxes no 'Mercado Coberto' foi modificada em diversas ocasiões no decorrer de sua trajetória. Na própria época de sua construção, o pavilhão central onde está a caixa d'água era "*destinado à instalação frigorífica, onde seriam conservados os peixes, o leite, legumes e gêneros de fácil deterioração*"<sup>177</sup> que não foi construída e à administração e depósitos.

Em 1970, no governo José Carlos Barbosa, foi feita uma redivisão dos boxes internos, aumentando sua quantidade e diminuindo sua área. Externamente, os açougues e demais espaços, "*que têm o seu interior voltado para a parte central do edifício, fazendo a venda das carnes para o lado exterior, onde existe um balcão de mármore para poder haver toda a hygiene no fornecimento dessa mercadoria*",<sup>178</sup> perderam seu contato com o interior do Mercado, quase encoberto pela grande estrutura metálica quadrangular, a 'Feira'. Na parte interna, a distribuição e quantidade de boxes foi alterada, por ocasião da retirada das estruturas de madeira e tela de arame, substituídas por paredes de alvenaria e lajes pré-moldadas.

O 'Mercado Coberto' apresenta um comércio diferenciado do restante, acomodado em compartimentos fechados ou lojas, voltadas para dentro ou para fora. Os boxes voltados para o passeio externo, são de maior tamanho, predominando os açougues, as mercearias e bares. No interior da edificação,

<sup>177</sup> Jornal Monitor Campista, 14 de setembro de 1921.

<sup>178</sup> Jornal Monitor Campista, 14 de setembro de 1921.

predominam mercearias, floras e pastelarias, mas há, também, bares, lanchonetes, cafés, lojas de artesanato utilitário local e/ou regional, além de uma relojoaria e a Rádio do Mercado.

### **2.3.2 A 'Feira'.**

O galpão da 'Feira' é uma construção mais recente, iniciada, em 1981, no governo Raul Linhares, em comemoração aos sessenta anos de funcionamento do Mercado, sendo inaugurada somente em 1984. É constituído por uma estrutura de sustentação em perfis de aço que sustentam uma cobertura em alumínio. Seu espaço é delimitado por paredes laterais<sup>179</sup> baixas, que não impedem a visibilidade externa, a entrada de luz natural e a ventilação. Sua construção se tornou necessária para proporcionar maior conforto aos comerciantes e consumidores que, no tempo em que a feira se realizava ao ar livre, ficavam sujeitos às intempéries. Esse local abriga as bancas de pescado, frutas, grãos, legumes, verduras e animais vivos. Como o próprio nome sugere, é uma grande 'feira-livre'<sup>180</sup>. É este espaço que concentra a mais intensa circulação de público e o maior volume de produtos e negócios.

Nos fundos dessa área, junto à Rua João Pessoa, ficam: as barracas 'avulsas' que comercializam, principalmente, roupas, mochilas e bolsas; e a área do estacionamento, já exígua para o grande movimento de automóveis, e, portanto, muito disputada, sob o controle de 'guardadores autônomos', os quais oferecem também serviços de lavagem e limpeza dos veículos, durante o período de compras.

## **3. Os arredores do Mercado.**

Nas ruas que circundam o Mercado, encontramos um comércio variado e ativo, com um fluxo permanente de pessoas circulando em todas as direções, apenas durante o período comercial. À noite, essas ruas tornam-se desertas, característica de uma área essencialmente comercial.

### **3.1 O 'Camelódromo'.**

<sup>179</sup> Apenas ao longo da Rua Formosa e da Av. Visconde do Rio Branco.

<sup>180</sup> Com o detalhe de que suas bancas são fixas, feitas com tijolos de cimento e concreto. Construído no primeiro governo Garotinho.

Junto ao 'Mercado Coberto', na lateral fronteira à Rua Barão do Amazonas, se encontra o 'Mercado Popular Michel Haddad', mais conhecido como 'Camelódromo'. Trata-se de outra construção recente<sup>181</sup> feita para atender à necessidade de se localizarem, num espaço delimitado, os 'ambulantes', dispersos, por várias ruas na área central da cidade, numa tentativa de regular sua atividade comercial.<sup>182</sup>

Foi inaugurado em 1992, quando era Presidente da ACIC, o Sr. Adailto Rangel, que liderou os comerciantes em sua campanha para forçar a Prefeitura a resolver o problema dos camelôs, que tinham tomado conta do centro da cidade, fazendo concorrência desleal aos demais comerciantes, que pagavam impostos, e que, pela sua localização, às portas das lojas, atrapalhavam o movimento dos fregueses. Foi necessária uma mobilização popular (com envio de telegramas à prefeitura) para que o então Prefeito tomasse as atitudes necessárias à transferência desses ambulantes.<sup>183</sup>

A edificação possui uma cobertura metálica. Seu espaço construído é estreito e alongado. Ela abriga duas carreiras de boxes com portas de aço, separadas, longitudinalmente, por um estreito corredor central, e, na latitude, por muitos corredores transversais, para circulação e delimitação de áreas. É destinado principalmente ao comércio de produtos industrializados como roupas, brinquedos, discos, óculos, bolsas, aparelhos eletrônicos, etc, provenientes, principalmente, do Paraguai<sup>184</sup>, embora oriundos da China, de Taiwan, do Japão e da Coreia, a partir de onde se têm disseminado amplamente, podendo ser indiferentemente encontrados por toda parte.

### **3.2 As ruas do entorno.**

Nas ruas que circundam o Mercado, há uma grande variedade de estabelecimentos comerciais. Estes oferecem roupas prontas e aviamentos;

---

<sup>181</sup> Construído no primeiro governo Garotinho.

<sup>182</sup> Nessa mesma época as grandes cidades brasileiras passavam pelos mesmos problemas com os ambulantes, devido ao desaquecimento da economia e aos altos índices de desemprego.

<sup>183</sup> Prefeito Anthony Garotinho Matheus. O local, preparado para este fim, atendia às necessidades, mas pelo descaso dos prefeitos posteriores, que deixaram deteriorar a estrutura e o uso do espaço, hoje é, por muitos, considerado uma "bagunça", com produtos expostos até nas ruas.

<sup>184</sup> Há um ônibus fretado, de frequência semanal, para levar comerciantes a São Paulo, área central, onde adquirem seus produtos em atacadistas. Há também viagens ao Paraguai com a mesma finalidade, mas são cada vez mais raras por conta dos problemas com a fiscalização e a distância.

eletrodomésticos; artigos de papelarias; produtos farmacêuticos e/ou estéticos, material de ótica; ferragens e utensílios do lar; balas e biscoitos. Alguns deles são padarias, lanchonetes, bufês de comida ao quilo; e pastelarias. Nos quarteirões seguintes encontramos ainda, agências bancárias; hotéis; lojas de móveis; lojas de autopeças; comércio de implementos agrícolas; e mais restaurantes. Além disso, há os estabelecimentos prestadores de serviços: barbearias; salões de beleza; oficinas gráficas; cartórios; oficinas mecânicas e de aparelhos eletro-eletrônicos; e a sede do Monitor Campista.

Esta ampla e diversificada atividade, desenvolvida no entorno do Mercado, ao mesmo tempo em que se beneficia do movimento comercial deste, contribui para aumentar sua capacidade de atrair fregueses, num processo de indução mútua, em última análise, favorável a todos, inclusive à freguesia, que vê concentrada num espaço relativamente exíguo um número maior e mais variado de oportunidades para satisfazer as suas demandas e resolver os mais diversos assuntos.

Uma simples caminhada pelos arredores do Mercado basta para evidenciar, com clareza, essa interação de atividades, onde cada uma é favorecida pelas demais, numa complementaridade complexa, em virtude da qual a falta de uma resultará no prejuízo de outras, na medida em que o cliente de um poderá, sempre, vir a ser o 'freguês de passagem' do outro; e onde, portanto, a sobrevivência e a prosperidade de cada qual dependerá da presença e participação dos demais.

Trata-se, portanto de uma área de denso movimento comercial, marcada por intenso e, em algumas ocasiões, caótico fluxo de veículos e pessoas; e com transporte público abundante, pois a maioria dos itinerários dos trajetos dos ônibus urbanos passa pela Avenida Visconde do Rio Branco, ou nas proximidades dela, o que facilita o deslocamento da população de e para outros bairros ou localidades próximas, dentro e fora do Município.

Um bom exemplo da complementaridade referida acima é o caso do 'Tião da Padaria', que trabalha há 25 anos na Rua Barão do Amazonas, em frente ao 'Camelódromo'. Sempre no ramo de padaria, veio na intenção de aproveitar o movimento de fregueses do Mercado. A padaria é, de resto, uma tradição familiar, pois já seu pai trabalhava neste ramo. Seu movimento comercial depende do funcionamento do Mercado e do 'Camelódromo' – "*vende mais lanche do que pão*", como disse. Considera o Mercado "muito útil", como um "ponto de atração", do qual ele mesmo se beneficia, pois a maioria de seus fregueses trabalha na área.

#### 4. O Mercado em movimento: espaços, ritmos, sazonalidades

*“A tarefa pareceria simples. A gente deve rever suas notas; efetuar um inventário bastante completo dos vários negócios; oferecer uma impressão vívida do aspecto, do movimento e ainda do cheiro de mercado: mostrar a mistura de mercadorias e de tipos, o ir e vir das pessoas, e ilustrar tudo isso com algumas fotografias.” Malinowski e De La Fuente<sup>185</sup>*

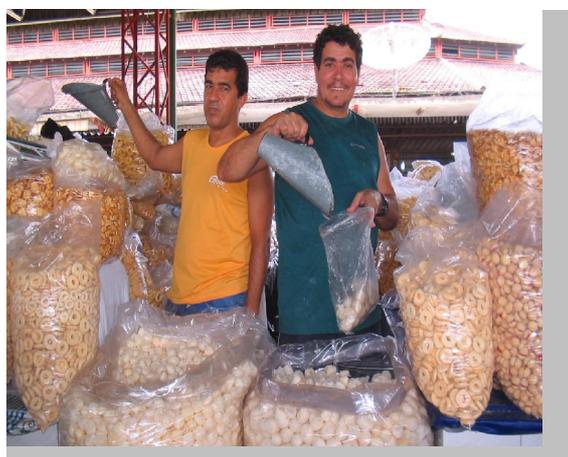
O Mercado desperta muito cedo. Começa a animar-se ainda no escuro, por volta das quatro horas da madrugada; quando chegam os primeiros fornecedores com seus carregamentos de produtos – pescado, legumes, frutas e verduras principalmente – para vender ou distribuir as encomendas às bancas expositoras. Esse movimento de atacado funciona durante toda a madrugada até por volta das 8 horas, distribuindo as mercadorias, a partir dos veículos que chegam dos centros abastecedores e estacionam em locais pré-determinados para a descarga e, ainda, de depósitos localizados nas imediações.

Os fornecedores de pescado se concentram no estacionamento próximo à peixaria, na Rua Formosa, com seus caminhões, camionetes e kombis. Os comerciantes de verduras, frutas e legumes se concentram na lateral da Avenida Rio Branco; e os de frutas produzidas regionalmente – abacaxi, melancia, manga, maracujá, melão da praia e banana – no estacionamento dos fundos.

Antes das 7 horas da manhã o vai-e-vem de pessoas já é grande; sobretudo às sextas-feiras, sábados e domingos; segundo relatos dos comerciantes, confirmados pela observação direta, em diversas visitas. São estes os melhores dias em termos de negócios, sendo também, portanto, aqueles de maior concentração de pessoas, especialmente nos primeiros 15 dias do mês, em virtude da proximidade do pagamento dos assalariados.

---

<sup>185</sup> 1957: 27.



Nesse início de manhã, é muito intenso o movimento de triciclos e bicicletas de carga; das tradicionais carroças puxadas por animais, de camionetes e carros de passeio, geralmente velhos e mal cuidados, convertidos em veículos de carga, estacionados nas proximidades, sendo abastecidos pelos carregadores<sup>186</sup>. Esses veículos pertencem a pequenos comerciantes de bairro ou distrito, ou, ainda, aos ambulantes que circulam pelas ruas da periferia, oferecendo produtos de safra, de uso generalizado – legumes, verduras, peixe, frutas - ou com boa aceitação e mais baratos, em “*ofertas especiais*”.<sup>187</sup>

<sup>186</sup> Esses carregadores - a maioria negros ou descendentes - comuns em todos os mercados, principalmente nos setores de atacado, recebem um pagamento diário dos atacadistas ou por tarefa pelos comerciantes. Carregam os produtos em carrinhos – tipo “burro sem rabo” ou menores – ou na cabeça/ombro, caixas ou cestos quando o volume é menor ou mais leve. Não há um número preciso desse tipo de trabalhador.

<sup>187</sup> Ver tabela com os produtos oriundos da região no Anexo 3.



Descarga e transporte de mercadorias

O 'Mercado' *stricto sensu* compreende, como vimos anteriormente, a 'Feira' e o 'Mercado Coberto'. No galpão da 'Feira', é possível distinguir, nitidamente, uma parte voltada para o comércio uma vasta tipologia de produtos presente também nos mercados sazonais hebdomadários, realizados a céu aberto, em distintos pontos da cidade, que são as feiras-livres. Imediatamente contígua a esta área, vamos encontrar a 'Peixaria', onde se expõe e vende uma gama variada de produtos da pesca artesanal, marítima, fluvial e lacustre da região, provenientes, principalmente, de São João da Barra, Atafona, Grussaí, Barra do Itabapoana, Gargaú e Ponta Grossa dos Fidalgos.

#### 4.1 A 'Peixaria'.

A extremidade do galpão, fronteira à Rua Formosa, é destinada ao comércio de peixes e crustáceos, sendo seus compartimentos separados do restante do galpão por uma parede baixa de alvenaria, recoberta de azulejos.

Atualmente, são 37 bancas (cinco delas duplas) revestidas de azulejos. A maior parte dessas bancas é gerida por homens, cinco delas têm à frente mulheres. Os peixes e crustáceos, que aí se vendem, são expostos sobre um tampo de mármore (cerca de 1 por 2m), ao longo dos três estreitos corredores de circulação. Cada compartimento é dotado de uma pia com água corrente e de um local para limpeza de peixes, ao fundo. O acesso ao interior desses boxes se dá por uma

estreita abertura, na parede sobre a qual assenta o tampo de mármore. Quatro boxes, separados dos demais, num corredor junto à Av. Visconde do Rio Branco, comercializam caranguejos, provenientes de Gargaú<sup>188</sup>. São diferentes dos demais, pois, além de menores, não apresentam o tampo de mármore e possuem um depósito para os caranguejos junto à parede do corredor (1m x 040m x 060m de profundidade), revestido de cimento áspero. No fundo do box há uma pia com água corrente.

A maior parte do pescado é de origem marinha, principalmente das praias de Atafona, Farol de São Tomé, Guaxindiba, Barra do Itabapoana e Cabo Frio (mais raro). Os peixes de água doce, atualmente em menor quantidade, vêm principalmente de Gargaú, São Fidélis e das Lagoas Feia e de Cima. A área de abrangência desse comércio, com compradores (consumidores finais e comerciantes) vindos dos mais diversos bairros da cidade, além dos distritos rurais do Município, estende-se ainda às cidades vizinhas de São Fidélis, Pádua, Itaperuna, alcançando até à Zona da Mata de Minas – Muriaé, Leopoldina e Carangola. O excedente da produção local é encaminhado para o Mercado São Pedro, em Niterói.

A comercialização, distribuição (das encomendas), e o preparo do pescado, nas bancas expositoras, é concomitante. Antes das 7 horas da manhã o vai-e-vem de pessoas já é grande, principalmente na sexta-feira, sábado e domingo.<sup>189</sup> Antes das 8 horas da manhã, a atividade dos fornecedores cessa. A mercadoria que sobrou é recolhida e a área é lavada. Nesse horário, apenas um caminhão fornece gelo para a conservação do pescado e também a outros estabelecimentos comerciais (pastelarias principalmente).<sup>190</sup>

---

<sup>188</sup> Gargaú é um distrito do município de São Francisco do Itabapoana, localizado na margem esquerda do rio Paraíba, próximo à sua foz. É caracterizado por ser uma área de pequenas lagoas e manguesais, habitat natural de caranguejos, desova de espécies marinhas e peixes de água doce. O trabalho de coleta é realizado predominantemente por mulheres. Essa atividade foi uma das mais afetadas pelo acidente ecológico de 2003. Os homens trabalham na pesca (mar e rio), ou em atividades agro-pastoris, uma opção para os períodos de defeso.

<sup>189</sup> Na segunda-feira, o atacado de peixe não funciona, a maior parte das bancas também não abre. O comércio de peixe nesse dia é com o estoque que sobrou do fim de semana. Fica acondicionado com gelo em caixas grandes de isopor, no próprio local.

<sup>190</sup> Há ainda uma fábrica de gelo nas proximidades que também entrega o produto ensacado com bicicletas.



Os peixes mais vendidos são: pescada, tainha, namorado, badejo, robalo, tilápia, traíra, caçã, pescadinha, xaréu, olhete, bagre e corvina. O siri é encontrado em poucos boxes. A lagosta é também rara. A oferta depende de fatores variados: a época do ano; os períodos de defeso; as condições do mar, dos rios e das lagoas; a quantidade de embarcações mobilizadas; o transporte, etc. Os preços praticados oscilam de acordo a oferta e com as sazonalidades da procura, que alcança o seu ponto mais alto durante a Semana Santa. Peixes, caranguejos e camarões de água doce são oferecidos em menor quantidade, pois seu consumo permanece ainda restrito. Tal restrição é motivada pelo receio de contaminação, em virtude de ter sido a água do Rio Paraíba afetada pelo acidente ecológico de março de 2003.<sup>191</sup> Outros produtos, como mexilhão, ostras e polvo não são comercializados, por falta de oferta, ou procura.

<sup>191</sup> Despejo de poluentes da fábrica de papel de Cataguases, MG. O comércio de peixes de água doce, oriundos do rio e das lagoas, era o de maior volume, mas pela modificação dos hábitos alimentares, escassez e poluição do rio, perdeu espaço e consumidores.

Todo o pescado comercializado é limpo e vendido inteiro, em postas, ou filés, em cada um dos boxes pelo seu operador, fato que dificulta o atendimento nos horários de maior movimento e deixa a área sempre molhada e com muitos resíduos. As águas servidas escoam por pequenas canaletas, nos corredores junto às paredes, escoando numa canaleta maior, coberta de placas de concreto, no corredor das verduras, indo daí para a rede de esgotos.

A partir das 14 horas, o movimento nesta parte cessa completamente. É a hora da limpeza diária com jatos d'água, cloro, sabão e vassoura. Primeiro são retirados todos os resíduos da limpeza do peixe, com o auxílio de vassouras e pás; depois se lava o piso, as bancas e as paredes, com os produtos citados, para evitar o mau cheiro e os insetos. As calçadas e o asfalto são também lavados com água.

#### **4.2 A 'Feira'.**

*“Bom de vender, é coisa que nasce do chão”.* Antonio Olinto<sup>192</sup>

Junto à área de comercialização do pescado, separada desta apenas por uma parede baixa, um longo corredor principal, em forma de 'T', e corredores secundários, em sentido transversal, ao comprimento do galpão, faz a distribuição das bancas de frutas, legumes, grãos, biscoitos, verduras e temperos frescos. Nessa área as bancas expositoras dos produtos são diferentes, são formadas por longas estruturas em alvenaria, paralelas, duas a duas, divididas por corredores. Na parte interna, entre duas carreiras de bancas, num corredor estreito, ficam os comerciantes. O corredor de circulação dos fregueses é um pouco mais largo (pouco mais de 1 metro). Em dias de muito movimento, o trânsito de pessoas fica lento e difícil, agravado por resíduos e caixas com produtos a serem comercializados, pelo chão, carrinhos para transporte, bicicletas e fregueses em compras, principalmente nos horários mais concorridos entre 9 e 12 horas.

A distribuição dos produtos para comercialização não segue um padrão rígido: é defronte da peixaria que se concentram as bancas exclusivas de verduras e temperos e os vendedores de limão – 8 bancas móveis. Os produtos mais comercializados são: alface (lisa e crespa), couve, agrião, cheiro verde (cebolinha,

---

<sup>192</sup> 1985: 189.

salsa, alfavaca), brócolis, coentro, taioba, hortelã, louro verde, nabo e rabanete em molhos com suas folhas.

As verduras, oferecidas em mais de 20 bancas exclusivas, são, na sua grande maioria, oriundas dos mercados produtores de Nova Friburgo e Teresópolis, e, em menor quantidade, do CEASA do Rio de Janeiro e de Vitória (ES).

Esses produtos são trazidos em caminhões (2 ou 3 por noite) por atacadistas, que estacionam na lateral do Mercado e separam as quantidades, encomendadas previamente pelos comerciantes, e fazem a distribuição às bancas, no início da manhã. Variedades mais comercializadas: alface lisa e crespa, couve mineira, cheiro verde, agrião, espinafre, acelga, hortelã, brócolis e louro. A produção local é pequena e de qualidade inferior, em virtude da alta incidência solar e do calor, segundo afirmam os próprios comerciantes. É comercializada por produtores que possuem bancas ou vendida aos feirantes. Os produtos mais comuns são: couve manteiga, cebolinha, taioba, alface lisa. A couve manteiga produzida localmente, é menor que a mineira, também pode ser identificada pelo tom arroxeadado nas nervuras da parte inferior da folha e no talo. A quantidade de folhas por “*molhe*” é menor (5 folhas) do que na mineira (7 folhas), pelo mesmo preço.

Os legumes e as frutas vêm igualmente de outros mercados – Rio de Janeiro, Teresópolis, Nova Friburgo, São Paulo e Vitória. Há, no entanto, uma produção regional, cujas principais culturas são o quiabo, o jiló, o maxixe, o pimentão, e a mandioca; e, no caso das frutas, abacaxi, maracujá, coco, melancia e banana.

Os legumes e tubérculos, produzidos localmente e trazidos de outros mercados, são comercializados em separado ou em conjunto com verduras ou frutas. Os locais de origem desses produtos, excetuando os produzidos na região, vão muito além da fronteira do Estado. Há, por exemplo, cenoura produzida em Goiás ou São Paulo, batata do Paraná, Minas Gerais ou São Paulo, abóbora da Bahia ou do Maranhão.

Um produto característico da região, encontrado de modo permanente, no Mercado, e economicamente importante, é a mandioca (*Manihot esculenta*) ou aipim<sup>193</sup>. O seu uso é amplamente difundido em todas as camadas sociais, possui preço estável e barato, é um dos produtos básicos para a alimentação junto com o milho, arroz e feijão. É comercializada em diferentes modalidades: *in natura* (quatro

---

<sup>193</sup> A “mandioca” é a raiz que se usa para produzir a farinha e os outros derivados (polvilho, tapioca), não é boa para consumo humano direto, não tem bom paladar, é dura e cheia de fibras. O “aipim” é o que se utiliza na cozinha, consumida de muitas maneiras, com variados tipos de pratos da culinária de acordo com a região.

variedades: *cacau*, *pretinha*, *roxinha* ou *Santa Cruz* e *amarela* ou *manteiga*) para consumo doméstico imediato<sup>194</sup>; em forma de farinha (diversas granulações, mais ou menos torradas); em forma de beiju<sup>195</sup>, tapioca<sup>196</sup> e polvilho<sup>197</sup>. Chega ao Mercado em caixas, acompanhada das folhas (para demonstrar que está recém colhida), é exposta em pilhas bem ordenadas, com as pontas cortadas mostrando a cor e a textura de sua polpa. Por ser um produto que deteriora em poucos dias, sua reposição é constante. É vendida a peso para pequenas quantidades ou em caixa (cerca de 12 kg).

Na lateral direita<sup>198</sup>, próximo ao ‘Mercado Coberto’, se concentram as bancas das frutas mais ‘finas’ (como uvas, maçãs, pêras, melões, etc), dos legumes e verduras, e as mercearias. No corredor central se concentram, além de mercearias, bancas de legumes, e de frutas, as bancas de queijos, de doces, e biscoitos. Os doces mais comuns são os de frutas – goiaba, banana – em calda ou cristalizados. Dos biscoitos, produzidos em diversas padarias, o mais comum é o de polvilho, a popular ‘poquinha’, assim chamada, pelo fato de, quando retirados do forno, produzirem pequenos estalos, de ‘pocar’, regionalismo que significa arrebentar, estalar, romper.<sup>199</sup> Vendem, ainda, roscas amanteigadas, beiju e tapioca, além de vários tipos de farinha de mandioca – mais finas ou mais grossas; torradas, etc em grandes embalagens. Biscoitos e farinhas são produzidos localmente, ou em municípios próximos, como São Francisco do Itabapoana e São João da Barra.

Os vendedores de biscoitos, farinha e polvilho, com seus produtos expostos em grandes sacos plásticos transparentes, costumam oferecer uma ‘prova’ de seus produtos aos seus potenciais fregueses, visando atrair a atenção para os diferentes tipos, sem compromisso de compra. Os biscoitos são vendidos a peso, todos os comerciantes usam balanças digitais pois grande parte dos pedidos é feita a partir do valor a ser pago e não do peso (p. ex.: R\$1,00 de ‘poquinha’).

Do outro lado do corredor central, junto à Av. Visconde do Rio Branco, ficam as bancas de animais vivos – galinhas, patos, porcos e perus, com seus ruídos e

<sup>194</sup> Depois de cozida é utilizada em diferentes modos para acompanhamento ou composição de muitas receitas, tanto para pratos salgados quanto para sobremesas.

<sup>195</sup> Produzido com polpa mais grossa que a tapioca, mais escuro.

<sup>196</sup> A tapioca feita com o polvilho doce, massa fina, enrolada.

<sup>197</sup> O polvilho, em dois tipos: doce e azedo. Retirado da lavagem da polpa da mandioca ralada para fazer farinha.

<sup>198</sup> Esta área e o corredor central são, de acordo com informações de comerciantes, as áreas mais valorizadas pelo grande fluxo de pessoas.

<sup>199</sup> Obtive uma informação de que apenas as freiras da Lapa faziam o biscoito de polvilho doce em forma de pequenas bolas; tempos depois é que se difundiu pela cidade, popularizando-se.

odores característicos; de frutas – laranja, abacaxi, melancia, banana; de raízes e tubérculos – mandioca, batata doce e inhame; a impressão que se tem é a de que se trata, neste caso, da área de menor movimento comercial, embora próxima da Avenida e dos pontos de ônibus. Nesta área, alguns comerciantes expõem seus produtos em grandes quantidades, em bancas, plataformas, ou em caixas empilhadas, pois atuam também como distribuidores atacadistas, principalmente de abacaxi, banana, melancia e laranja, produtos mais baratos e de consumo generalizado.

Esses produtos, de comercialização bem difundida e com preços acessíveis a todas as classes, ocupando uma grande área no galpão da 'Feira', são produzidos regionalmente, ou não. As frutas são comercializadas a peso, em partes, unidades ou lotes. O comércio da banana, além de ser realizado nas bancas do mercado em seu horário de funcionamento, o é também, durante a madrugada, no estacionamento dos fundos, onde há uma concentração de vendedores no atacado. Os tipos mais comuns – maçã, prata, caturra, d'água e da terra – chegam em cachos e são separados por pencas, em um trabalho rápido e de grande habilidade, com facas afiadas. Uma característica deste comércio é que o produto ainda é vendido por dúzia ou cento, diferentemente dos supermercados, onde se vende por peso. São distribuídas pelo Mercado em carrinhos de mão ou diretamente em veículos para serem levados a outros lugares. Indagados sobre a origem do produto, os fornecedores afirmam que estes vêm "do CEASA de Vitória", apesar de ser a região norte-fluminense grande produtora (ver Tabela no Anexo 3).

O maior volume de negócios da 'Feira' se realiza pela manhã. À tarde, após as 15 horas, poucas bancas funcionam. É o momento da faxina mais profunda. As bancas quando não estão em funcionamento, ficam cobertas por lonas plásticas que protegem as mercadorias não vendidas, reservadas para o próximo dia de mercado.



### 4.3 O 'Mercado Coberto'.

Também no 'Mercado Coberto' o movimento começa cedo, entre 5 e 6 horas da manhã, quando abrem os açougues, bares e cafés. Os outros estabelecimentos começam a funcionar a partir das sete. De segunda a sexta, as atividades se encerram às dezoito horas; aos sábados, às quinze; e aos domingos e feriados, ao meio-dia. Os compartimentos externos – açougues e bares – são os últimos a fechar, por volta das dezenove horas. Chova ou faça sol, o Mercado funciona todos os dias da semana, durante o ano inteiro, independente dos acontecimentos, permanecendo fechado somente no primeiro dia do ano.

Na sua área interna, com acesso pelas duas extremidades e pela entrada central da construção, vamos encontrar:

- Mercarias (08);
- Pastelarias, com caldo de cana (10);

- Bares (05), lanchonetes (04) e cafés (03);
- Lojas de produtos artesanais e/ou industriais (08);
- Lojas de ervas e artigos religiosos (08);
- Relojoaria (01); e a
- Rádio Talismã do Mercado.

Na parte externa, ao longo de todo o seu perímetro, se alinham cinquenta e dois (52) compartimentos, ocupados por:

- Mercearias (05);
- Pastelarias (01);
- Bares (04) e lanchonetes (04);
- Lojas de produtos artesanais e/ou industriais (04);
- Açougues (15);
- Laticínios (02);
- Loja de ração e peixes (01)
- Sapataria (01).

As mercearias, existentes tanto na 'Feira' como no 'Mercado Coberto', interna e externamente, comercializam desde cereais a granel, temperos, carne-seca, e enlatados, até produtos descartáveis e materiais de limpeza. Chama a atenção a quantidade de tipos de feijão, distintos em seu colorido – preto, mulatinho, vermelho, fradinho, manteiga, roxinho, rajado – e o milho, sob várias formas e aspectos – fubá, inteiro, canjica, branco, pipoca.

O comércio de alimentos preparados, está concentrado nos cafés, bares, churrasquinhos, lanchonetes e pastelarias, e localizado no Mercado Coberto, em compartimentos internos e externos. Os alimentos consumidos nesses locais, além de pastéis e diversos tipos de “salgados” e sanduíches, compreendem também refeições rápidas, conhecidas como “PF” (prato feito), servidas em quatro estabelecimentos. O preparo de alimentos se destina a atender, tanto os fregueses do Mercado, como os comerciantes que ali trabalham. Este setor é, a propósito, o que mais postos de trabalho oferece, pois além do proprietário, há cozinheiros e atendentes que trabalham nesse tipo de estabelecimento.

Os cafés (dois, próximos ao estacionamento da Rua Formosa, e um no outro lado do Mercado) e os bares, são os primeiros a abrir. Iniciam suas atividades por volta das cinco horas da manhã, para atender os comerciantes atacadistas e seus

fregueses. Oferecem café, leite, bolos e pães variados, e, também, bebidas alcoólicas (aguardente, cerveja). Os bares (nove) abrem logo depois. As lanchonetes e pastelarias começam a funcionar depois das sete, servindo refrescos, pastéis e salgados (coxinha; bolinho de aipim; quibe; pastelão assado; pizza etc). Seu público alvo é constituído pelos fregueses, visitantes e trabalhadores do mercado. Pastel de carne, ou de queijo, com caldo de cana, é o pedido mais comum, e de preço mais acessível (R\$ 1,40).

Na hora do almoço, é possível encontrar o tradicional *tira-gosto* – torresmo, lingüiça, carne seca – além de comidas simples, como arroz, feijão, saladas, macarrão, carnes variadas, tudo isto, preparado em quatro bares, na área interna. O volume de refeições servidas diminuiu por causa da concorrência dos restaurantes ‘a peso’, que funcionam nas imediações, com maior variedade de pratos, mais espaço, com ar refrigerado, qualidade e preço.

O comércio de bebidas alcoólicas, sofreu, por volta de meados da década passada, um processo de restrição, em virtude de uma instrução da Procuradoria do Município, preocupada em coibir certos abusos identificados como resultantes do consumo. Esse fato coincidiu com as reiteradas reclamações sobre segurança e falta de decoro no local. Hoje é tolerado, “*para não prejudicar os comerciantes que já trabalhavam [com esse artigo]*”. O número de estabelecimentos que vendem esse tipo de bebidas, se manteve, segundo o Administrador, o mesmo por ele encontrado quando chegou, há cerca de quatro anos. Ele mesmo não dá novas permissões. Nos bares e lanchonetes, e nos ‘churrasquinhos’, o consumo se dá ao longo de todo o dia, aumentado à tardinha. As brigas e arruaças não são comuns, pois os seguranças controlam, e, quando alguém se excede, é “*convidado*” a se retirar do Mercado.

As aguardentes, foram, tradicionalmente, produzidas nos engenhos das fazendas da região. Lamego (1945:102), assinala a importância desse produto, remetendo aos tempos de Couto Reis (1785), quando, apenas a Fazenda do Colégio, produzia “10.550 medidas de aguardente”.<sup>200</sup> Trata-se, portanto, de um produto dos mais típicos da região, alcançando mesmo um certo renome, sobretudo no Rio de Janeiro, para onde era exportado em quantidades apreciáveis, fato que responde pelo seu peso relativo na economia campista.

---

<sup>200</sup> Esta fazenda produzia, ainda açúcar; gado vacum e cavalari; algodão; feijão; milho; arroz; farinha; e pano branco.

Sua permanência no Mercado, tem no bar do Gelson, localizado no interior do 'Mercado Coberto', um bom exemplo. O Sr. Gelson, com efeito, trabalha ali há 53 anos. Já teve banca de verduras, legumes, cereais. Foi mudando ao longo do tempo e de acordo com as fases do mercado. Hoje, vende vários tipos de bebida. O que mais sai é cachaça, em doses, pura ou em infusão com vegetais – pau pereira; boldo; e carqueja – amargos; e ainda, com cipó cravo; mastruz com agrião; jenipapo; coquinho e salsa da praia; laranjinha; pitanga; abacaxi; capim limão; folha de figo; jatobá; e leão do norte. Tradicionalmente, acredita-se que essas infusões contenham os efeitos medicinais, benéficos, dos produtos incorporados. Em todas usa a aguardente pura com ervas ou madeiras; apenas com a laranja faz uma mistura de cachaça, limão e mel. Adquire sua aguardente em S. Fidelis, direto do alambique, em garrafões, porque é mais barato, e é 'mais forte' (teor alcoólico) do que a engarrafada. Vende de 450 a 500 litros por mês. Para alguns fregueses, prepara 'tira-gosto'. O mais comum é 'angu a baiana' ou tripa de porco frita – “o pessoal gosta”. Diz não ter problemas com os fregueses; eventualmente, algum abusa, mas, quando vê que estão ficando alterados, pára de vender e manda embora.<sup>201</sup>

Uma alternativa de alimentação igualmente concorrida é a dos carrinhos de churrasquinho estrategicamente posicionados sobre a calçada, nos quatro cantos do 'Mercado Coberto', perto dos açougues; além de um que fica sob as árvores, no estacionamento dos fundos. Todos eles funcionam desde o início da manhã (9 horas), à tarde e nos fins de semana, oferecendo, em pequenos espetos de bambu, carnes diversas – boi, porco, salsichão e frango – e queijo de coalho, com acompanhamento de farofa e “*molho à campanha*”, e, ainda, bebidas como cerveja e refrigerantes. Tudo consumido em mesas desmontáveis, ou em pé mesmo. O ar nas proximidades fica tomado pelo aroma da carne assada nos pequenos braseiros.

Os oito (08) estabelecimentos que vendem artesanato, oferecem uma expressiva variedade de objetos de uso utilitário, tais como: gamelas; pilões; colheres de pau, de vários tamanhos, para usos distintos; banquinhos de madeira; chapeleiras articuladas e descansos de mesa; cestos, peneiras, juquiás e samburás, de vários tipos e tamanhos; esteiras de tabua; vassouras, vasculhadores de fibra de coco, ou agave, e espanadores; medidores de cereais, funis e lamparinas de lata;

---

<sup>201</sup> Reclamou do horário de funcionamento do mercado, pois tem de fechar mais cedo que os outros bares do lado de fora. Neste sentido, se considera, como os demais da parte interna, prejudicado, em relação aos do lado de fora.

ferramentas para a lavoura; utensílios domésticos, como panelas, talheres; e, ainda, sacos alvejados, toalhas de mesa, panos de prato bordados; e ...temperos.

O comércio de ervas medicinais e artigos religiosos destinados aos cultos afro-brasileiros compreende oito (08) estabelecimentos, conhecidos sob o nome genérico de 'floras', e localizados na parte interna do 'Mercado Coberto'. Um fato digno de nota é que a maioria dos estabelecimentos (05) voltados para este tipo de comércio se concentra num único trecho do corredor, lado a lado. Esta é, igualmente, segundo informação de consumidores desses produtos, a maior concentração desse tipo de lojas, em Campos, onde existem poucos estabelecimentos do gênero – dois ou três, apenas, esparsos pela cidade e com uma oferta mais restrita de produtos, “para atendimentos emergenciais”.

As 'floras' vendem ervas, folhas, cascas e raízes; poções, tinturas, xaropes e 'garrafadas'; pomadas e unguentos; incensos e defumadores; imagens, guias, e adereços; alguidares e quartinhas; tecidos, rendas e fitas; pó-de-pemba e anil; cachimbos e fumo de rolo; sabonetes aromáticos e infusões para banhos; velas e ex-votos de cera etc. Tudo a preços relativamente baixos e bastante acessíveis. Os produtos são de procedência variada; vêm de outros estados inclusive. As partes das plantas utilizadas para os diversos tipos de tratamento são: raízes, folhas, flores, frutos e partes do caule (a casca principalmente).

*“Essa freqüentação tem implicações para o próprio negócio. Em primeiro lugar porque se estabelece desse modo um nexó necessário e fundamental entre um fornecedor e seus possíveis clientes. Esse nexó é tão mais importante quanto mais pesam as peculiaridades dessa esfera de consumo. È como se, para servir adequadamente os seus fregueses, tivesse o comerciante de conhecer o próprio modo pelo qual se consomem os itens de seu comércio”<sup>202</sup>*

A fitoterapia repousa sobre uma tradição secular, na região, sendo amplamente difundida através dos 'raizeiros', curandeiros e benzedeiros. O conhecimento dos usos, tanto terapêuticos, quanto religiosos, é essencial, sendo mesmo um requisito indispensável aos comerciantes, que trabalham com esse tipo de mercadoria. Estes têm de estar preparados para orientar os fregueses, no momento de adquirir o produto, aconselhando-os. Os que vêm comprar produtos para fins de culto, costumam trazer consigo listas com as prescrições dos especialistas rituais. Os comerciantes, entretanto, sempre perguntam se não querem

<sup>202</sup> Vogel, Mello e Barros, 2001: 8.

levar também este ou aquele produto para complementar ou aumentar a eficácias dos produtos solicitados, tanto no aspecto fitoterápico, quanto no mágico-religioso.



Há quinze (15) açougues na área externa do ‘Mercado Coberto’, a maioria se concentra na parte voltada para a ‘Feira’, a mais movimentada, e (segundo o Administrador) a mais valorizada, pois lá se encontram, também, as mercearias e bancas de frutas ‘finas’. Desse total, dois trabalham apenas com carne suína; e outros dois com aves; os demais vendem carne bovina e, eventualmente, suína. O abastecimento é feito por frigoríficos da cidade, com gado *vacum* e suíno criado localmente. Alguns desses açougues produzem a assim chamada “lingüiça popular”.<sup>203</sup> Além disso, eles vendem ‘embutidos’ – lingüiça, salsicha, salame; carne seca; toucinho defumado; e ovos; além de implementos e insumos para churrasco – pequenas churrasqueiras, sacos de carvão, sal grosso e espetos. As aves são oriundas de regiões produtoras do próprio Estado, ou de Minas Gerais e São Paulo. São comercializadas já abatidas, inteiras, ou em cortes especiais, já resfriados. Nas proximidades do Mercado, existem dois abatedouros, que vendem aves abatidas na hora; eventualmente abatem também aves adquiridas no Mercado, cobrando uma pequena taxa (R\$ 2,00). Todos esses estabelecimentos expõem seus produtos de um modo que, segundo parâmetros mais rígidos, seria visto com reservas, sobretudo em virtude da insuficiente refrigeração e proteção contra poeira e moscas.

Na calçada externa, que circunda o edifício, se encontram, além dos quatro ‘pontos’ de churrasquinho no palito de bambu, duas (02) bancas de jornal; um chaveiro; um vendedor de pimenta de variados tipos; e um de utensílios domésticos (colheres de pau; coadores de café; abridores de lata e saca-rolhas; talheres etc) e ferramentas (chaves de fenda; martelos; serrotes; formões; metros etc). Nos fundos,

<sup>203</sup> Esse tipo de produto, pendurado em varais fora da geladeira e vendido a preço baixo, mas com uma aparência no mínimo estranha. Nos remete à lembrança de uma frase atribuída a Bismark “Não queira saber como são produzidas as leis e as salsichas”.

junto ao estacionamento, há outro churrasquinho, além de vinte e quatro (24) barracas de roupas, bolsas, malas, gaiolas, etc. Estas são, segundo critérios da Administração, consideradas ‘avulsas’.

O Mercado possui ainda um serviço de informação, a Radio Talismã do Mercado, transmite em circuito interno e nas ruas próximas, utilizando caixas de som colocadas em locais estratégicos.<sup>204</sup> Veicula informações e ofertas dos comerciantes em mensagens gravadas, e ao vivo, divulgando efemérides (aniversários), e notas de utilidade pública, além de tocar música. Com a participação de sua filha, a dona da emissora<sup>205</sup> assegura o seu funcionamento quotidiano. Ela, que quase chegou a concluir o curso de jornalismo, revela que “*aprendeu tudo o que precisava sobre rádio com o avô*”, o qual, durante 39 anos (até 1993) foi proprietário da Rádio Talismã de Cardoso Moreira.

Em 1998, a Prefeitura autorizou o funcionamento da Rádio Talismã do Mercado, instalada numa pequena parte de um compartimento interno utilizado pelos funcionários da administração como refeitório. No início, houve resistência. Alguns comerciantes consideravam excessivo o volume das caixas de som, dentro do ‘Mercado Coberto’, o que, segundo eles, atrapalhava as conversas. O assunto chegou a ser motivo de discussões acirradas. Hoje, no entanto, a Rádio é bem aceita, pois comerciantes que nunca haviam anunciado, começam a fazê-lo através dela. Suas emissões se limitam, atualmente, à parte da manhã. Inicialmente predomina a música; a partir das 9 horas, quando a frequência de fregueses tende a aumentar, a situação se inverte, e passam a predominar os anúncios.

#### **4.4 Para além dos pontos fixos: as atividades volantes.**

Além dos compartimentos, bancas e boxes fixos, que são a regra, no Mercado, constatei a presença de ambulantes, que aí desenvolvem atividades diversas. Esse tipo de comércio, estava previsto também no Regulamento de 1921, que se refere explicitamente aos ‘vendedores ambulantes’, ou ‘volantes’, em pelo menos quatro de seus artigos.<sup>206</sup> Como se depreende destes, tratava-se de tanto de ambulantes que, com seus tabuleiros de mercadoria, atuavam dentro do próprio Mercado, quanto dos que faziam seu comércio nas ruas da cidade. Em ambos os

---

<sup>204</sup> Presas à estrutura do telhado e nos postes.

<sup>205</sup> Sonia Brito.

<sup>206</sup> Artigos 11, 12, 13 e 20 (Cf. Anexo 4)

casos, estavam subordinados à Administração do Mercado, que os licenciava e recolhia as taxas correspondentes.

Atualmente, esses ambulantes continuam a existir, tanto nas ruas, quanto no Mercado. Neste último seu número é impreciso; a Administração não os controla mais, e, sua freqüência é maior nos fins de semana. Mas, alguns, estão ali diariamente. Em primeiro lugar, os que oferecem ‘quitandas’ – bolos, empadas, salgados, refrescos e café – aos comerciantes e, também, aos fregueses. Eles carregam seus produtos acondicionados em caixas forradas e garrafas, “tudo muito limpo e gostoso”, como costumam apregoar.

Há outros, no entanto, como, por exemplo, um vendedor de jornais, transportados numa bicicleta de carga, e distribuídos na ‘Feira’, apesar da existência de duas bancas de jornal no Mercado. Existem, ainda, as vendedoras de pimentão em pequenos lotes, a um real cada; e os vendedores de limão. Há crianças vendendo balas, mariolas e cartelas com adesivos decorativos. Por fim, vale a pena assinalar, ainda, a presença, no Mercado, dos apontadores do ‘jogo do bicho’. Em outros tempos, o compartimento onde, hoje, fica a Rádio Talismã do Mercado, e o refeitório, foi, durante mais de 15 anos, ocupado por um “*agenciador do jogo de bicho*”. Esse Box foi retomado pela Administração em virtude da repressão ao jogo, o qual, no entanto, continua sendo realizado. Só que, hoje em dia, os ‘apontadores do bicho’ não têm lugar fixo. Circulam pela área e param por alguns minutos em qualquer lugar, enquanto anotam um ‘palpite’, e conversam. Permanecem sempre em estado de alerta, por conta da repressão policial, que ainda é forte. Há vários deles, conhecidos dos comerciantes e freqüentadores mais assíduos do Mercado, que com eles costumam fazer a sua ‘fezinha’.<sup>207</sup>

Nos fins de semana o número de ambulantes cresce. Há quem ofereça ferramentas; outros vendem bijuterias e cordões; outros ainda, pequenos objetos utilitários – blocos de notas; canetas coloridas; taças, formas e tigelas plásticas; escumadeiras e conchas; redes e panos bordados do Nordeste.

---

<sup>207</sup> Certo dia, estava conversando com um comerciante, e passou uma mulher que o cumprimentou, ele a chamou e pediu para anotar um palpite, ela então abriu o pequeno bloco e fez a anotação, recebeu o dinheiro da aposta e guardou na bolsa a tiracolo, na mão carregava apenas o bloco e uma caneta, a aparência era de uma funcionária de escritório, vestida com roupas sóbrias, sem parecer em nada com os estereótipos descritos pela imprensa.

## Capítulo V - O Mercado sob o microscópio.

*“Todavia é necessário observar mais de perto algumas transações no mercado, os modos de exhibir as mercadorias, os métodos de atrair os clientes, o inevitável toma lá, dá cá, do regateio, a venda e a apropriação das mercadorias.” Bronislaw Malinowski e Júlio de la Fuente.<sup>208</sup>*

### 1. Quem vende e quem compra: A díade essencial.

#### 1.1 Os Inquilinos do Mercado.

Comerciantes, feirantes, açougueiros, peixeiros, quitandeiros, ou como quer que sejam chamados, são todos eles inquilinos da ‘Praça do Mercado’, onde, dia após dia, se dedicam ao seu ofício – atender os fregueses, fornecendo-lhes tudo aquilo que possa satisfazer as suas demandas.

Esta prerrogativa, eles a adquiriram, como vimos, em virtude de uma concessão do poder público, mediante o pagamento de uma ‘taxa de localização’, que os autoriza a vender seus produtos na ‘Praça’. Esta autorização é conhecida aí com o nome de *autonomia*, e seu valor é estabelecido por uma tabela que leva em conta o tamanho do compartimento a ser ocupado e a sua localização no espaço do Mercado. Prevista, já, na Postura Municipal de 1829, essa taxa tem de ser anualmente renovada.

Os atores individuais desse universo dos inquilinos se diferenciam, não apenas pelo objeto específico de sua atividade comercial, mas também em virtude de outras variáveis, cuja consideração importa ao entendimento deste mundo social peculiar que é o Mercado. São elas, não necessariamente em ordem de importância: o número de compartimentos concedidos; o local (ou locais) onde estes se situam; o tipo e o volume de mercadorias comercializadas; a qualidade do atendimento dispensado aos fregueses; a antiguidade do concessionário, na Praça do Mercado, e, finalmente sua rede de relações no âmbito desta.

Um comerciante pode possuir um ou mais compartimentos. A maioria tem um só, mas há também aqueles que acumulam uma certa quantidade deles, contíguos ou não. Neste sentido, os máximos registrados, no Mercado Coberto e na Feira,

---

<sup>208</sup> 1957:113.

foram, respectivamente, oito (08) e dezenove (19), voltados, em ambos os casos, para apenas um tipo de comércio. Quanto à localização, podem estar situados em áreas mais ou menos valorizadas, do ponto de vista comercial. Os menos favorecidos, neste sentido, são os que “*ficam na água*”, isto é, nas zonas menos acessíveis e transitadas do Mercado. Tipo, volume e modo de exposição das mercadorias oferecidas são fatores que somados aos precedentes servem igualmente para distinguir o comerciante, contribuindo para estabelecer o seu prestígio, entre os demais. Da mesma forma, que a qualidade do atendimento que consolida sua reputação junto à sua freguesia, assegurando-lhe a preferência desta: “*Freguês gosta de carinho, atenção, se não atender bem ele vai para outro lugar e você perdeu ele*”, como observou Assis, um dos açougueiros mais conhecidos da Praça. Da qualidade do atendimento não faz parte apenas a cortesia, mas também o conhecimento do que se vende, isto é, da mercadoria, e das idiossincrasias do freguês, para vir ao encontro de suas expectativas, que, às vezes, nem ele mesmo sabe formular com clareza. É neste sentido que pesa também o fato da antiguidade. Os mais antigos, no Mercado, acumulam um capital relacional que se traduz, concretamente, numa freguesia cativa, a qual contribui para fazer o nome do comerciante, encaminhando-lhe um fluxo constante de novos fregueses. Além disso, no entanto, a longa duração no Mercado responde igualmente pela constituição de uma rede de relações, das quais, muitas são herdadas, passando de uma geração para outra, no âmbito de verdadeiras ‘dinastias’ de comerciantes. Finalmente, convém assinalar, em não poucos casos, a presença sincrônica de membros de uma mesma família (pais e filhos; tios e sobrinhos; irmãos e primos) na Praça do Mercado, em que cada um detém o seu negócio, herdado ou constituído por iniciativa própria, ou com apoio de familiares, por vezes, também de amigos.

A origem desses comerciantes estabelecidos no Mercado não foi levantada sistematicamente, mas é possível afirmar que se trata, quase que na totalidade dos casos, de naturais e residentes na cidade de Campos e em seus diversos distritos. Há, entre eles, também alguns oriundos dos municípios vizinhos – São Francisco do Itabapoana; São João da Barra e São Fidelis; e, mais raramente, de outros estados – Espírito Santo; Minas Gerais; Bahia; e, até, de Roraima.

Outra característica do Mercado é a de que, no referente aos comerciantes, este é um espaço predominantemente masculino. A convivência entre homens e mulheres parece, no entanto, não apresentar maiores dificuldades. Mas os espaços

são bem demarcados, pois “*as mulheres tem que se dar ao respeito*”, mantendo uma atitude sóbria e recatada. Por esse motivo não atuam em determinados locais ou funções, dentro do Mercado. Há poucas mulheres, na peixaria e na feira. Nas pastelarias e lanchonetes elas são mais numerosas. Tudo isto não as impede de terem e gerenciarem os seus próprios negócios, como nos ensinam os casos de Dona Dora, Dona Sonia, e Dona Vera, entre outras.<sup>209</sup>



A partir do alto à esquerda: Carlinhos da Flora, Julinho, Luciano, Luis Antonio e Durval, Assis, José e Jacildo, Sonia e a ‘irmã’.

<sup>209</sup> Podemos citar Dona Odete, foi a primeira a vender pastéis no Mercado, os carregava em uma cesta. Depois de uma obra dos anos 1960, ganhou um compartimento e passou a confeccionar seus produtos ali. Atualmente a Pastelaria da Dona Odete é administrada pelo filho Vitório.

## Dez Perfis

A seguir, apresentamos alguns perfis de comerciantes. São dez, mas poderiam ser mais. Dentre todos os entrevistados, foram estes os escolhidos, pois proporcionam ao Leitor, um elenco variado e representativo das várias atividades comerciais presentes no Mercado; e, também, pelo seu conhecimento deste, razão pela qual constituíram, cada qual ao seu modo, interlocutores muito importantes do pesquisador.

*José Carlos de Souza* (60 anos), o *Carlinhos da Flora* é muito solícito e aberto, quando se trata de conversar sobre o seu tipo de comércio e o uso dos produtos que o caracterizam. Sua família está no Mercado desde 1930, pois seu pai – Nicomedes Soares de Souza, o *Deco* – tinha, naquela época, a única loja de ervas. Carlinhos trabalhava nela com os irmãos (Geraldo e Roberto) até o falecimento do pai, em 1969. Depois disso, eles se dividiram em três estabelecimentos do mesmo gênero. Possui dois estabelecimentos em sete boxes, tocados com a ajuda de quatro filhos, uma irmã e um ajudante. Geraldo, que trabalha com dois filhos, é o proprietário da *Flora Santo Amaro* e Roberto, ajudado por um filho, é o proprietário da *Loja das Ervas*. Durante a entrevista, relembra comentários do pai sobre o início da “Feira”, por volta dos anos 1950. Ela começou com um comerciante chamado Recredo e sua esposa dona Nadinha, os quais possuíam um compartimento interno, para vender banana; depois que o Mercado fechava, colocavam um tabuleiro do lado de fora para continuar atendendo os fregueses. Sua lembrança mais antiga remonta à idade de dez anos, quando ganhou do seu padrinho, que também era comerciante ali, uma ‘carrapeta’ [pião] de presente. Recorda que havia, no Mercado, um sistema de ordenamento do fluxo de pessoas, com mão e contra mão, e com um guarda para organizar. Chegou a conhecer os primeiros comerciantes desse Mercado – China; Pedro Coco, que vendia café; Floriano, que tinha um açougue; Nini, Eduardo, Batista e Manuel Pedro, que trabalhavam com legumes e verduras. A divisão interna era em gaiolas de madeira e tela, na área central, para o comércio de verduras e legumes; e galinheiros, nas laterais. As melhores verduras eram produzidas no Carvão e chegavam de canoa, pelo Canal. Certa época trabalhou como motorista de caminhão, em vários locais do Nordeste, onde ouvia referências ao Mercado de Campos, como “*um bom local de comércio*”. Depois disso, voltou ao Mercado e de lá

não saiu mais. As más administrações sucessivas, segundo ele, “bagunçaram” o Mercado, permitindo arruaças, prostituição, jogo e drogas. A coisa melhorou apenas graças às novas idéias sobre comércio, incluindo segurança particular e limpeza. Foi Administrador do Mercado, no período de 1997 a 2001. Seu maior desafio: o Mercado era um antro de sujeira e tóxico. Então, buscou a participação dos demais para implementar melhorias. Conseguiu constituir uma confraria dos comerciantes do Mercado, que funcionou por três meses, o suficiente para dar uma nova dinâmica ao local. Orgulha-se de algumas realizações à frente da Administração do Mercado. Instituiu a carteira de saúde para o pessoal da Peixaria; a entrega foi uma festa, e uma propaganda positiva para o Mercado. Reformou os banheiros, com recursos arrecadados ali mesmo, mas precisou brigar com o então Secretário de Obras para conseguir o seu objetivo. Conseguiu uma cobertura de asfalto, no estacionamento e na lateral do Mercado, com isto, reverteu uma situação política, em favor de um candidato que concorria com o favorito das eleições municipais de então. Fez construir uma cobertura metálica de 310 metros quadrados entre a ‘Feira’ e o ‘Mercado Coberto’, para proteção aos produtos, com fundos provenientes de uma coleta entre os comerciantes. Finalmente, reformou e mobiliou o escritório da Administração, valendo-se desse mesmo expediente, pois considera que “*ali é o quartel general do Mercado*”.

\* \* \*

*Doralice Santos*, ou Dona Dora, como é conhecida por todos, trabalha no Mercado há trinta e dois anos. Dali tirou tudo o que tem; criou e educou os dois filhos, da escola primária à Faculdade de Direito. Antes da reforma de 1986, vendia verduras no ‘Mercado Coberto’, juntamente com o marido, ‘São’ Lenilson, cujo pai e cujo avô também haviam trabalhado, vendendo verduras, no Mercado. Mais tarde, passou para o ramo de pastelaria. Seu estabelecimento é um dos mais conhecidos e concorridos da ‘Praça’. A família toda – o marido e os dois filhos – trabalha ali. Hoje têm duas pastelarias, que têm, cada uma, quatro boxes, sendo uma interna, próxima à Administração, e outra externa, voltada para o ‘Camelódromo’, esta última administrada pelo filho Leandro. Pais e filhos fazem rodízio, nos fins de semana, para evitar sobrecarga de trabalho. Dona Dora cultiva a arte do bom relacionamento, primando pela forma gentil e educada com que trata comerciantes e fregueses,

alguns dos quais viraram seus amigos, e sempre aparecem para conversar. Políticos locais também vão ali, para comer e conversar. Além dos produtos prontos para consumo individual, fornece também pastéis e ‘salgados’ a outros estabelecimentos, fora do Mercado, ou a vendedores ambulantes; também vende massa de pastel a metro. Segundo fregueses de longa data esta é a melhor do Mercado, sem qualquer tipo de conservante, e faz um pastel excelente, ‘bem crocante’.

\* \* \*

*Otacílio* (76) anos, mais conhecido como “*sêo Maninho*”, é o mais antigo entre os comerciantes do Mercado. Foi criado ali dentro, tendo herdado o ponto do pai. Possui, atualmente, um compartimento interno, onde vende artesanato – cestaria, madeira, funilaria. Trabalha sozinho. Seus produtos têm origem variada – Campos, São Fidelis, Espírito Santo, Minas Gerais – e são expostos dependurados, dentro e fora do box, e, ainda, pelo chão do corredor. Para ele o Mercado é “*um mundo*”; “*passsei a vida aqui*”, acrescenta. Assinala a grande influência do Mercado sobre o comércio das proximidades, mas considera que se deveria reforma-lo, e tirar dali o “*Camelódromo*”, para refazer o estacionamento que existia anteriormente. Seu box fica perto das ‘*floras*’. Sempre toca no assunto da religião, pois sendo ‘*crístão*’,<sup>210</sup> se refere às ‘*floras*’ como “*coisa do demônio*”, o que faz em voz alta, para ser escutado. Apesar disso, não deixa de indicar essas lojas, quando elas têm um produto procurado pelo freguês, e que ele não possa oferecer-lhe.

\* \* \*

*Luciano* (36 anos), filho de D. Dora, tem dois pontos comerciais de artesanato em tecido – cama, mesa, banho e sacaria. Um deles é a *Loja dos Paninhos*. Atualmente três funcionárias trabalham para ele. Trabalhava com os pais, na pastelaria, e estes lhe cederam uma área na frente de um compartimento que funcionava como cozinha. Começou com uma pequena banca – uma tabua sobre cavaletes. A partir daí foi aumentando. Seu ramo tem pouca concorrência, no Mercado, sendo comércio ‘popular’, para o dia-a-dia, de preço baixo, onde não cabem produtos mais sofisticados. Os artigos que vende procedem do Nordeste,

<sup>210</sup> Esse termo se refere manifestamente ao fato de pertencer a alguma denominação evangélica.

Minas Gerais, São Paulo, além de confecções locais. O movimento é pequeno e a margem de lucro é apertada. Veio para o lugar dos ambulantes, que, antes, vendiam esse tipo de produto. Foi criado dentro do Mercado. Por isso conhece muitas pessoas, o que facilita suas atividades profissionais, também, fora do Mercado, pois atua, igualmente, como advogado e possui um outro comércio, administrado pela esposa, no bairro em que reside. Anda preocupado com a propaganda negativa veiculada sobre o Mercado pela imprensa. E, também, com a falta de união dos comerciantes, que competem entre si. Segundo ele, não há objetivo comum, o que dificulta o desenvolvimento da área. Os comerciantes do Mercado não se prepararam para as mudanças que ocorreram na cidade e na atividade comercial. Falta mentalidade para a continuidade das atividades comerciais, estão mudando a partir das perdas. É essencial acompanhar o desenvolvimento. O Mercado é o termômetro da cidade, se há dinheiro circulando, aumenta o movimento e por extensão o comércio das proximidades também lucra. Os políticos locais vêm sempre aqui para ver sua aceitação em algum projeto. Para finalizar, afirma que se o negócio fracassar, muda de ramo mas não sai do Mercado. Luciano tem um irmão, Leandro; ambos atuam no ramo de pastelaria. O avô paterno tinha uma banca de verduras, onde trabalhava com os filhos. Atualmente sua banca é administrada por um genro. Um tio paterno possui, igualmente, uma pastelaria. Além disso, ele tem, ainda, um outro tio na 'Feira'. Este trabalha com verduras; além de um primo, que vende legumes. E mais outros dois, um deles, com uma banca de frutas; e, o outro, que é atacadista de frutas.

\* \* \*

*Jacildo* (65 anos) e *José*, são irmãos. Há trinta e cinco anos trabalham no mesmo lugar do Mercado Coberto, onde mantêm uma mercearia. Antes comerciavam na Rua Formosa e na 'Beira-Valão', perto dali, com o Supermercado Pioneiro, os fregueses é que transformaram o nome para Pioneira. Somente Jacildo fala, o outro não participa, fica atendendo os fregueses. Para falar de suas lembranças mais antigas ali, reconstrói mentalmente a velha disposição dos compartimentos internos, relembando seus ocupantes e os produtos que estes vendiam. É o tempo presente que define o caminho das recordações. As imagens misturam-se aos sons e odores, construindo assim o quadro das lembranças. Sem a

dimensão do espaço seria difícil recordar. Quando se refere ao tempo em que trabalhava como caixeiro na mercearia do Senhor Pereira, em 1957, aponta para um local, que não é mais o mesmo, pois os compartimentos foram modificados. Suas lembranças mais antigas são os chafarizes, que ficavam nas extremidades do corredor interno. Relembra as reformas ocorridas, a primeira, na administração Zezé Barbosa (1967-1971), quando foram feitas as divisórias em alvenaria, primeiro numa parte do Mercado, depois na outra, ficando os comerciantes provisoriamente do lado de fora, no lugar onde hoje está o 'Camelódromo'. Na administração do Prefeito Garotinho (1989-1993), se colocou a laje de cobertura, se trocou o telhado e se refez o piso. Os banheiros funcionavam nos fundos, embaixo das árvores, lá onde hoje estão as barracas de roupas e bolsas. A cobertura da 'Feira', foi iniciada na administração Raul Linhares (1981-82), com verba do Ministério do Interior, e graças à interveniência do Deputado Alair Ferreira; as bancas em alvenaria foram construídas por Garotinho, em 1990.

Segundo 'sêo' Jacildo, o Mercado tem altos e baixos, mas ainda compensa investir nele como local de comércio: "*O pessoal daqui gosta de trabalhar*". Mas, além dos comerciantes, há outros personagens que vivem do Mercado, como pequenos produtores, carregadores, catadores de papelão, os que recolhem sobras de vegetais para alimentar animais e pobres que buscam algum alimento, e encontram, pois a solidariedade existe ali. É importante para o comércio local e recebe sua influência, aqui há opção de compra e variedade de produtos, é um ponto de atração. O Mercado dá muitos empregos, são cerca de 4.000 empregos diretos e indiretos, só a Prefeitura emprega mais.

\* \* \*

*Dona Sonia* (56 anos) trabalha há 25 anos no Mercado. Ela tem uma banca no primeiro corredor da peixaria, perto das verduras. É auxiliada por uma irmã e ocasionalmente pela filha, que faz faculdade. O marido e o filho possuem outra peixaria em Atafona e, às vezes, lhe mandam peixe para vender. Como os demais peixeiros, compra sua mercadoria dos diversos atravessadores. A banca onde trabalha foi adquirida em 1986. Antes disso, trabalhava com uma cunhada, também ela vendedora de peixe. Seu dia de trabalho começa às 4 horas da manhã, quando chegam os fornecedores, e se encerra por volta das duas horas da tarde. A trajetória

da família no comércio de peixe vem de longe, pois o sogro já possuía um compartimento externo, no Mercado Coberto, onde trabalhava com os filhos. Na construção da peixaria, houve um remanejamento: um de seus cunhados ficou com um box e o marido teve de comprar aquele que hoje pertence a ela. Dona Sonia tem outros parentes que trabalham no Mercado: mais uma cunhada e um sobrinho, além de um irmão de criação do marido, que é atravessador de pescado, e tem um caminhão. Afirma ter boa freguesia, fixa, pois “sempre tem os melhores peixes”. Para os conhecidos, sempre arredonda o valor final para baixo; quando o freguês não é regular, precisa se precaver antes de lhe dar o valor, para não levar prejuízo. Acha que por ser mulher, os fregueses acreditam poder engana-la, levando vantagem, na compra. Mas, em geral, não é isto que ocorre.

\* \* \*

*Dona Vera* (61 anos) trabalha no único box de caranguejo da ‘Feira’ que funciona todos os dias (os demais somente nos fins de semana ou em datas especiais). Seus fornecedores lhe enviam a mercadoria de ônibus, em sacos, que ela apanha num ponto defronte ao Mercado, pagando o frete desde Gargaú. Antigamente guardava os caranguejos em casa, num cercado, mas, como “*o bicho morre rápido fora do mangue*”, o melhor é vender logo. Conversando com ela, resolvi perguntar-lhe de que orixá era o caranguejo. Ela não sabia<sup>211</sup>; perguntei, então, o que era preciso para fazer uma caranguejada. Ela respondeu: “*o requisito é juntar muita gente e umas 5 ou 6 dúzias de caranguejo para começar, o bicho deve ser muito bem limpo e escovado, depois é cozido em um molho especial – com coentro, cebola, tomate, cheiro verde, pimenta, óleo para refogar e depois água para cozinhar. O segredo está no molho.*” Depois me contou que a mãe foi a primeira vendedora de caranguejo em Campos, aí pelos idos de 1940. “*Deu para criar e educar os filhos*”, continuou, “*mas eles não vão dar continuidade, porque todos estudaram e trabalham em outros ofícios e nenhum deles vai querer ficar com a mão suja*”. Disse, ainda, que a mãe ganhou dinheiro até para comprar uma casa, mas que, hoje, dá só para sobreviver.

\* \* \*

---

<sup>211</sup> Mais tarde, em conversa com o Carlinhos da Flora, soube que era de Exu, “pois o bicho vive na lama, e Exu é o que vive mais perto do chão”.

*José Carlos* (35 anos), natural de Campos, e residente em Goitacazes, trabalha há cinco (05) anos no Mercado, numa banca da 'Feira', no corredor próximo da 'Peixaria', que lhe foi emprestada por um conhecido. A mãe tem uma banca próxima à dele, e como ela, só vende verduras. Seus maiores fornecedores trazem os produtos de Nova Friburgo e Teresópolis; de Campos tem poucos. Muito raramente recebe produtos do CEASA do Rio de Janeiro. A produção local de verduras é limitada a poucos produtos e sua qualidade é inferior. Durante a semana vende cerca de sete caixas – com alface, couve, agrião, brócolis, espinafre e cheiro verde. Nos fins de semana aumenta para dez, ou mais, dependendo do movimento. Precisa ter sempre um bom estoque, mas este não pode ser excessivo, para não estragar. Tem alguns fregueses diários, restaurantes, principalmente. Seu dia no Mercado tem início às seis, quando começa a preparar os produtos para a exposição. Este preparo consiste em: lavar as alfaces num balde com água, retirando as folhas com algum defeito ou dano; as couves são molhadas para se manterem viçosas e alguns molhos são picados e ensacados; os molhos de cebolinha e salsa são montados e amarrados; as demais verduras já vêm separadas por molhos. Folhas e talos defeituosos são descartados.

\* \* \*

*José Amaro Gonçalves Siqueira* (68 anos) – 'Sêo' Amaro – é um dos poucos comerciantes de animais vivos, que ainda existem no Mercado. Trabalha sozinho, numa banca própria, e, ainda, em outra cedida por um amigo, que não está podendo trabalhar, por motivo de doença. Trabalha ali há quarenta e cinco (45) anos, quando comprou sua banca. Antes vendia na rua, como ambulante. Relembra com saudade o tempo em que vendia mais de duzentas aves por semana; tinha até um ajudante. Precisava chegar muito cedo, e à tarde, ainda ia pelas roças comprar animais. Hoje esse tipo de comércio caiu muito, reduzindo-se a cerca de 60/80 kg, por semana, em virtude da concorrência dos abatedouros e supermercados, que já vendem o frango limpo e congelado. "*As donas de casa de hoje, não tem muito tempo para preparar as comidas como antigamente*", observa. Vende galinhas, perus, galinhas d'Angola, patos, e leitoas, criadas na própria região, além de ovos de galinha e alguns, poucos, de paturi, usados para fazer gemada, e trazidos por fornecedores antigos da

Baixada. Antigamente ocorriam muitos furtos, hoje não mais. Atualmente, o maior problema são os ratos, que saem do ‘valão’, muito sujo, e vêm roubar a ração dos animais. O dia em que mais vendeu, foi o do Natal de 1963, quando todo o seu estoque foi comercializado. Nunca mais conseguiu repetir o feito.

\* \* \*

*Julio da Silva Velasco* (58 anos) – *Julinho* – frequenta o Mercado há 54 anos, pois o pai tinha aí uma banca de verduras. Foi criado lá. Desse modo, tem um grande número de conhecidos, que sempre vêm comprar na sua banca. Seu dia de trabalho começa antes das seis e termina depois das três da tarde. Há dias em que nem consegue almoçar. Para dar conta de atender os muitos fregueses que conseguiu fazer nestes anos mantém um ajudante. A receita é atender bem, e com bons produtos. Tem fregueses habituais, e fornece a restaurantes, hotéis e quiosques. Trabalha apenas com legumes, em quatro bancas situadas perto do estacionamento dos fundos, local estratégico e bastante valorizado. Suas mercadorias vêm de vários fornecedores – atacadistas de cereais; caminhões, que vêm dos CEASAs do Rio de Janeiro e de Vitória; e produtores locais. Ele tem um bom movimento: vende cerca de 50 caixas de tomate, e 30 de cenoura, por semana, além de outros produtos, como: pimentão, batata, repolho, jiló, maxixe, quiabo e abóboras de vários tipos. Sua banca está sempre repleta de fregueses, pois, além de muito concorrida, é um local de encontro de pessoas da cidade, que aproveitam a ida ao Mercado, para conversar com os conhecidos. Há uma animação permanente em torno de assuntos os mais diversos, principalmente a política local. Seu irmão, Jorge “Barbudo”, 54 anos, dos quais 40 no Mercado, tem uma pastelaria no ‘Mercado Coberto’, onde trabalha com a esposa, desde 1978. Antes, trabalhava com o cunhado, vendendo coco, verduras e aves. Também teve um bar, que vendeu, porque estava muito perigoso. Quanto aos comerciantes da ‘Feira’, disse que eram muito ‘selvagens’, faziam muita sujeira, gritavam muito, e diziam palavrões; por qualquer coisa, queriam brigar. Ainda restam alguns assim. “*As pessoas hoje em dia são mais educadas*”, comentou. Ajudou a desmanchar as estruturas de madeira que havia no interior do Mercado, substituindo-as por alvenaria e re-dividindo o espaço (1969). Tinha um outro irmão na Feira, mas este, “*passou*” o negócio.

## 1.2 Os fregueses do Mercado.

*“A vida do Mercado é o cliente”.* Leandro

A ‘Praça do Mercado’ é freqüentada por muita gente. Se dermos crédito às estimativas do Administrador, cerca de três mil pessoas compram ali diariamente. No final da semana, isto é, de sexta a domingo, este número pode chegar a cinco mil, dependendo da época do mês. Nos primeiros quinze dias o movimento é maior do que durante a última quinzena, pois, este período coincide com as datas de pagamento dos assalariados e pensionistas. Uma contagem feita, em três dias da semana – quinta, sábado e segunda-feira, e durante uma hora, em três horários distintos, de um ponto de observação fixo, situado na intersecção do corredor das verduras com o corredor central da ‘Feira’, confirmou estas estimativas. Além disso, ratificou a impressão firmada pela observação visual direta de que os homens superam, numericamente, as mulheres, em qualquer dos horários e dias escolhidos. Confirmou, ainda, que o pico de freqüência se dá entre o meio dia e a primeira hora da tarde, indicando uma preponderância quantitativa do movimento matinal sobre o vespertino.<sup>212</sup>

Para aprofundar e especificar esta caracterização da freguesia, acompanhei, durante duas semanas, à distância, trinta e quatro compradores, visando obter informações sobre: faixa etária; sexo; tempo de permanência, no Mercado; tipo de aquisições feitas; itinerários de compras; eventuais acompanhantes; e, finalmente, interação com os comerciantes. Nestes casos se verificou: o predomínio numérico dos homens (20 x 14); dos compradores desacompanhados (24 x 10); das faixas etárias entre os 40 e os 60 anos (22 x 12); do tempo de compras entre os 20 e os 40 minutos (27 x 07); e da aquisição de verduras, frutas e legumes (apenas 3 pessoas não compraram um desses tipos de produto). Quanto aos padrões de comunicação, verifiquei um certo equilíbrio. Alguns se estenderam em conversas, para além daquelas atinentes à transação comercial (12); outros tantos se limitaram ao essencial para a aquisição dos produtos (12); e outros, ainda, simplesmente não conversaram (10). Dos trinta e quatro fregueses observados, apenas dez (10) fizeram compras no ‘Mercado Coberto’.

---

<sup>212</sup> Cf. Tabela de contagem do Anexo 5.

Nos fins de semana, principalmente aos sábados e domingos, a afluência de pais acompanhados de seus filhos é um fato notável, seja para fazer compras, ou, simplesmente, para passear. Em ambos os casos, esse tipo de ‘programa’ costuma incluir uma ida a uma das pastelarias ou lanchonetes, para fazer um lanche, tomar caldo de cana e comer pastel. A frequência de famílias e de mulheres desacompanhadas, é uma consequência das mudanças operadas, no Mercado, pela implementação das medidas de segurança, às quais me referi anteriormente, graças às quais a ‘Praça do Mercado’ voltou a ser um local tranqüilo, justificando a observação de Leandro, quando afirma: “*O Mercado é um lugar de família*”.

No ir e vir da freguesia de todos os dias, entretanto, ocorre, ainda, um movimento tão silencioso e constante quanto significativo. São aqueles que vêm ao Mercado, não para comprar, mas para recolher produtos descartados, ou separados por fugirem ao padrão desejável para a venda. Trata-se dos *catadores*, que, com suas sacolas, bolsas ou caixas, que carregam nas mãos, ou conduzem em bicicletas, juntam o que foi jogado fora, ou o que o feirante queira lhes dar, desde legumes, verduras, frutas, raízes e tubérculos, até tapiocas e biscoitos. Nada obsta este procedimento, desde que não atrapalhe o movimento incessante dos fregueses, pois, neste caso, haverá reclamações, ou, até mesmo, ameaças de chamar a segurança.

### **Seis Perfis**

No caso dos fregueses, foram escolhidos apenas seis. Embora fossem muitos os observados e bastantes os entrevistados, alguns se dispuseram a parar suas atividades e conversar com o pesquisador mais longamente, identificando-se e, de certo modo, transformando-se em ‘conhecidos’, com os quais o contato era reiterado, semana a semana. Dentre eles escolhi os seis abaixo, porque, segundo me parece, ilustram, suficientemente e em vários sentidos, o universo dos fregueses do Mercado. Os demais, entretanto, não estão ausentes, apenas aparecem em filigrana, nos comentários generalizantes.

*Adailto Rangel* (60 anos) é ex-Presidente e membro da atual Diretoria da ACIC. Há mais de quarenta anos, desde antes de se casar, frequenta o Mercado Municipal. Continua fazendo suas compras lá, porque conta com bons amigos na ‘Praça’. Compra até hoje em comerciantes antigos que o conhecem e separam os

produtos que usa, apanha mais tarde, quando sai do trabalho. Além disso, os produtos são sempre frescos e de boa qualidade. O comércio do local era bastante diversificado e respeitado, mas, segundo ele, um poder público, sem maior sensibilidade, o abandonou – “*virou um botequim*” – e as famílias se afastaram de lá. Se o Mercado se deteriorou, isto se deve ao mau uso que é feito dele.

\* \* \*

*Ronaldo Silva* (70 anos) é proprietário do Hotel Antares, que se localiza a dois quarteirões do Mercado. Ele o frequenta há mais de cinquenta anos. Desde os dezesseis, faz compras para o Hotel. Desde então acompanhou todos os problemas pelos quais passou a ‘Praça do Mercado’. Sua frequência é quase diária; quando não pode vir, manda um funcionário fazer os pedidos. Durante um período curto, comprava alguns produtos no hortifruti, mas desistiu, principalmente por causa dos preços. Adquire as mercadorias sempre nos mesmos comerciantes, pois, assim é sempre atendido com o que há de melhor, em matéria de legumes, verduras, peixes e frutas. O restante é comprado no comércio circundante ou nos atacadistas da cidade. A qualidade dos produtos e o atendimento são os fatores que mais o influenciam no sentido de continuar comprando ali. Os produtos adquiridos são entregues no Hotel por carregadores dos comerciantes ou contratados por ele para este serviço. Frisou que a administração pública abandonou o Mercado, pois investe muito pouco e sempre mal. Considera que o local merece ser reformado para continuar a atender à população. Acha que a nova ponte vai dificultar ainda mais o trânsito na área e o acesso ao Mercado. Reclamou da falta de incentivo público ao turismo local. A cidade não está ‘apresentável’. Falta tudo, até placas de rua. Sua família tem tradição no ramo da hotelaria. Sua avó paterna era dona de uma pensão perto dali (Pensão Silva); o pai, ainda menino, vendia balas, confeccionadas por ela, no Teatro São Salvador, na Rua Treze de Maio. Nos anos 1930, essa pensão se transformou no Hotel Silva. Em 1976 começaram a construir o atual Hotel Antares – “com recursos próprios, em etapas, bem devagar”.<sup>213</sup>

---

<sup>213</sup> O projeto foi feito por engenheiros da FUNDENOR, ficou bem mais barato. Para concluir a obra, entraram em um projeto de financiamento da Embratur, para incentivo ao turismo. O hotel foi aberto ao uso em 1984, sem festas. A curiosidade do nome, Antares, foi inspirada em um barco a remo que havia em um dos clubes, e depois o pai começou a pesquisar mais sobre a estrela. O pai, ele e os irmãos praticavam remo nas águas do Paraíba. Até pouco tempo atrás havia três regatas por ano – “agora acabou tudo”.

\* \* \*

‘São’ *Aristotelino* (64 anos) é um ex-ferroviário aposentado. Fui apresentado a ele pelo Elival, dono da Sapataria do Mercado. Desde criança, freqüenta o local. Vinha acompanhando a mãe. Depois de crescido vinha, sozinho, fazer as compras da semana – legumes, frutas e verduras. Sempre freqüentou mais a feira. O que mais o atrai, no Mercado, é a qualidade dos produtos e o bom preço. Conhece muitos comerciantes, mas não compra em locais fixos. Procura sempre o que melhor lhe convém, não importa onde. Segundo ele – “*O Mercado é um local especial da cidade pelo movimento de pessoas e pelo comércio*”. Seu maior problema continua sendo o estacionamento, muito pequeno para o movimento, por isso deixa o carro em um estacionamento mais afastado e leva as compras até lá. Atualmente compra pouco. Ficou viúvo e mora com um filho. Este faz as compras num supermercado, por causa do estacionamento. Participa das despesas, com a carne e algum extra. Agora, vem mais para conversar e rever conhecidos. Já foi roubado – 2 bicicletas e carteira – anos atrás, antes da segurança particular, graças à qual as prostitutas e os ladrões “*desapareceram*”. Disse que alguns comerciantes sabiam quem eram os ladrões e ficavam fazendo gozação; eram coniventes com a situação em vez de combatê-la.

\* \* \*

*Celso Araújo* (70 anos) é empresário do setor de pedras ornamentais, diretor da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro – FIRJAN, na Capital, e conselheiro desse órgão em Campos. Faz compras no Mercado há mais de quarenta anos. E continua a freqüentá-lo porque lá encontra produtos frescos e de boa qualidade (“o preço não é o mais importante”). Vem sempre, aos sábados, com uma lista. Para ele, fazer compras é uma terapia, pois lhe permite ficar longe dos problemas e da tensão cotidiana. Pessoa de grande afabilidade, conversa com muita gente, “sem nenhum compromisso”. Passa, ali, boa parte da manhã, comprando e conversando. Considera o Mercado um lugar marcante pela diversidade de situações que aí se podem encontrar. Quando viaja, ou não pode vir, manda um funcionário fazer as compras, sempre nos mesmos estabelecimentos, pois gosta de se “manter fiel”. Quando o estabelecimento não tem o produto de que precisa, não vai a outra parte.

Espera que o próprio comerciante providencie o pedido em outro lugar. Sempre começa as compras pela banca do Júlio, onde compra legumes. Não diz a quantidade, só o produto, pois *Julinho* já sabe e vai acondicionando tudo numa caixa. Dali segue para o *Recanto das Frutas* onde faz suas encomendas. Em geral, frutas de época, que são levadas, num saco para a banca do Júlio. Fica tudo ali, aguardando um carregador, que leva as mercadorias para sua casa. E, assim, vai de banca em banca. Em todas é bem recebido. Conversa animadamente com os comerciantes, todos seus conhecidos de longa data. Sua lembrança mais antiga do Mercado remonta à infância, e, ainda hoje, se emociona quando conta o episódio. Ficou órfão de pai aos 4 anos; a mãe era professora e lutava com dificuldade para criar os filhos. Fazia compras para ela, com o irmão. Os dois vinham a pé da Rua do Barão. Certa vez, um comerciante mandou um produto que não correspondia às especificações maternas. A mãe lhe disse então, que voltasse ao Mercado para reclamar. Veio pelo caminho, chorando de vergonha. De volta ao lar, a mãe, vendo seu embaraço diante desse tipo de situação, ensinou-lhe que não havia motivo para vergonha, pois estava lutando pelo seu direito. Este fato lhe proporcionou, como faz questão de frisar, uma das maiores lições para toda a sua vida. A convivência, de tantos anos, no Mercado, “*foi uma escola de vida*”.

\* \* \*

*Dona Almerinda* (74 anos), uma senhora negra, já aposentada, natural da Lagoa de Cima, reside em Guarus, um bairro da outra margem do Paraíba. Veio ao Centro para ir ao banco e, aproveitou para ir ao Mercado. Nesse dia, comprou apenas frango – carcaça e pé – para fazer uma sopa. Gosta de fazer compras na ‘Praça do Mercado’. Pode pechinchar o preço e procurar produtos mais em conta – “*tudo aqui é mais barato e fresco*”. Acha que falta higiene no Mercado. Mas, continua a freqüenta-lo semanalmente, porque não paga passagem. Esta economia reverte em mais alguma coisa que leva para casa. Atualmente vive apenas com um neto, mas teve oito filhos, dos quais quatro já morreram. Quando ficou viúva, passou a trabalhar numa usina, cortando cana para sustentar sua família. Foi, segundo ela, uma das primeiras a fazer isto. Por diversas vezes foi trabalhar sem nada para comer, no almoço. Encontrei-a na pastelaria da Dona Dora, fazendo um lanche – pastel e frescos – enquanto descansava, antes de voltar para casa.

\* \* \*

‘Sêo’ *Ferreira* (cerca de 70 anos) estava acompanhado da esposa. Entraram pelos fundos do Mercado, percorrendo o corredor lateral, entre o ‘Mercado Coberto’ e a ‘Feira’. A mulher já carregava uma bolsa, seu marido outra. Pararam numa banca para comprar legumes. Depois, entraram no ‘Mercado Coberto’, onde pararam na pastelaria do Jorge. Aproveitei para me aproximar. Ele perguntou pelos tipos de salgados e pediu dois pastéis assados, sem nada perguntar à esposa, que permaneceu em silêncio. Jorge serviu um refresco de siriguela a outro freguês. Ele perguntou o que era e pediu dois copos. Começamos a conversar. Após as apresentações, contou-me que era campista e morava na Baixada, há cerca de dez anos, depois que se aposentou no Rio de Janeiro (era barbeiro). Só vem à cidade quando precisa, e volta logo: “*é muito barulho e muito calor*”. Disse que, nestas ocasiões, aproveita para fazer compras no Mercado, onde os produtos são sempre mais baratos. Quando surgiu o assunto de uma possível mudança do Mercado para outro lugar, manifestou-se, categórico: “*O sujeito que pensar em tirar o mercado daqui tem que ser castrado trinta vezes antes de morrer*”.

\* \* \*

Conversei com alguns comerciantes sobre os fregueses. Queria ouvir suas opiniões e perspectivas sobre eles. Como os avaliavam, e se faziam distinções entre eles. Embora considerasse que “*freguês é freguês*”, o César, que vende biscoitos, respondeu à minha pergunta, apresentando aquela que lhe parecia a única classificação que se podia fazer: “*o que há é cliente mais educado, tranqüilo; e os nervosos e mal-educados; ríspidos, quando falam*”. ‘Sêo’ Jacildo, da *Mercearia Pioneira*, tampouco faz qualquer distinção tipológica. Para ele, há, somente, os antigos e os novos, porque “*os fregueses estão sempre mudando; há rodízio na freguesia; há uns fixos e outros rotativos*”. O Leandro, da *Pastelaria da Dora*, só de olhar sabe do que se trata. Identifica, logo, os que têm carência de atenção: “*Não precisa conversar, basta olhar*”. Conhece pela experiência de atender muita gente, no balcão. Sabe quem é bom freguês e quem só quer levar vantagem. Pela cara do indivíduo sabe se vai criar problema. O açougueiro Assis Boa Morte, do alto dos

seus 42 anos de Mercado, afirma saber quando um freguês vai comprar ou não, só pelo modo como ele olha o produto. Reconhece, no entanto, que é preciso dialogar com o cliente. De resto, o bom atendimento, apregoado por todos, é fator essencial para manter e ampliar a freguesia, principalmente em virtude da concorrência, pois todos os comerciantes sempre querem vender mais. Mas, como diz o 'sêo' Jacildo – *“Freguês tem dia p’ra olhar e dia p’ra comprar”*.

## 2. As transações comerciais no Mercado.

*“O ritmo do mercado é lento e intenso, premeditado e ordenado. Os clientes caminham buscando os artigos que necessitam: se detêm, examinam a banca, e, se esta os atrai, começam a negociar”*. B. Malinowski y Julio De La Fuente<sup>214</sup>

O aspecto prático das transações comerciais, no Mercado, é uma característica marcante. Os atacadistas quando fornecem um produto, cujo preço foi previamente combinado, é entregue e o pagamento realizado, preferencialmente, em dinheiro, no ato, ou um pouco mais tarde, antes do fechamento. Tudo muito simples e objetivo. A venda é registrada, juntamente com o preço do dia, num talão, com cópia; ou, ainda, num caderno, onde cada página corresponde a um freguês. Ali são lançadas, não apenas as compras, mas também os pagamentos.

Existe, na 'Praça do Mercado' a modalidade do 'fiado'. Esta, no entanto, se restringe a alguns poucos fregueses, comumente, os de longa data, e, condição essencial, corretos nos pagamentos<sup>215</sup>. Os comerciantes que vendem 'fiado' afirmam que, sendo o capital de giro muito reduzido, precisa ser repostado com certa rapidez, pois a margem de lucro é muito estreita, particularmente numa conjuntura de moeda estável e concorrência acirrada, por parte dos supermercados.

O pagamento em cheque é bastante raro, seja por questões de segurança, seja em virtude dos valores das compras, em geral, bastante reduzidos. O mais comum é pagar em dinheiro, evitando-se, dessa maneira, a perda de tempo, na compensação bancária. Além disso, os fornecedores precisam ser pagos

---

<sup>214</sup> 1957: 25.

<sup>215</sup> Lembra-te que – como diz o ditado – um bom pagador é senhor da bolsa alheia. Quem é conhecido por pagar pontualmente na data combinada pode a qualquer momento pedir emprestado todo o dinheiro que seus amigos não gastam ... Jamais retenhas dinheiro emprestado uma hora a mais do que prometestes, para que tal dissabor [cobrança] não te feche para sempre a bolsa de teu amigo. (Benjamin Franklin apud Weber, 2004:43)

rapidamente e as taxas bancárias para manutenção e movimento de valores (mais CPMF e IR) diminuem o difícil e limitado lucro, numa época de muita concorrência.

Em poucas ocasiões vi cenas de regateio. Ao final da transação, entretanto, é costume pedir um abatimento no preço da compra, especialmente, quando o volume adquirido é grande. É, igualmente, habitual o próprio comerciante “*dar*” ao freguês um pequeno desconto, o que faz arredondando o preço para baixo, de acordo com o montante da compra.

Um traço singular, observado entre comerciantes, especialmente no caso dos mais antigos e experientes, é a facilidade com que memorizam pesos e preços dos produtos, e somam o valor total, pago sem contestação pelo freguês. Poucos têm o hábito de fazer a tradicional conta no papel, e tampouco costumam usar calculadoras eletrônicas, raras no Mercado.

A balança, utilizada na ‘Peixaria’ e nas bancas da ‘Feira’, especialmente as de legumes, grãos, e aves, é, ainda, a de pratos, com pesos de bronze ou de ferro. As balanças eletrônicas são mais comuns nos açougues; nas mercearias do ‘Mercado Coberto’; e nas bancas de biscoitos.

De um modo geral, o convívio, no Mercado, é marcado pela cordialidade e pela cortesia. Nunca me ocorreu presenciar qualquer altercação entre um comerciante e um cliente, nem tampouco de comerciantes entre si. Todos foram unânimes em afirmar que “*freguês não se perde*”; quando, no âmbito de uma transação, surge uma ‘*diferença*’, é preciso chegar a um acordo. O que importa é vender ao maior número de pessoas, e conseguir que elas retornem sempre. A cortesia e o respeito ao confrade se expressa num preceito tácito, que Malinowski e De la Fuente já haviam detectado nos mercados mexicanos de Oaxaca:

*“Una ley no escrita impide que otros vendedores se entremetan y empiecen a hacer ofertas de competencia o a distraer al comprador. Solo cuando el trato termina o llega a un impasse pueden hacerse otras ofertas o exhibirse nuevas mercancías ante el comprador. En ocasiones, el vendedor llama en voz baja: ‘Marchante! Mire, venga aquí. Yo tengo lo que necesita!’ En general, tan sólo se sienta y espera.”*<sup>216</sup>

Apesar disso, notei uma certa ‘reserva’ dos comerciantes do ‘Mercado Coberto’ com relação aos da ‘Feira’, pois vários deles fazem restrições ao modo de falar, destes últimos, sempre aos gritos; e ao seu linguajar, por vezes demasiado

---

<sup>216</sup> 1957: 25.

chulo; e, também, à sua apresentação pessoal, sem camisa, mal barbeados, e, às vezes, vestindo roupas pouco asseadas. Além disso, condenam seu hábito de jogar lixo no chão, ao invés de usar os depósitos destinados a este fim, sendo considerados, ainda, muito agressivos – “*Por qualquer coisa queriam brigar*”. No início, o próprio Administrador, quando começou a “*arrumar o local*”, sofreu pressões por parte de feirantes armados com facas, “*mas isso já passou; as pessoas hoje em dia são mais educadas*”. Às vezes algum precisa ser “*chamado*” para “*rever*” sua postura, normalmente por alguém mais respeitado no Mercado, por um conhecido ou pela própria Administração. Os que não se adaptam vão saindo e sendo substituídos por outros.

Vi mendigos e meninos de rua, apanhando frutas, principalmente nas bancas da ‘Feira’. No ‘Mercado Coberto’, é mais raro de acontecer, pois há menor concentração de pessoas e menos saídas. Nas barracas externas, onde se expõem roupas e tênis, o risco é maior. Podem ocorrer pequenos furtos, principalmente nos dias de maior movimento; mas este tipo de fatos é, atualmente, bem mais raro, por causa do medo de ser apanhado.<sup>217</sup> Eventualmente, podem acontecer atritos entre atacadistas e varejistas inadimplentes, por causa de valores consignados e não pagos em dia; e quando as dívidas dos últimos passam de determinados limites.

### **3. Comprando e conversando: As ‘relações de mercado’.**

Ao considerar retrospectivamente a minha experiência de campo, comecei a notar que, no âmbito dela os aspectos econômicos ou seja, as transações comerciais de que participei, fazendo as minhas compras no Mercado, não se podiam, a rigor, separar dos inumeráveis encontros e conversas, que ali travei, a propósito delas. Neste sentido pude, finalmente verificar que aquilo que, chamamos de ‘econômico’, ou ‘comercial’, não passa na verdade de “*uma das modalidades da relação social*”, tal como esta se produz no Mercado.<sup>218</sup>

Uma revisão sistemática e atenta do que tinha acontecido, enquanto ia comprando e conversando, me permitiu, então, compreender as relações que se

---

<sup>217</sup> Os furtos são mais comuns no ‘Camelódromo’, pois ali se encontram produtos pequenos e fáceis de vender; além disso, os corredores são mais estreitos e acontecem aglomerações em determinados locais, facilitando a ação.

<sup>218</sup> Cf. La Pradelle 1996: 08.

estabelecem entre os freqüentadores do Mercado e cuja natureza peculiar me parece, agora, constituir um dos seus principais atrativos, se não o maior deles.

Com efeito, quando ia às compras, eu perseguia dois objetivos, articulados entre si, em virtude da minha agenda (nem sempre oculta) de pesquisador. O primeiro deles era explícito: adquirir suprimentos para o meu consumo doméstico. O segundo, que nem todos conheciam, era o de me tornar conhecido na 'Praça do Mercado', porque, desse modo, acreditava facilitar o meu acesso à informação etnográfica que buscava.

Assim, fui, ao sabor das circunstâncias, encontrando pessoas que, como eu, estavam ali para se abastecer dos requisitos que compunham as pautas de consumo vigentes nas suas respectivas esferas domésticas. Uma parte desses encontros fortuitos não passava da mera co-presença, em torno de uma banca, a propósito da aquisição de verduras; frutas; legumes; queijos e biscoitos; peixe ou carne; caldo de cana e pastel, ou outros artigos quaisquer. A outra parte, no entanto, ultrapassava o objetivo imediato da transação comercial concomitante. Esta ensejava, ao contrário, algum tipo de conversação, seja com o vendedor, seja com algum outro freguês, interessado nos mesmos produtos.

Os encontros que envolvem alguma conversa são menos fugazes que os outros, mas, nem por isso, deixam de ter um caráter efêmero, embora possam repetir-se, caso coincidam dias, horas e locais em que seus personagens costumem fazer suas compras. Quanto às conversas a que dão lugar, estas podem ser consideradas sob um tríplice aspecto: seus temas, isto é, seu conteúdo; seus personagens, ou seja as características sociais e culturais dos parceiros; e, finalmente, o seu estilo, quer dizer, a forma que assumem.

Quanto ao primeiro desses aspectos, há todo um elenco de assuntos, relativamente recorrentes. Neste sentido, as conversas podem girar em torno das condições meteorológicas vigentes; do frio, do calor, da chuva e do sol; ou das estações do ano, tema suscitado pela abundância ou falta de determinados produtos. Mas podem também referir-se à sucessão diacrônica do tempo que passa, quando tendem a assumir tonalidades nostálgicas ou críticas, comparando o passado e o presente, ou fazendo prognóstico sobre o futuro. A esfera doméstica – a casa; a família; os filhos – oferecem outro campo temático, bastante vasto, na medida em que inclui a cozinha, que sempre oferece oportunidades para trocar receitas, ou discutir diferentes modos de preparo de um mesmo prato; ou gostos e

preferências culinárias. Esta pode ser ainda uma ocasião para intercambiar inquietações e alegrias da vida privada. Outro assunto predileto é a saúde, que, também ela suscita a manifestação de angústias e desabafos, ou, simples informações sobre o estado do interlocutor, ou de algum seu familiar. O futebol e a política local (ou nacional) são, no caso dos homens, temas virtualmente inesgotáveis das conversas no Mercado.

No que diz respeito aos atores, que se relacionam nesses diálogos ‘sem compromisso’ (segundo a qualificação do ‘Dr. Celso’), pouco importa, como pude constatar, a categoria social a que pertencem, ou seu respectivo nível de instrução; se são ricos, pobres ou remediados; negros, brancos ou mestiços; de origem humilde ou aristocrática; jovens ou velhos; homens ou mulheres; adultos, adolescentes ou crianças; personalidades notórias ou cidadãos anônimos. Neste sentido, com efeito, “o mercado (...) é um verdadeiro ‘melting pot’ (...)” social.<sup>219</sup>

Todos esses diálogos, no entanto, têm, ainda, em comum, o estilo. São marcados por uma informalidade, que dispensa os ritos mais elaborados de apresentação; as maneiras de falar mais rebuscadas; e as despedidas mais prolongadas. Por isso assumem um caráter, ao mesmo tempo, familiar e descontraído, não sendo incomum um certo tom de jocosidade, que as impede de se tornarem mais íntimos, tirando-lhes, previamente o peso das verdadeiras confidências. São, neste sentido, ‘sem compromisso’, ou seja, estritamente adaptadas à superficialidade e à fugacidade do momento.

Graças às banalidades, em torno das quais se tecem – verdadeiros denominadores comuns relacionais – e à modalidade peculiar do seu discurso, não servem para estabelecer nexos sociais, ou pessoais, mais profundos. Servem apenas para manter laços episódicos, feitos para a ocasião, que se criam, renovam e extinguem, na mesma oportunidade – ‘relações de mercado’.<sup>220</sup>

Foi, praticando este jogo de encontros e conversas, que me tornei, aos poucos um ‘habitué’ do Mercado. Comecei por me tornar conhecido na *Pastelaria da Dona Dora*, onde, sempre com a identidade de ‘professor da UENF’, tomando caldo de cana e comendo pastel, travei amizade com Leandro e Luciano. O primeiro me apresentou ao filho do *Julinho*, o qual, por sua vez, me apresentou ao pai, cuja banca comecei a freqüentar. Lá, enquanto comprava legumes, vim a conhecer o Ronaldo e o ‘Doutor Celso’, que daí por diante se tornaram meus interlocutores, em

<sup>219</sup> Cf. La Pradelle, 1996: 99.

<sup>220</sup> Cf. La Pradelle, 1996: 101.

mais de uma ocasião. Foi também o Leandro quem me apresentou ao Jorge 'Barbudo', o qual, como soube mais tarde, era irmão do Júlio E, ainda, ao Gelson, do bar; ao Elival da *Sapataria do Mercado*; e ao 'Tião da Padaria'. Comprando e 'conversando fiado', me tornei, igualmente, conhecido do Carlinhos da Flora; do 'sêo' Jacildo; do José Carlos; da Dona Sonia, da peixaria; do 'César do Biscoito'; do Assis, do açougue e da Dona Vera, que vende caranguejos.

## Conclusões

*“Os mercados (...) são felizes coutos de caça para o turista interessado na variada e pitoresca mistura de gente, objetos e costumes. São igualmente interessantes para o antropólogo (...)Ali se pode estudar a gente, os objetos materiais e também os valores e os costumes exibidos como num efêmero, dramático, museu do dia.” Malinowski e De La Fuente<sup>221</sup>*

Ao final desse périplo etnográfico, feito na companhia do leitor, convém retornar ao paradoxo que lhe serviu de ponto de partida e estímulo: por quê numa sociedade moderna, fortemente mercantilizada, e, portanto dotada de formas de distribuição mais adequadas aos seus requisitos de rentabilidade e racionalidade, os mercados continuam a manter o seu prestígio? Em virtude de que motivos continuam eles a atrair os consumidores, a ponto de, oferecerem resistência eficaz à expansão avassaladora dos supermercados e shopping-centers. Como se explica que eles tenham conseguido persistir teimosamente, lá onde pareciam fadados à extinção, ou até mesmo venham sendo recriados, lá onde haviam deixado de existir? Em busca de respostas para este enigma, poderíamos considerar o caso específico da Praça do Mercado de Campos dos Goytacazes, recorrendo, em primeiro lugar às razões de natureza prática, muitas vezes invocadas pelos ‘nativos’.

Com efeito, de acordo com eles, continua valendo à pena fazer compras neste mercado porque tudo lá é mais fresco, mais barato e de melhor qualidade do que nos outros lugares. Este argumento lhes permite, com freqüência dar conta das vantagens oferecidas, sobretudo, àqueles que em virtude da carência de meios, precisam encontrar alternativas viáveis para aquisição dos produtos indispensáveis ao seu consumo doméstico. Neste sentido, a variedade de um determinado artigo, quanto à qualidade e preço, contribui para torna-lo acessível às limitações do seu bolso. Nessa mesma direção vai a possibilidade, inexistente em outros âmbitos comerciais, de negociar descontos, graças aos quais se consegue adquirir um número maior de mercadorias.

Dona Almerinda, por exemplo, gosta de fazer suas compras no Mercado porque precisa, porque sendo pobre, sendo uma bóia-fria aposentada, necessita, mas também, adora, pechinchar. E o regateio, que o Mercado admite, lhe confere,

---

<sup>221</sup> 1957: 19.

pela transformação de necessidade em virtude, uma parte ativa na definição do preço, e, com ela, uma ampliação bem vinda do seu poder aquisitivo.

Outro argumento ponderável é o da centralidade, pois o local do Mercado, na encruzilhada de múltiplos caminhos e meios de transporte permite combinar, aproveitar, a mesma viagem para resolver várias tarefas, inclusive a do abastecimento doméstico. A localização estratégica do Mercado, na área central de Campos, com efeito, oferece aos que vêm de longe e para quem dispõe de tempo e meios limitados, a possibilidade de condensar ao máximo, racionalizando-a, a consecução de seus múltiplos e variados objetivos, constitui, sob este aspecto uma economia de tempo, recursos financeiros e energia.

Todas essas razões pragmáticas, no entanto, embora pertinentes e ponderáveis não bastam para explicar a atração que o Mercado exerce sobre os seus freqüentadores, sobretudo se levarmos em conta que nem todos eles estão submetidos às mesmas limitações. Deve portanto existir algo mais que possa justificar sua sedução persistente como lugar concreto da troca.<sup>222</sup> Nesta qualidade, entretanto, podemos, embora apenas para efeitos analíticos, distinguir, nas transações mercantis realizadas entre os diversos atores, aspectos tanto funcionais quanto expressivos.

Quanto aos primeiros, a etnografia mostrou, no Mercado, certas virtualidades positivas, mediante as quais pode ser, com vantagem, comparado, por exemplo aos seus congêneres modernos – os supermercados. Em flagrantes contrastes com eles, com efeito, a Praça do Mercado proporciona aos seus clientes um atendimento marcado pela pessoalidade. Neste universo, em que o comprador se encontra face a face com o vendedor, e não somente com um preposto deste, ele pode exercer, ativamente a sua faculdade de fazer perguntas sobre o produto cuja aquisição está considerando. Pode indagar sua origem, qualidade e formas de uso, discutindo o acerto da escolha que está por fazer. Se, como é comum, confia no comerciante, poderá aceitar as recomendações deste. Em virtude deste fato, por sua vez, quem vende assume uma responsabilidade, pessoal, diante de quem compra, pela qualidade do produto. E, dada a relativa estabilidade desses concessionários no Mercado, tem condições de cobra-la, no futuro, caso isto se torne necessário.

As transações mercantis, entretanto, surgem na Praça do Mercado, inseparavelmente vinculadas a uma dimensão expressiva. Com base, ao mesmo

---

<sup>222</sup> Cf. La Pradelle, 1996: 93.

tempo no (eventual) anonimato e na igualdade, se constituem, em virtude dos encontros e das conversas ao redor de cada posto comercial, laços sociais. São eles que transformam interlocutores anônimos em ‘conhecidos’, gerando “este gênero de ‘amizade’ generalizada [que] tende a colocar (as diferenças de estatuto social)”.<sup>223</sup>

‘Essas trocas’, realizadas, por ocasião, e a propósito das trocas, fazem circular na Praça do Mercado notícias, que geram opiniões, as quais por sua vez, produzem, no âmbito desses encontros, inúmeros debates, muitos deles acalorados. Seus objetos são, como vimos, os mais variados, uma parte muito significativa deles, porém, se refere à vida urbana, social e política de Campos dos Goytacazes. Costumam abordar os problemas do trânsito e da segurança pública da cidade; as discussões da Câmara e os atos do Executivo Municipal; as efemérides e os ciclos festivos – o carnaval, o aniversário da cidade, a semana santa, a festa de São Salvador, as cavalhadas de Santo Amaro; os feriados cívicos nacionais, o natal e o ano novo, o verão no Farol de São Tomé, Grussaí e Atafona, as eleições locais (candidatos, projetos, alianças), a campanha do Americano no Campeonato Estadual, as personalidades públicas da cidade (políticos, socialites) e assim por diante.

Neste sentido, se pode dizer, com toda a propriedade que: “Pelas relações que aí estabelecem, os múltiplos atores do mercado fazem dele um espaço público, embora, cada um venha dedicar-se aí, a uma atividade privada.”<sup>224</sup> Não se faria, entretanto, justiça à complexidade deste Mercado, “como uma verdadeira instituição da cidade” sem mencionar um de seus aspectos, que não é de imediato evidente à primeira vista, embora possa, uma vez detectado parecer óbvio.

Um fato anedótico da pesquisa surge, sob este ponto de vista, como plenamente revelador.

Há pouco tempo, encontrei, casualmente, no Mercado, *Jorge Rosa* (45 anos), funcionário público, que já conhecia, há algum tempo. Tinha ido, como soube depois, ao Mercado, comprar verduras, além de encontrar um amigo. Ao se deparar comigo, de forma inesperada, perguntou-me o que estava fazendo ali. Quando lhe respondi que o motivo da minha presença era uma pesquisa, ele observou, com um ar risonho: - “Você está virando campista, pois já está freqüentando o Mercado”.

Não compreendi, de imediato, o que ele queria dizer com isso. Depois, no entanto, refletindo mais detidamente sobre o assunto, me dei conta do significado

<sup>223</sup> La Pradelle, 1996: 102.

<sup>224</sup> La Pradelle, 1996: 104.

implícito daquele comentário. Pensando bem, vi que tinha razão, pois o Mercado sendo um espaço público, não apenas nos termos abstratos do conceito, mas concretamente situado, no coração de Campos, tinha uma ‘cor local’. E esta resultava da presença, mais ou menos sutil, e dispersa, porém inequívoca, de uma gama extensa e variada de signos identitários.

Se é verdade que “O consumo é a própria arena em que a cultura é objeto das lutas que lhe conferem forma”<sup>225</sup>, a luta multissecular, ao longo da qual se definiram as peculiaridades do modo de vida campista, deveria traduzir-se, no Mercado, em registros diversos, entre eles, a pauta de consumo compartilhada pela grande maioria dos seus freqüentadores. Por este ângulo, podem ser encontrados alguns indícios incontroversos, entre eles: a ‘poquinho’ e os biscoitos de polvilho; os doces de ovos encabeçados pelo chuveiro, um dos mais bem guardados segredos da culinária campista; o caranguejo e os peixes de água doce; o melado com seus múltiplos usos gastronômicos; as diferentes formas de preparo do aipim; a outrora famosa cachaça; os doces de frutas, principalmente a goiabada; a siriguela, alexia; os frutos da aroeira, usados como tempero; e assim por diante.

Por esse motivo é que se poderia dizer, com propriedade, que para ser campista é preciso aprovisionar-se na Praça do Mercado.

Essas múltiplas seduções do Mercado, como espaço público, lugar de sociabilidade, cadinho social e, repositório de ícones identitários, não lhe garante, no entanto, o afeto unânime da cidade. Aos seus adeptos incondicionais e enfáticos, se opõem, de há muito, os seus críticos.

Onde os primeiros vêem as virtudes do Mercado, com o qual mantêm laços afetivos, profundamente apegados à ‘cor local’, os últimos ressaltam seus defeitos e mazelas, sobretudo do ponto de vista higiênico e estético. Se aqueles pretendem conserva-lo, e temem pela sua sobrevivência, estes querem, na pior das hipóteses, reforma-lo, e, na melhor, desloca-lo para outro lugar, para um edifício novo, com um aspecto mais digno, adequado aos anseios cosmopolitas de uma metrópole regional, em dia com o seu tempo.

Sob a ótica destes últimos, o Mercado merece, em essência, os mesmos reparos que já fazia o urbanismo sanitário, às velhas Praças, que a Nova Praça do Mercado pretendeu substituir. É, em primeiro lugar, deficiente quanto às condições sanitárias do seu aparato de exposição de produtos, como indicam os resíduos

---

<sup>225</sup> Douglas e Isherwood, 2004: 103.

vegetais, que apodrecem e se desmancham, no chão; ou a água do peixe e do camarão, que, ao evaporar, exala um “mau cheiro” repulsivo. Em segundo lugar, carrega o estigma de ter sido, em outro tempo, um pólo de atração para prostitutas, arruaceiros, bêbados e ladrões. Em terceiro lugar, constitui um estorvo urbanístico, na medida em que provoca o congestionamento das vias públicas adjacentes, obstando a circulação o livre fluxo dos veículos, principalmente, nas horas de maior movimento. Finalmente, trata-se de um local que, segundo esse ponto de vista, não oferece ao público o conforto necessário, por uma série de motivos: faltam vagas, no estacionamento; seus corredores são estreitos demais, para o intenso movimento de pessoas; é deficiente quanto à refrigeração do pescado e das carnes; falta-lhe uma melhor manutenção, quanto à estrutura física, o que lhe confere um ar de abandono; e, por fim, abriga um tipo de comércio anacrônico, em contraste com a modernidade e “*limpeza*” dos supermercados e hortifrutis, “*que tem de tudo*”.

Com base nestes argumentos, surgiu um projeto de transferência física do Mercado e de revitalização da área atualmente ocupada por ele. O objetivo maior desse projeto é provocar uma transformação radical de todo o comércio da área central da cidade, e, com ela, uma correspondente mudança nos hábitos da população. A partir dele, configurou-se uma situação (potencial) de conflito entre o poder público e os comerciantes da área, análoga àquela já verificada por ocasião das mudanças anteriores.

Diante do que se procurou demonstrar e discutiu ao longo deste trabalho, “esse amável caos”<sup>226</sup> que vem a ser o Mercado, é preenchido de sentidos diversos de trocas de bens, sentimentos e identidades, um lugar de sociabilidades, um espaço de interação, conflitos e paixões. É propriamente esse lugar, um local dos encontros improváveis, que faz do mercado ser indispensável ao universo da cidade.

---

<sup>226</sup> La Pradelle, 1996: 98.

## **Bibliografia Pesquisada**

### **Fontes Primárias**

1 – Jornais editados em Campos:

A Gazeta de Notícias

A Notícia

A República

Folha da Manhã

Folha do Comércio

Monitor Campista

O Diário

2 – Documentos

Anuário Campista de 1920. João Barreto

Decreto Nº 14, de 6 de março de 1979. Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes.

Deliberação Nº 731, de 7 de dezembro de 1957. Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes.

Postura 1ª da Câmara Municipal da Vila de São Salvador dos Campos dos Goytacazes. Livro de Posturas de 1829 – 1831.

Traslado da Escritura entre a Empresa da Praça do Mercado de Campos e a Câmara Municipal de Campos. Maio de 1901.

### **Fontes Secundárias**

ALVES, H. (1994) *Reformas urbanas e poder político, os empresários e a modernização da cidade de Campos dos Goytacazes – 1890-1930*. 1º Colóquio de Cidades, Poder e Memória, Universidade Federal Fluminense.

\_\_\_\_\_. (1995) *Reformas Urbanas e Poder Político: Os empresários e o projeto de modernização da cidade de Campos dos Goytacazes - 1890/1930*. Dissertação de Mestrado. Niterói: UFF.

CARNEIRO, M. (1985) *Atos e fatos da antiga Campos*. Niterói: Imprensa Oficial.

GORBERG, S. e FRIDMAN, S. (2003) *Mercados no Rio de Janeiro: 1834 – 1962*. Rio de Janeiro: S. Gorberg. 152 p.

- LAMEGO, A. (1945) *O homem e o brejo*. Rio de Janeiro: IBGE. 204 p.
- \_\_\_\_\_. (1996) *A Planície do Solar e da Senzala*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Arquivo Público do Estado do Rio de Janeiro / Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro. 208 p.
- LIMA, L. (2002) (coord.) *Projeto Memorial do Norte Fluminense*. Campos dos Goytacazes: Universidade Estadual do Norte Fluminense.
- SAINT-HILAIRE, A. (1941) *Viagem ao distrito dos diamantes e litoral do Brasil*. São Paulo, Rio de Janeiro: Companhia Editora Nacional.
- SATURNINO DE BRITO, R. (1943) *Projetos e Relatórios. Saneamento de Campos*. Vol. VI. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional.
- SOUZA, H. (1985) *Cyclo Áureo*. História do 1º Centenário. 2. ed. Campos: Damadá.
- TEIXEIRA DE MELLO, J. (1886) *Campos dos Goytacazes em 1881*. Rio de Janeiro: Tipographia Laemmert & Cia.
- TSCHUDI, J. (1953) *Viagem às Províncias do Rio de Janeiro e São Paulo*. São Paulo: Livraria Martins Editora.

### **Bibliografia Geral**

- BELSHAW, C. (1968) *Troca tradicional e mercado moderno*. Trad. Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar Editores. p. 11 – 102.
- BENVENISTE, E. (1995) *O vocabulário das instituições indo-européias*. Um ofício sem nome: o comércio. Trad. Denise Bottmann. Vol. 1 Campinas: Editora da UNICAMP. pp. 139 – 146.
- BURLING, R. (1976) Teorias de maximización y el estudio de la antropología económica. In: GODELIER, M. (org.), *Antropología y Economía*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- COELHO, M. (1998) *Ócio e negócio em tempos medievais*. Coimbra:INATEL.
- DELSON, R. (1997) *Novas vilas para o Brasil-colônia: planejamento espacial e social no século XVIII*. Brasília: Ed. Alva-ciord.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. (2004) *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 306 p.
- DURKHEIM, E. (2001) *As regras do método sociológico*. Trad. Maria Isaura Pereira de Queiroz. 16ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional. 128 p.

- GEERTZ, C. (1979) Suq: The bazaar economy in Sefrou. In: \_\_\_\_\_, GEERTZ, H. & ROSIN, L. (orgs.) *Meaning and order in Moroccan society. Three essays in cultural analysis*. Cambridge: University Press. p. 122 – 244.
- \_\_\_\_\_. (1989) *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora AS.
- GODELIER, M. (org.). *Antropología y Economía*. Prólogo. Barcelona: Editorial Anagrama.
- GUBER, R. (2001) *La etnografía. Metodo, Campo y Reflexividad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma. p. 41 - 100
- LE GOFF, J. (1990) *Mercadores e banqueiros da idade média*. Lisboa: Gradiva.
- LECLAIR, E. (1976) Teoria economica y antropología economica. In: GODELIER, M. (org) *Antropología y Economía*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- LOPEZ, R. (1980) *A Revolução comercial da idade média 950-1350*. Lisboa: Editorial Presença.
- MAGET, M. (1962) *Guide d'étude directe des comportements culturels*. Paris: Centre National de la Recherche Scientifique. p. 147 -152
- MALINOWSKI, B. (1976) La economía primitiva de los habitantes de las Islas Trobriand. In: GODELIER, M. (org). *Antropología y Economía*. Barcelona: Editorial Anagrama. p. 87 - 100
- \_\_\_\_\_. (1978) *Argonautas do Pacífico Ocidental*. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural. p. 5 - 34
- \_\_\_\_\_; FUENTE, J. (1957) *La economía de un sistema de mercados en México*. Acta Anthropologica, vol I, n. 2. México: Escola Nacional de Antropologia y História.
- MAUSS, M. (2002) *Manuel D'Ethnographie*. 12. ed. Paris: Payot. p. 19 – 39.
- \_\_\_\_\_. (2004) *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify. p. 185 – 294
- MELLO, M. e VOGEL, A. (2004) *Gente das Areias*. História, meio ambiente e sociedade no litoral brasileiro. Marica, RJ – 1975 a 1995. Niterói: EdUFF.
- MEUNIER, R. (1978) Formas de Circulação. In: POUILLON, F. *A Antropologia Econômica*. Lisboa: Edições 70.
- MILIBAND, R. (1979) O sistema estatal e a elite do estado. In: CARDOSO, F. e MARTINS, C. *Política e Sociedade*. São Paulo: Ed. Nacional.
- MOTT, L. (2000) Feiras e Mercados: Pistas para a pesquisa de Campo. In: FERRETI, S. (org). *Reeducando o Olhar: estudos sobre feiras e mercados*. São Luis: Edições UFMA; PROIN(CS). p. 14 – 27.

- NYPAN, A. (1960) *Market Trade*. A sample survey of market traders in Accra. Ghana: University College of Ghana. 78 p.
- OLINTO, A. (1980) *O Rei de Keto*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nórdica.
- POLANYI, K. (1976) El sistema económico como proceso institucionalizado. In: GODELIER, M. *Antropolgia y economía*. Barcelona: Editorial Anagrama. p. 155 – 178.
- PRADELLE, M. (1996) Comment décrire un marché? In: OSTROWETSKY, S. (org.) *Sociologues en Ville*. Paris: Editions L'Harmattan. p. 91 – 104.
- ROYAL ANTHROPOLOGICAL INSTITUTE OF GREAT BRITAIN AND IRELAND. (1971) *Guia Prático de Antropologia*. Trad. Octavio Mendes Cajado. São Paulo: Cultrix.
- ROSANVALLON, P. (1990) *L'État em France: de 1789 à nos jours*. Paris: Édition du Seuil. p. 128-135.
- RUA, M. (1997) *Análise de Políticas Públicas: Conceitos Básicos*. Banco Interamericano de Desarrollo. Instituto Interamericano para el Desarrollo Social.
- SIMMEL, G. (1979) A metrópole e a vida mental. In: Velho, O. (org) *O Fenômeno Urbano*. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- SMITH, A. (1974) *Investigação sobre a natureza e as causas da riqueza das nações*. Col. Os Pensadores, vol. XXVIII. São Paulo: Abril Cultural.
- VAGALE, L. (1972) *Anatomy of traditional markets in Nigeria*. Ibadan: The Polytechnic. 46 p.
- VOGEL, A. e MELLO, M. A. da Silva (1981) *Quando a rua vira casa, a apropriação de espaços de uso coletivo em um centro de bairro*. Rio de Janeiro: IBAM / FINEP.
- VOGEL, A.; MELLO, M. e BARROS, J. (2001) *A Galinha d'Angola: Iniciação e identidade na cultura afro-brasileira*. 3. ed. Rio de Janeiro: Pallas. p. IX – 29.
- WEBER, M. (1979) O Conceito e Categorias de Cidade. In: VELHO, O. (org) *O Fenômeno Urbano*. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- \_\_\_\_\_. (2004) *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras. p. 7 – 69.



5 – Como você vê o Mercado?

6 – Existe alguma influência do Mercado no comércio local ou vice-versa?

7 – Qual sua lembrança mais antiga do Mercado?

8 – O que é necessário para melhorar o Mercado?

9 – Como você vê o plano de mudança do Mercado?

## ANEXO 2 – Preços Médios de Produtos Regionais

Quadro de Preços Médios dos Produtos Comercializados no Mercado Municipal de Campos dos Goytacazes – Ano 2004\*

PRODUTOS	PREÇO MÉDIO	PRODUTOS	PREÇO MÉDIO
Abacaxi – unid.	0,44	Limão - cento	4,25
Abóbora - kg	0,29	Mamão - kg	0,44
Aipim - kg	0,26	Manga - kg	0,76
Alface - pé	0,20	Maracujá - kg	0,55
Arroz - kg	0,70	Maxixe - kg	0,59
Banana - cento	4,23	Milho - kg	0,30
Batata doce - kg	0,31	Pepino - kg	0,46
Brócolos – mole	0,59	Pimentão - kg	0,70
Cenoura - kg	0,46	Pinha - kg	1,83
Coco – unid.	0,34	Quiabo - kg	0,69
Couve - mole	0,19	Repolho - kg	0,28
Espinafre - mole	0,29	Tangerina - cento	4,58
Feijão - kg	1,25	Tempero verde - mole	0,19
Goiaba – unid.	0,38	Tomate - kg	0,60
Jiló - kg	0,52	Frango – kg	1,79
Laranja - cento	4,23	Ovos - dz	1,10

Fonte – Delegacia Regional do IBGE.

### ANEXO 3 - PRODUÇÃO AGRÍCOLA DA REGIÃO

PRODUÇÃO AGRÍCOLA POR MUNICÍPIO – REGIÃO NORTE FLUMINENSE ano 2004.\*

PRODUTO / CULTURA	CAMPOS	S. FRANCISCO	S.J.BARRA	CARDOSO MOREIRA	S. FIDELIS
Café (beneficiado – ton.)	53	-	-	3	97
Urucu (ton.)	-	387	-	-	-
Abacate (ton.)	168	100	-	-	60
Banana (ton.)	2.310	228	133	104	1.720
Coco (mil frutos)	3.300	2.800	450	119	80
Goiaba (ton.)	450	1.275	560	-	-
Laranja (ton.)	990	243	54	170	130
Limão (ton.)	180	48	-	-	32
Manga (ton.)	620	-	-	125	450
Maracujá (ton.)	2.750	10.200	1.300	850	150
Tangerina (ton.)	36	27	-	-	18
Arroz (em casca – ton.)	165	-	-	200	180
Batata doce (ton.)	39	108	180	36	36
Feijão (ton.)	75	69	9	15	21
Mandioca (ton.)	11.070	67.500	810	864	684
Milho (grão - ton.)	700	250	29	527	266
Tomate (ton.)	360	-	320	120	2.480
Abacaxi (mil frutos)	3.840	63.800	4.440	780	-
Melancia (ton.)	80	1.350	112	-	-
Melão (ton.)	165	-	82	-	-
Maxixe (ton.)	136	-	468	-	-
Quiabo (ton.)	980	-	705	-	-
Mamão (ton.)	-	750	-	-	-
Abóbora (ton.)	-	2.250	-	-	-
Pinha (ton.)	-	32	-	-	-
Feijão de vagem (ton.)	-	405	-	-	-

\* Fonte Delegacia Regional do IBGE.

**ANEXO 4 – REGULAMENTO DO MERCADO (1921)****Regulamento do Mercado Municipal da Cidade de Campos dos Goytacazes**

(publicado no Jornal Folha do Commercio de 6 e 7 de setembro de 1921, pág. 3)

**Capítulo I  
Da Praça do Mercado**

Art. 1º A Praça do Mercado, estabelecimento municipal destinado ao commercio a varejo de gêneros alimentícios de primeira necessidade, sob immediata fiscalização da Prefeitura, fica sujeito ao presente Regulamento e a todas as deliberações do Prefeito e da Câmara Municipal.

Art. 2º Funcionará diariamente das 5 às 19 horas, sendo que os estabelecimentos acaso nella existentes, ficam sujeitos às deliberações em vigor sobre abertura e fechamento das portas para o commercio em geral.

Art. 3º A Prefeitura arrendará os diversos compartimentos existentes na Praça do Mercado, mediante contracto, com a devida garantia e por prazo nunca inferior a dois annos e superior a quatro.

Art. 4º Os compartimentos ao centro da Praça, separados por tela de arame, poderão ser alugados por mês ou por dia, a critério do Prefeito.

Art. 5º Ficam reservados exclusivamente para açougues os compartimentos sob números 1, 3, 7, 11, 15, 19, 21, 23, 25, 29, 37, 41 e 43, 2, e 4, 8, 12, 16, 20 e 22, 24 e 26, 30, 34, 38 e 42 e 44.

§ 1º Nos açougues sob nº 1, 3, 19, 21, 23, 25, 41, 43, 2, 4, 20, 22, 24, 26, 42 e 44, será permitida a venda de carne de gado de qualquer espécie, sendo que nos açougues sob ns. 7, 11, 15, 29, 33 e 37, não será permitida a venda de carne de gado vacuum, nem a venda de carne de porco nos ns. 8, 12, 16, 30, 34 e 38.

§ 2º A venda de bucho, fressuras e miúdos de qualquer espécie, só será permittida nos açougues ou em compartimento devidamente preparado, a critério de Diretoria de Hygiene.

Art. 6º Os aluguéis dos diversos compartimentos da Praça do Mercado, constam da tabella annexa.

Art. 7º Dentro da Praça do Mercado só será permittido a venda a varejo.

Art. 8º Os pretendentes à occupação de qualquer compartimento da Praça, deverão endereçar seus requerimentos à Prefeitura.

Art. 9º Os locatários de quaisquer compartimentos da Praça não poderão sublocal-os, sem licença da Prefeitura, nem receber luvas, ou quaisquer outras vantagens pecuniárias.

Art. 10 O locatário que infringir qualquer dispositivo deste regulamento, incorrerá na pena de rescisão do respectivo contrato, além de qualquer outra que haja incorrido.

Art. 11 Todos os vendedores ambulantes deverão ir diariamente à Praça do Mercado pagar o devido imposto, para poderem exercer o seu negócio nas ruas da cidade, sob pena de 10\$000 de multa.

Art. 12 Os quitandeiros ou mercadores volantes, tendo pago o devido imposto, e de posse do talão respectivo, poderão circular nas ruas da cidade, depois de nove horas, não podendo, porém, estacionar na via pública.

Art. 13 Os mercadores volantes de aves, ovos, porcos e queijos pagarão diariamente respectiva contribuição que será calculada segundo a espécie e a quantidade dos gêneros expostos à venda.

Art. 14 Havendo carestia de qualquer gênero, a juízo da Prefeitura, o vendedor não poderá vendel-o em grandes proporções a uma só pessoa; ao contrário, deverá subdividil-o, de modo que todos possam adquirill-o pelo preço corrente.

Art. 15 É expressamente prohibido atravessar gêneros; o infractor desta disposição será punido com a multa de 30\$000.

## Capitulo II Dos Gêneros

Art. 16 Na Praça do Mercado, em tudo quanto se relacione com o seu commercio e possa interessar a saúde publica, serão rigorosamente observadas as disposições do Código de Posturas, do Regulamento de Hygiene e das deliberações da Câmara.

Art. 17 É prohibida a venda de gêneros, na Praça do Mercado, fóra dos logares que lhes forem destinados e só poderá ser permittido estacionar fóra das barracas, quando todas estejam occupadas.

Em nenhuma hypothese será permittido estacionar nos corredores ou à frente dos compartimentos e barracas.

Art. 18 As diversas espécies de gêneros deverão ser expostas à venda em secções distinctas.

Art. 19 As mercadorias humidas não deverão ser expostas em contacto com materiais permeáveis, nem depositadas ou conservadas em vasos de cobre, zinco, chumbo, ferro galvanizado ou outros que lhes possam causar o mesmo danno.

Art. 20 Os mercadores volantes de artigos sujeitos à deterioração pela acção do tempo, não poderão estacionar fora das barracas.

Art.21 É prohibida a venda de medicamentos e substancias nocivas, bem como de gêneros inflammaveis, em qualquer porção. Serão apprehendidos tais generos, que forem encontrados na Praça do Mercado, incorrendo os infractores na multa de 100\$000.

Art. 22 Todo o genero de qualquer natureza, que for encontrado à venda, corrompido ou falsificado, será inutilizado por conta do infractor, que ficará sujeito a multa de 30\$000.

Art. 23 É prohibida a venda de fructos verdes, mal sazoados ou apodrecidos, bem como massas ou doces enfeitados com substancias que, pelos médicos ou fiscaes da hygiene, forem considerados nocivos à saúde pública. Os infractores incorrerão na multa de 5\$000.

Art. 24 Não é permittida dentro ou fóra da Praça a compra ou venda de generos alimenticios para revenda em grosso, incorrendo os infractores na multa de 30\$000.

### Capitulo III Da Administração da Praça

Art. 25 A Praça do Mercado terá um administrador, um ajudante e seis guardas, os quaes perceberão os vencimentos orçados pela lei; deverão cumprir, executar e fazer cumprir as disposições deste Regulamento e mais actos e deliberações da Câmara e da Prefeitura.

Art. 26 É obrigação do Administrador:

§ 1º Prestar a fiança devida.

§ 2º Permanecer sempre na Praça do Mercado.

§ 3º Fiscalisar todo o serviço interno da mesma.

§ 4º Conservar sempre limpa todas as dependencias da Praça e zelar pela bôa ordem em todo o edificio.

§ 5º Designar os logares onde devem os gêneros ser expostos à venda.

§ 6º Ter sob sua guarda a balança, pesos, medidas e mais utensílios.

§ 7º Fiscalizar a qualidade e sanidade dos gêneros expostos à venda.

§ 8º Obstar a venda de mercadorias falsificadas ou corrompidas que serão apprehendidas, dando parte do occorrido à repartição de Hygiene e bem assim os nomes dos infractores e das testemunhas.

§ 9º Entregar diariamente à Prefeitura a importância da arrecadação que houver feito.

§ 10º Communicar ao Prefeito immediatamente, as occorrencias notáveis que se derem e indicar as medidas convenientes ao desenvolvimento e prosperidade do Mercado.

§ 11º Ter sob sua guarda a chave do edificio e dos compartimentos desoccupados.

§ 12º Impor multa aos infractores do presente Regulamento.

§ 13º Fazer a polícia do interior da Praça, impedindo o ajuntamento de pessoas ociosas, e das que perturbarem o expediente de quem compre ou venda.

§ 14º Evitar as algazaras, não consentindo que sejam proferidas palavras nem praticados gestos insultuosos.

§ 15º Fazer retirar do estabelecimento os ébrios, turbulentos, vadios e os que offenderem a moral e os bons costumes.

§ 16º Evitar que seja dannificada qualquer parte do edificio, que sujem as paredes ou nellas se escreva.

§ 17º Prohibir que sejam amarrados animaes nas grades ou nas arvores do Mercado.

§ 18º Trazer em dia a escripturação da Praça do Mercado e dar conhecimento diário à Repartição de Hygiena, em parte circumstanctada, das occorrencias que ali tiverem lugar.

§ 19º Affirmar todos os dias em logar próprio, os preços por que foram vendidos os gêneros no dia anterior.

§ 20º Inspeccionar as transações de compra e venda, de modo que os gêneros correspondam perfeitamente ao preço, à quantidade das medidas em uso, tendo o comprador, que se julgar lesado, o direito de pedir sua presença para verificação do caso.

§ 21º Prohibir que se lavem pannos de qualquer natureza nos tanques existentes na Praça do Mercado e suas dependencias.

§ 22º Prohibir que sejam inutilizados os gradis protectores das arvores plantadas em torno da Praça do Mercado, assim como as próprias árvores.

§ 23º Proceder ou mandar proceder a cobrança diária dos impostos às portas de entrada.

§ 24º Zelar pela perfeita separação, quanto ao sexo, dos animaes recolhidos ao Deposito.

Art. 27 Ao Ajudante do Administrador compete:

§ 1º Auxiliar o administrador na superintendencia do serviço interno da Praça do Mercado.

§ 2º Obedecer, executar e transmitir as ordens do administrador para regularidade do serviço.

§ 3º Substituir o administrador em suas faltas e impedimentos immediatos.

§ 4º Ter sob sua guarda immediata o Deposito Publico.

#### Capitulo IV Disposições Geraes

Art. 28 Os pombeiros<sup>227</sup>, que se quizerem localisar na Praça, quando não bastem os do Mercado, serão obrigados a ter gaiolas apropriadas, cujo plano será previamente aprovado pela Prefeitura.

Art. 29 Os peixeiros só poderão expor o produto de seu negocio nas mesas de mármore existentes no Mercado.

Art. 30 Os quitandeiros que quizerem guardar de um dia para outro as suas mercadorias, poderão fazel-o em caixas de typo uniforme, a juizo da Prefeitura, sendo as de tecido de arame de meia pollegada, tendo de comprimento um terço da largura da barraca e de largura sessenta centímetros.

Art. 31 As infracções do presente Regulamento, não mencionadas nos respectivos artigos, serão punidas com multas de 5\$000 a 30\$000, impostas pelo administrador ou quem suas vezes fizer.

Art. 32 A Prefeitura permittirá, se julgar conveniente, o estabelecimento de restaurante dentro da Praça do Mercado, desde que o pretendente se obrigue a

---

<sup>227</sup> Do Quimbundo *pumbelu*. Negociante ou emissário que atravessa os sertões negociando com indígenas. Vendedor ambulante de pombos, galinhas, etc. No Nordeste, revendedor de peixe. In: Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, Novo Dicionário da Língua Portuguesa. 1986: 1360.

empregar fogões a gaz, a petróleo ou a electricidade, a ter mobiliário decente e a instalar, a sua custa, pias e ralos para lavagens e escoamento das águas servidas.

Art. 33 A qualquer empregado da Praça do Mercado, sob pena de demissão, é expressamente prohibido ter negocio de qualquer natureza que seja, devendo occupar-se exclusivamente com o desempenho de suas attribuições.

Art 34 É igualmente vedado aos empregados do Mercado, receber gêneros à commissão ou tel-os em deposito ou guarda.

Art. 35 Os negociantes estabelecidos no Mercado, ficam sujeitos aos impostos de alvará e sello, taboletas, inscrições e letreiros.

Art. 36 Os animaes dos peixeiros e cargueiros deverão ser recolhidos ao local destinado para esse fim.

Art. 37 Em caso de necessidade, a Prefeitura mandará destacar para a Praça do Mercado os guardas que forem necessários ao cumprimento das leis e deliberações.

Art. 38 Os guardas do Mercado e os que forem destacados à ordem do administrador, deverão auxiliá-lo no cumprimento das ordens que forem transmittidas, impondo multas, lavrando autos de infracção, os quaes deverão ser immediatamente remettidos à Prefeitura, com uma parte circunstanciada das occorrencias que se tiverem dado.

Art. 39 A administração do Mercado e seus auxiliares coadjuvarão os exactores das rendas municipaes no desempenho de suas respectivas funções que tal auxilio se torne necessário ou seja solicitado.

Art. 40 Ninguém poderá pernoitar no edificio da Praça. Si pessoas estranhas forem encontradas no Mercado, depois de fechadas as portas, contra ellas se lavrará auto, que será com o infrator entregue à autoridade policial para que tome as providencias legais.

Art. 41 Ninguém poderá fazer obras, accrescimos ou modificações nos departamentos do Mercado, sem previa licença da Prefeitura.

Art. 42 Os departamentos que tiverem portas abertas para a rua, ficam também sujeitos a este Regulamento.

Art. 43 Nenhum inquilino poderá usar de toldos ou empanados, sem que a Prefeitura o permita e determine o tamanho e collocação de cada um, de modo a não embaraçarem a vista e o transito.

Art. 44 Em épocas determinadas do anno, a Prefeitura poderá estabelecer grandes feiras na Praça do Mercado e suas dependências, de tudo quanto pode ser objecto de commercio.

Art. 45 Os vasilhames, barracas, bancas e utensílios de que se servirem os vendedores, deverão ser conservados sempre com a maior limpeza, sob pena de multa de 5\$000.

Art. 46 Diariamente, logo que cesse o movimento, serão todas as dependências da Praça rigorosamente lavadas, e bem assim deverão ser lavadas diariamente as mesas destinadas aos gêneros alimentícios de origem animal, os quaes só poderão ser de mármore.

Art 47 As mesas de mármore, cepos, ladrilhos e assoalho ladrilhado dos açougues, deverão ser lavados diariamente.

Art. 48 Os inquilinos ou locatários que faltarem ao respeito à administração e os que não se portarem com a devida decência ou perturbarem a ordem, serão pela primeira vez punidos com a multa de 20\$000 e 40\$000 na reincidência. Os que não effectuarem os pagamentos nos prazos estipulados, ou pelos modos que houverem sido convencionados, serão despejados, usando a Prefeitura dos meios legais para recebimento da divida.

Art 49 Todos os inquilinos da Praça do Mercado serão obrigados a conhecer este Regulamento, sujeitando-se às suas disposições desde o dia em que entrarem para o Mercado.

Art. 50 O escriptorio da administração estará sempre aberto para attender às reclamações que forem procedentes e tomar as providencias, que forem necessárias ao bom andamento do serviço.

Art. 51 De todos os actos da administração haverá sempre recurso para a Prefeitura, interposto pro petição que deverá ser endereçada dentro do praso de dez dias.

Art. 52 Todas as penas estabelecidas neste Regulamento serão duplicadas na reincidencia, podendo ser convertidas em prisão por oito dias, quando os infractores não forem pagal-as.

Art. 53 Os animaes que forem recolhidos, voluntariamente, ao deposito da Praça, por seus conductores, pagarão 200 rs. por cabeça até 12 horas e 500 rs. por dia e noite.

Art. 54 Quando o numero de mesas e barracas para exposição de hortaliças e outros gêneros fôr insufficiente, serão os quitandeiros obrigados a colocar os seus tableiros nos logares designados pelo administrador, sobre cavalletes de 0,90 m de alto.

Tabella de alugueis dos compartimentos da Praça do Mercado e de impostos sobre mercadorias:

#### Alugueis

- a) Os açougues sob ns. 1 e 3, 2 e 4, 19 e 21, 20 e 22, 23 e 25, 24 e 26, 41 e 43, 42 e 44, custarão por mez 150\$000.
- b) O aluguel mensal dos demais açougues, por mez, será de 100\$000.
- c) O aluguel dos compartimentos fechados, que dão porta para o exterior, será, por mez, de 60\$000.

- d) O aluguel dos compartimentos fechados, que dão porta para o interior, será, por mez, de 50\$000.
- e) O aluguel das barracas internas será:  
 Por mez ..... 25\$000  
 Por dia ..... 1\$000
- f) Cada compartimento das gaiolas e cada banca de peixe pagará:  
 Por mez ..... 12\$000  
 Por dia ..... \$500

#### Impostos sobre mercadorias

Aves, cada uma.....	\$040
Animal guardado, em pelo ou sellado, dia .....	\$200
Animal guardado, em pelo ou sellado, noite .....	\$500
Bucho, por taboleiro .....	\$200
Carvão, por sacco .....	\$200
Camarões, por 5 kilos ou fracções .....	\$200
Carangueijos, por 10 kilos ou fracções .....	\$200
Caldo de cana, volante .....	\$200
Café, volante .....	\$200
Dôces, em bahu .....	\$200
Esteiras, por uma .....	\$040
Esteiras, por dúzia.....	\$400
Farinha, por sacco .....	\$500
Farinha, em fracção de sacco, por litro .....	\$010
Feijão, por sacco .....	\$500
Feijão, em fracção de sacco, po litro .....	\$010
Fructas e legumes, por cargueiro ou carrocinha .....	\$200
Fructas e legumes, em carro ou carroça .....	\$500
Jacaré, por um .....	\$300
Leitoa, cada uma .....	\$200
Leite, até 20 litros \$100 rs, e por cada 20 litros mais ...	\$100
Milho, por sacco .....	\$500
Milho, em fracção de sacco, por kilo .....	\$010
Ovos, por dúzia ou fracção .....	\$100
Peneiras, por uma .....	\$050
Porco, cada um .....	1\$000
Perú, cada um .....	\$100
Pássaros bravos, por um .....	\$020
Peixes de 1ª qualidade, por k .....	\$100
Peixes de 2ª qualidade, por k .....	\$060
Quitandas em taboleiro, verduras .....	\$200
Queijos, por um .....	\$100
Samburás por dúzia ou fracção .....	\$200
Sabão, industria campista, caixa pequena .....	\$100
Tomates, uma carga até o valor de 2\$000 .....	\$100
Tomates, uma carga até o valor de 5\$000 .....	\$200
Tomates, uma carga de valor superior a 5\$000 .....	\$500
Vassouras ordinarias, por dúzia .....	\$100
Vassouras superiores, por dúzia .....	\$300

As mercadorias não taxadas na presente tabella, pagarão ad valorem à razão de 100 reis por 5\$000 ou fracção de 5\$000.

Os preços da presente tabella, poderão ser alterados a juizo do Prefeito. Registre-se, publique-se e cumpra-se. Paço da Prefeitura do Município de Campos, em 1 de setembro de 1921.

O Prefeito em exercício, Cesar Nascentes Tinoco. \_\_\_ O secretário, Olympio de P. M. Guimarães.

**ANEXO 5 – FREQUÊNCIA NO MERCADO****MULHERES**

Hora	Quinta	Sábado	Segunda
9 às 10	160	222	133
12 às 13	128	226	145
15 às 16	46	40	92

**HOMENS**

Quinta	Sábado	Segunda
227	299	174
169	343	182
56	75	100

**Anexo 6 – DECRETO SOBRE O FUNCIONAMENTO DAS FEIRAS**

Decreto Número 14, de 06 de março de 1979.

Dispõe sobre Feiras Livres no Município e dá outras providências.

O Prefeito Municipal de Campos, no uso de suas atribuições legais e

Considerando que com a entrada em funcionamento da Central de Abastecimento Regional do Norte-Fluminense a comercialização, por atacado, de produtos hortifrutigranjeiros passou a processar-se exclusivamente nas dependências da referida Central;

Considerando que o Decreto nº 55, de 27 de dezembro de 1978, em seu artigo 7º estabelece que a “comercialização no varejo, através de Feiras Livres, dos produtos abrangidos por este Decreto obedecerá às Normas Técnicas do SINAC, elaboradas pela CEASA-RJ e Secretaria Municipal de Agricultura”;

Considerando que a Feira Livre oferece maior acesso ao pequeno agricultor e melhor atendimento ao público em geral, pelas oportunidades que concede;

Considerando, finalmente, a necessidade de se regulamentar as atividades da feira livre,

**DECRETA:**

Art. 1º - As atividades exercidas nas feiras livres do Município destinam-se ao abastecimento supletivo de todo e qualquer produto originário da horticultura e outros produtos agrícolas, gêneros alimentícios de primeira necessidade, aves e ovos e pequenas criações, pescados e salgados.

Parágrafo Único – os produtos a que se refere esse artigo somente poderão ser comercializados a varejo, ficando proibida a venda por atacado fora da Central de Abastecimento Regional do Norte Fluminense, situada na Rodovia BR 101, km 4,5 da Campos-Vitória.

Art. 2º - Fica proibida a comercialização no chão, nas feiras livres, devendo esta ser processada somente sobre tabuleiros.

Art. 3º - O horário para comercialização nas feiras livres será de 05,00 hs às 13,00 hs.

§ 1º - A descarga de mercadorias e a arrumação dos tabuleiros só poderá ser feita até às 07,00 hs.

§ 2º - É proibido o estacionamento e permanência de qualquer veículo na área de comercialização e suas proximidades no período de funcionamento da feira, inclusive carroças e carrinhos.

Art. 4º - Entre os tabuleiros, haverá sempre o espaço de 1 metro para facilitar a passagem do público.

Art. 5º - Os tabuleiros deverão obrigatoriamente estar cobertos com lona ou tecido impermeável de boa qualidade e em bom estado de conservação.

Art. 6º - O tabuleiro para comercialização na feira livre deverá obedecer às seguintes medidas: comprimento 2,50 m, largura 1,00 m e deverá ser armado sobre cavalete ficando a 90 cm do chão.

Art. 7º - Ao serviço de fiscalização sanitária caberá, em caráter permanente, a inspeção sanitária na feira livre.

Art. 8º - Não será permitido ao feirante matriculado a permissão de uso de Box no Mercado Municipal, bem como ao permissionário de Box não será concedido matrícula como feirante.

Parágrafo Único – Ao feirante ou permissionário será facultado o direito de opção pela feira ou Mercado Municipal, caso se enquadrem no disposto neste artigo.

Art. 9º - Será realizado o cadastramento e renovação das carteiras dos feirantes já inscritos, sendo obrigatório a apresentação dos seguintes documentos:

- a) Carteira de saúde atualizada;
- b) Carteira de identidade;
- c) Folha corrida fornecida pela Delegacia Regional de Polícia;
- d) Título de Eleitor ou Carteira de Reservista;
- e) 2 fotografias 3x4 recentes e datadas.

Parágrafo Único – Os documentos citados neste artigo serão exigidos anualmente, até 30 de janeiro, para revalidação da licença e renovação da Carteira de feirante.

Art. 10 – Toda pessoa que for encontrada negociando na feira sem a necessária matrícula, inclusive o feirante, terá sua mercadoria apreendida e remetida ao depósito da Prefeitura Municipal, independentemente de outras medidas cabíveis.

Art. 11 – Serão apreendidos, independentemente das aplicações das penalidades legais cabíveis, tanto as mercadorias que permaneçam sobre o tabuleiro, após o horário estipulado para desocupação, quanto aos tabuleiros que

permaneçam, ainda que desmontados, no local da feira após o horário fixado para desmontagem ou sem utilização após o horário para comercialização.

Parágrafo Único – As mercadorias perecíveis serão imediatamente doadas às escolas da municipalidade ou instituições de caridade, mediante recibo com a respectiva especificação.

Art. 12 – Os feirantes deverão observar as seguintes normas:

- a) Durante a comercialização, obrigatoriamente, o feirante deverá usar gorro e blusa tipo “jaleco”, de pano azul, com exceção dos feirantes de pescado que usarão os de pano branco, modelo fornecido pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento, sendo obrigatório o uso de calça comprida;
- b) Acatar as ordens ou instruções de pessoal encarregado da supervisão e fiscalização da feira e observar com o público boa compostura, não apregoando suas mercadorias com algazarra ou vozerio;
- c) Colocar os preços das mercadorias bem visíveis;
- d) Não colocar mercadorias e outros objetos fora de seu limite;
- e) Não vender gêneros falsificados, deteriorados, impróprios para o consumo ou, ainda, com falta nos pesos e medidas;
- f) Respeitar os horários determinados para o início e encerramento da feira;
- g) Apresentar, sempre que solicitado a carteira de feirante e o Alvará de funcionamento;
- h) Não se utilizar de árvores e postes para quaisquer fins.

Art. 13 – Constituem motivos para revogação da licença do feirante:

- a) Atraso no pagamento dos tributos por um período superior a trinta dias;
- b) A sub-locação total ou parcial do tabuleiro;
- c) Embriaguez no local e horário de funcionamento da feira;
- d) Deixar de comparecer à feira por 3 (três) dias consecutivos, sem apresentar justificativas;
- e) Deixar de comparecer à feira por 3 (três) dias alternados durante o mês e 40 dias alternados durante o ano.

Art. 14 – os feirantes, pessoas físicas ou jurídicas, respondem civilmente pelos atos de seus empregados.

Art. 15 – As penalidades deverão ser aplicadas nas seguintes formas e sempre por notificação:

- a) advertência;
- b) suspensão de, no mínimo, de 5 (cinco) dias;
- c) cancelamento da matrícula.

Art. 16 – Fica expressamente proibido aos supervisores, fiscais de feira e funcionários da Prefeitura Municipal, a compra, venda e posse de qualquer mercadoria, no horário de comercialização, sob pena de serem aplicadas as sanções disciplinares cabíveis.

Art. 17 – Não será permitida a venda ou transferência de ponto ou de direito de localização na feira livre.

Art. 18 – Será permitido ao feirante a comercialização sobre um só tabuleiro.

Parágrafo Único – Os feirantes que possuem concessão para dois ou mais tabuleiros, só terão renovadas as licenças para uso de dois tabuleiros.

Art. 19 – Todas as licenças para localização na feira livre serão concedidas a título precário, podendo ser revogadas a qualquer tempo, sem que assista aos licenciados direito à indenização de qualquer espécie por parte da Prefeitura Municipal.

Art. 20 – Será concedido ao feirante um prazo máximo de 30 dias para se regularizar segundo o disposto neste decreto.

Art. 21 – Os casos omissos neste decreto, serão resolvidos pela Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento, ouvido o Chefe do Executivo.

Art. 22 – Este decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS, 06 de março de 1979.

RAUL DAVID LINHARES CORRÊA

= Prefeito =

Publicado no órgão oficial em 14/03/1979.

**Anexo 7 – PREFEITOS DE CAMPOS****RELAÇÃO DOS PREFEITOS DE CAMPOS – 1904 -2005**

PERÍODO	NOME	ATIVIDADE PROFISSIONAL
1904	Manoel Rodrigues Peixoto	Advogado Início:05/01/1905
1905-1907	Manoel Camilo Ferreira Landim	Advogado
1907-1908	Coronel João Antônio Tavares	Agricultor
1908-1910	Júlio Feidith	Industrial
1910-1911	José Nunes Siqueira	Médico
1911-1915	João Maria da Costa	Advogado
1915-1921	Luiz Caetano Guimarães Sobral	Médico
1921-1923	César Nascentes Tinoco	Advogado
1923-1925	Luiz Caetano Guimarães Sobral	Médico
1925-1928	José Bruno de Azevedo	Comerciante
1928-1930	Benedicto Gonçalves Pereira Nunes	Médico (até 28/03)
1930	Luiz Caetano Guimarães Sobral	Médico
1930	Cap. Asdrúbal Gweyer de Azevedo	Militar
1931-1932	Oswaldo Luiz Cardoso de Melo	Médico
1932-1933	Sílvio Bastos Tavares	Médico
1933-1936	Francisco da Costa Nunes	Engenheiro
1936-1937	Sílvio Bastos Tavares	Médico
1937-1938	Francisco da Costa Nunes	Engenheiro
1938-1939	Luiz Caetano Guimarães Sobral	Médico (até 03/04)
1939	Salo Brand	Engenheiro (13/04 a 19/06)
1940-1942	Mário Pinheiro Mota	Engenheiro (até 22/04)
1942-1945	Salo Brand	Engenheiro (23/04 a 08/09)
1945	Manoel Ferreira Paes	Médico (12/11)
1945	Franklin H. Bittencourt	Func. Público (20/11)
1945-1946	Felipe Sénes	Func. Público (até 23/02)
1946	Manoel Ferreira Paes	Médico (até 10/10)
1946	Franklin H. Bittencourt	Func. Público (12/10)
1946	José do Patrocínio Ferreira	Tte-Coronel (até 06/11)
1946-1947	Achilles Salles Ferreira	Func. Público (até 26/07)
1947	Salo Brand	Engenheiro (até 04/10)
1947	Amaro José de Almeida	Advogado (até 16/10)
1947-1951	Manoel Ferreira Paes	Médico (até 30/01)
1951-1955	José Alves de Azevedo	Advogado (até 31/01)
1955-1959	João Barcelos Martins	Médico
1959-1962	José Alves de Azevedo	Advogado
1962	Edgardo Nunes Machado	Médico (12/06 a 09/11)
1963-1964	João Barcelos Martins	Médico
1964-1966	Rockefeller Felisberto de Lima	Advogado
1966	Carlos Ferreira Peçanha	Advogado
1967-1970	José Carlos Vieira Barbosa	Industrial
1971-1972	Rockefeller Felisberto de Lima	Advogado Início:31/01/71
1973-1976	José Carlos Vieira Barbosa	Industrial
1977-1982	Raul David Linhares Corrêa	Engenheiro
1982-1983	Wilson Paes	Médico
1983-1989	José Carlos Vieira Barbosa	Industrial

1989-1993	Anthony William Matheus de Oliveira	Radialista
1993-1996	Sérgio Mendes Cordeiro	Radialista
1997-1998	Anthony William Matheus de Oliveira	Radialista
1998-2000	Arnaldo Viana	Médico
2001-2004	Arnaldo Viana	Médico
2005	Carlos Alberto Campista	Advogado – janeiro a maio
2005-	Alexandre Mocaiber	Médico

**Anexo 8 – DADOS DEMOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE CAMPOS**

## População do Município de Campos dos Goytacazes

ANO	POPULAÇÃO TOTAL
1900	123.334
1920	175.850
1940	223.373
1950	237.633
1960	292.292
1970	321.370
1980*	348.461
1991**	389.109
2000***	407.172

Fonte: IBGE – CIDE 2000

\* Inclui os totais referentes à Italva, em virtude da emancipação ter ocorrido em 1986.

\*\* Inclui os totais referentes a Cardoso Moreira e São Joaquim, emancipados em 1993.

\*\*\* Dados atuais (sem Italva e Cardoso Moreira)

## **Anexo 9 – Projetos para o Mercado**

**Novo Mercado** – definido como um novo conceito de atividade comercial, um hortomercado, nos moldes já existentes em algumas grandes cidades brasileiras, com muito mais conforto, segurança, estacionamento, comodidade de acesso e higiene com os alimentos. Projetado para ser construído no prolongamento da Avenida Rio Branco (Canal Campos–Macaé) na projetada interseção com a Avenida Princesa Isabel. Localizado atrás do Condomínio Golden Garden, em uma área de 150.000 m<sup>2</sup>. Com uma área construída de 5.163 m<sup>2</sup> em estrutura e cobertura metálica, que se divide em quatro módulos com clarabóias, interligados por corredores cobertos, comportando um total de 470 boxes. Um desses módulos se destinará às atividades de carga e descarga de caminhões e ao comércio atacadista. Os outros três se destinarão ao comércio varejista, com a mesma tipologia atual de produtos comercializados. Em torno desses módulos serão distribuídas 2.529 vagas para automóveis e 48 para caminhões, que terão acesso independente. Está prevista ainda a construção de um terminal rodoviário, em área anexa de 25.000 m<sup>2</sup>, com a criação de novas linhas urbanas circulares que irão interligar os bairros ao mercado.

**Mercado Municipal** – será remodelado após a transferência dos atuais comerciantes para o novo mercado, com a recuperação e manutenção dos detalhes arquitetônicos do edifício. O galpão de estrutura metálica onde atualmente funciona a peixaria e a “feira” será demolido e o local transformado em área de estacionamento e jardim. A estrutura do “mercado coberto” de 1921 seria reformada e os atuais boxes de tamanho reduzido seriam ampliados e ganhariam uma nova finalidade. Todos os boxes da área interna central do edifício seriam retirados, formando uma grande área livre para circulação de pessoas e atividades. Externamente seria circundado por um calçadão e vagas de estacionamento. Esse projeto foi pensado nos mesmos moldes da Rua 24 horas de Curitiba. O mercado se transformaria assim em um centro gastronômico e de artesanato, redefinindo a atividade econômica do local, com incentivo a manifestações culturais regionais e de lazer para a população, aberto durante 24 horas. Dessa forma procurando ordenar o comércio na área, criando melhores condições para os comerciantes estabelecidos e os usuários.

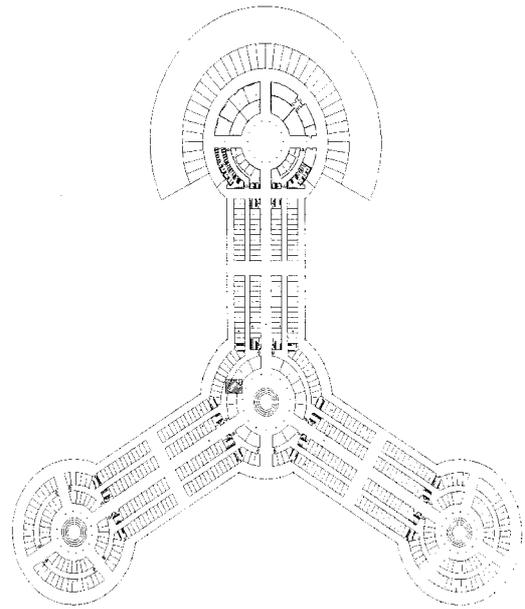


**MERCADO MUNICIPAL**

Privilégio do cidadão | Melhoria da qualidade de vida na cidade  
 Bem-estar social | Geração de renda | Progresso da região  
 Ordenação do Camelódromo | Ordenação do Mercado  
 Restauro do Prédio | Histórico | Criação de Centro Cultural de Artesanato | Animação Social 24hs

**NOVO MERCADO**

Superfície de 200.000m<sup>2</sup> | Área construída de 40.000m<sup>2</sup>  
 Docagem, Estocagem, Câmaras frigoríficas | Venda direta à população  
 Centro atacadista | Bolsa de alimentos | Qualidade do produto



PLANTA CHAVE  
 1/10.000

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.