

Universidade do Vale do Paraíba
Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento
Programa de Pós-Graduação Planejamento Urbano e Regional

Cláudia Maria de Moraes Santos

**A NARRATIVA SOBRE A CIDADE DE TAUBATÉ, SP, POR MEIO DO MERCADO
MUNICIPAL**

São José dos Campos
2023

Cláudia Maria de Moraes Santos

**A NARRATIVA SOBRE A CIDADE DE TAUBATÉ, SP, POR MEIO DO MERCADO
MUNICIPAL**

A NARRATIVE OF TAUBATE CITY SP, THROUGH THE MUNICIPAL MARKET

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade do Vale Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Planejamento Urbano e Regional.

Profa. Dra. Sandra Maria Fonseca da Costa
(Orientadora)

Prof. Dr. Rafael Cunha Ferro (Coorientador)

São José dos Campos

2023

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Santos, Cláudia Maria de Moraes

A narrativa sobre a cidade de Taubaté, SP, por meio do mercado municipal / Cláudia Maria de Moraes Santos; orientadora, Sandra Maria Fonseca da Costa; co-orientador Rafael Cunha Ferro. - São José dos Campos, SP, 2023.

1 CD-ROM, 181 p.

Tese (Doutorado) - Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos. Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional.

Inclui referências

1. Planejamento Urbano e Regional. 2. Espaço. 3. Lugar. 4. Mercado municipal. I. Costa, Sandra Maria Fonseca da, orient. II. Ferro, Rafael Cunha, co-orient. III. Universidade do Vale do Paraíba. Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional. IV. Título.

Eu, Cláudia Maria de Moraes Santos, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 3 de Outubro de 2023.

Cláudia Maria de Moraes Santos

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 30 / 06 / 2023

CLÁUDIA MARIA DE MORAES SANTOS

“A NARRATIVA SOBRE A CIDADE DE TAUBATÉ, SP, POR MEIO DO MERCADO MUNICIPAL.”

Tese aprovada como requisito parcial à obtenção do grau de Doutor, do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade do Vale do Paraíba - Univap, pela seguinte banca examinadora:

Prof. ^a Dr. ^a Sandra Maria Fonseca da Costa	<i>Sandra Maria Fonseca da Costa</i>
Prof. Dr. Rafael Cunha Ferro	<i>Rafael Cunha Ferro</i>
Prof. ^a Dr. ^a Adriane Aparecida Moreira de Souza	<i>Adriane Ap. M. de Souza</i>
Prof. ^a Dr. ^a Maria Aparecida Chaves Ribeiro Papali	<i>Maria Ap. C.R. Papali</i>
Prof. ^a Dr. ^a Heliana Comin Vargas	<i>Heliana C. Vargas</i>
Prof. Dr. Carlos Alberto Corrêa Dias Júnior	<i>Carlos Dias Junior</i>

Prof.^a Dr.^a Lúcia Vieira

Diretora do IP&D – Univap

São José dos Campos, 30 de junho 2023.

DEDICATÓRIA

Dedico esta tese a todos da minha família, por me apoiarem nos momentos de construção desta pesquisa.

AGRADECIMENTOS

À Profa. Dra. Sandra Maria Fonseca da Costa, meu eterno agradecimento pelo acolhimento, dedicação e orientação na elaboração desta tese, pela competência, amizade e incentivo durante esta trajetória.

Ao Prof. Dr. Rafael Cunha Ferro, meu agradecimento pelo tempo dedicado e a paciência às discussões na elaboração deste trabalho.

À Profa. Dra. Valéria Zanetti, minha gratidão pelas orientações e pela direção na elaboração inicial desta tese, pela delicadeza, amizade e por me fazer encantar pelo tema estudado.

À Profa. Maria Regina Aquino, que foi a minha incentivadora e me orientou nos primeiros passos rumo à tese.

À Profa. Maria Aparecida Chaves Ribeiro Papali, pelos ensinamentos e pela indicação dos autores que me direcionaram e me fortaleceram na construção da história do mercado.

À Profa. Adriane Aparecida Moreira de Souza, que nos momentos difíceis me estendeu a mão e me fortaleceu para que eu chegasse ao fim deste trabalho.

À Profa. Lidiane Maria Maciel pelo sorriso e pelas orientações em rumo à etnografia.

Ao corpo docente do Programa de Doutorado em Planejamento Urbano e Regional da Universidade da Vale do Paraíba, doutores que nos orientaram no desafio da pesquisa, enriquecendo a busca de novos conhecimentos.

Aos colegas de doutoramento, em especial aos amigos Aline Costa, Gláucio Souza e Maria Helena Silva, que compartilharam comigo alegrias e frustrações em conversas, dúvidas e respostas em nossa trajetória acadêmica.

Às técnicas Miriam e Nanci, da Secretaria de Pós-Graduação do I.P.&D., por todo apoio ao longo desta trajetória.

À UNIVAP, pelo apoio financeiro, concedendo uma bolsa institucional, e pela permissão para realizar a pesquisa.

Ao diretor do curso de Tecnologia em Gastronomia, Celso Antônio Meneguetti, pelo apoio institucional e incentivo a esta tese.

Ao coordenador do curso de Tecnologia em Gastronomia, Eiji Nitta Matsuura, pelo apoio e incentivo a este estudo.

Aos amigos da UNIVAP, em especial as queridas amigas Ananda Oliveira, Viviane Monteiro e Érika Santos, que contribuíram com este trabalho, apoiando e incentivando nos momentos difíceis.

Aos amigos, Adriana Gasparin e Gustavo Mattje, que contribuíram com este trabalho, colaborando com informações relevantes sobre o tema e me dando suporte nas diversas etapas do trabalho.

A bibliotecária Rúbia Gravito e toda sua equipe, pelo carinho e pelos esclarecimentos nas dúvidas e dicas sobre o referencial teórico.

Ao amigo e professor da graduação Carlos Eugênio Monteclaro. Cesar Júnior, por gentilmente ter cedido seus mapas e ilustrações para enriquecer esta tese.

Por me fazer apaixonar pelo mercado, agradeço ao meu pai Paulo (*in memoriam*). À minha mãe (*in memoriam*), por sempre me motivar a estudar e por me ensinar a importância do conhecimento.

À minha família, que tanto amo, especialmente ao meu marido Giovani, pela compreensão e por me suportar nos dias difíceis, aos meus filhos, genros e noras Maria Thereza, Jean, Camila, Rafael, Renan, Gabriela, João Victor e Marília, pelo apoio e incentivo e as minhas netas Beatriz Rosa e Luiza Lopes, que me alegraram e encheram minha vida de luz e cores.

EPÍGRAFE

“Praticar o espaço é, portanto, repetir
a experiência jubilatória e silenciosa
da infância”

Michel de Certeau

RESUMO

A proposta da presente pesquisa, qualitativa e de caráter exploratório, é analisar a significação do Mercado Municipal de Taubaté como elemento estruturador do espaço intraurbano e do desenvolvimento da cidade, acompanhando as dinâmicas desse espaço, sem deixar de lado os sujeitos envolvidos, para compreender se o mercado é um lugar de pertencimento vinculado à tradição, entendendo-se sua importância a partir das narrativas urbanas. Percebe-se que os mercados, onde os frequentadores estabelecem uma interação com os feirantes e comerciantes locais, por meio de experiências e troca de conhecimentos, não são apenas os espaços físicos nos quais acontecem as relações comerciais, mas também proporcionam as relações sociais. Para a análise proposta, estabeleceu-se um recorte temporal compreendido em dois períodos: o primeiro, a partir do ano de 1860, com data de início de funcionamento do mercado municipal no núcleo urbano, até meados do século XX; o segundo período aborda o processo de urbanização de Taubaté, sua expansão territorial e as alterações da centralidade, a partir da década de 1950, até os dias atuais. Portanto, a ideia é investigar não só o mercado municipal, mas as relações sociais que acontecem nesse espaço a partir das narrativas da população e considerando as transformações ocorridas em seu entorno, por meio de pesquisa documental, em bases de dados de domínio público, utilizando-se atas, mapas, jornais do município, cartas patrimoniais, registros da Prefeitura Municipal de Taubaté e do acervo histórico da Divisão de Museus, Patrimônio e Arquivo Histórico de Taubaté, documentos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Os resultados esperados buscam verificar as hipóteses com base na matriz conceitual, apresentando uma estrutura norteadora para a compreensão das dinâmicas que aconteceram no espaço e no entorno do mercado municipal e que contribuíram, ou não, para o desenvolvimento urbano da cidade de Taubaté nos diferentes contextos históricos aqui estudados.

Palavras-chave: espaço; lugar; mercado municipal; Planejamento urbano.

A NARRATIVE OF TAUBATE CITY SP, THROUGH THE MUNICIPAL MARKET

ABSTRACT

The aim of this qualitative and exploratory research is to analyze the significance of the Municipal Market of Taubaté as a structuring element of the intra-urban space and the development of the city, following the dynamics of this space, without leaving aside the actors involved, to evaluate if the market is a place of belonging linked to tradition, understanding its importance from urban narratives. It is noticed that markets are not only physical spaces, where commercial relationships take place, but also provide social relationships, in which regular visitors establish an interaction with local marketers and traders, through experiences and exchange of knowledge. In this sense, a time frame comprising two periods of analysis was defined: the first, from the year 1860, when the municipal market began to operate in the urban center, until the mid-twentieth century; the second period addresses the urbanization process of Taubaté, its territorial expansion and changes in centrality, from the 1950s to the present day. Therefore, the idea is to investigate not only the municipal market, but the social relations that take place in this space from the narratives of the population and the transformations that have taken place in its surroundings, through documentary research, in public domain databases, using minutes from the local chamber, maps, municipal newspapers, heritage charts, records from the Municipality of Taubaté and the historical collection of the Division of Museums, Heritage and Historical Archives of Taubaté, documents from the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), and from the Institute of Heritage National Historical and Artistic (IPHAN). The expected results seek to verify the hypotheses based on the conceptual matrix, presenting a guiding structure for the understanding of the dynamics that happened in the space around the Municipal Market and that contributed, or not, to the urban development of the city of Taubaté in different historical contexts. studied here.

Keywords: space: place; municipal market; Urban planning.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Vila de Taubaté com menção à aldeia Guaianás	52
Figura 2 – Vila de Taubaté	54
Figura 3 – Aquarela da cidade de Taubaté (1768-1848)	55
Figura 4 – Taubaté e Convento de Santa Clara por Nair Opromolla de Araújo (1835).	58
Figura 5 - A Cidade de Taubaté em 1820, com a localização aproximada do mercado municipal na região do Tanque da Aguada.....	61
Figura 6 - Obra intitulada <i>The Winter</i>	69
Figura 7 – Obra intitulada <i>Meat and Fish Market (Winter)</i>	69
Figura 8 – Obra intitulada <i>Poultry Seller (Market Scene)</i>	70
Figura 9 – Obra intitulada <i>Allegory of Autumn</i>	71
Figura 10 - Localização da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte	75
Figura 11 – Primeiro Mercado Municipal de Taubaté, construído em 1860 e substituído pelo novo mercado, em 1915.....	76
Figura 12 - Anúncios de comércio, publicados no jornal local “O Liberal Taubateense”, publicado em 1888	78
Figura 13 – O Novo Mercado de Taubaté, inaugurado em 1915	79
Figura 14 - A Cidade de Taubaté em diferentes momentos: (a) os mapas produzidos, mostrando a área urbana entre 1820 e 1930; (b) gráfico que apresenta as áreas, em km ² , de cada ano, e a taxa de urbanização	81
Figura 15 – Dia de Feira, nas proximidades do Mercado Municipal.....	83
Figura 16 – Comercialização de produtos, nas proximidades do Mercado Municipal	85
Figura 17 – Mapas de evolução no intraurbano da cidade de Taubaté com foco no entorno do Mercado Municipal de Taubaté	89
Figura 18 – Alterações no intraurbano, entorno do Mercado Municipal de Taubaté.....	91
Figura 19 – Salgados (a) banca água de coco (b) banca frutas em pedaço (c)	94
Figura 20 – Queijos de Minas Gerais (a) bacalhau (b) camarão seco Norte (c).....	95
Figura 21 – Esboço do Velho Mercado, em Taubaté (1857)	97
Figura 22 – Lembrança da Inauguração (1915).....	98
Figura 23 – Vista da Entrada Principal do Mercado Novo (1915)	98
Figura 24 – Dia de feira nos arredores do Mercado Municipal de Taubaté em 1944	99
Figura 25 – Cenas do cotidiano no mercado por Joe Julius Heydecker: feirante em dia de feira	100
Figura 26 – Cenas do cotidiano no mercado por Joe Julius Heydecker: Conversas na feira	101
Figura 27 – Vista aérea da região do mercado municipal, s/d. O mercado está marcado em vermelho.....	102

Figura 28 – Feirantes com estruturas fixas ao redor do relógio nos arredores do Mercado Municipal de Taubaté (a) Relógio, ambos os registros de 1969 (b)	103
Figura 29 – Feirantes com estruturas fixas de alvenaria (a) vista interna cobertura metálica (b) cobertura acrílica lateral externa do Mercado Municipal de Taubaté (c)	103
Figura 30 – Vista aérea, com destaque para a cobertura metálica, do Mercado Municipal de Taubaté, década de 1990.....	104
Figura 31 – Perspectiva Mercado Municipal por Monteclaro César Júnior, 2001...	107
Figura 32 – Nuvem de palavras sobre pertencimento	110
Figura 33 – Placas de Atrativos Turísticos	111
Figura 34 – Tempos de Pandemia Covid-19 em 2020.....	112
Figura 35 – Cenas do cotidiano em tempos da Pandemia Covid-19	114
Figura 36 – Tempos da Pandemia Covid-19 nos arredores do mercado em 2021	115
Figura 37 – Tempos da Pandemia Covid-19 no espaço interno do mercado em 2021	116
Figura 38 – (a) Pastelaria (b) Temakeria (c) Barraca externa caldo de cana (2023)	119
Figura 39 – (a) Exposição dos produtos no passado (s/d) (b) Exposição dos produtos atualmente (2023)	122
Figura 40 – (a) Exposição das frutas para serem vendidas por bacia no passado (s/d) (b) Exposição das frutas para serem vendidas por bacia atualmente (c) Novo formato de venda de frutas em embalagens plásticas (2023)	122
Figura 41 – (a) Ervateiro vendendo seus produtos no passado (s/d) (b) ervateira vendendo suas ervas (2018) (c) ervas em exposição (2023).....	123
Figura 42 – Feira da Barganha	125
Figura 43 – Bica do Bugre (a), no passado (s/d), por volta dos anos 70 (b) e (c) no presente (2023)	127
Figura 44 – Praça Campos Salles no passado (a) (s/d); Praça Campos Salles no presente (b) Camelódromo (2023).....	131
Figura 45 – Monumento Comemorativo ao I Centenário da elevação de Taubaté à categoria de cidade: no passado (a), s/d); (b) e (c) no presente (2023).....	131
Figura 46 – Largo do Santana: (a) No passado (s/d); (b) No presente (2023)	132
Figura 47 – Box Interno do Mercado Municipal de Taubaté (a) no ano de 2014 (b) atualmente em 2023.....	136
Figura 48 – Banca de frutas (a), ala das flores, (b) e banca de flores (c) (2023) ...	139
Figura 49 – Banca de verduras (a), box de grãos e diversos (b) box de peixes e frutos do mar (c) (2023).....	140
Figura 50 – Preparações à base de milho (a), banca de frutas (b) queijos de Minas (c) (2023).....	141

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Dissertações que contêm a palavra-chave “mercado municipal”	63
Tabela 2 - Teses selecionadas por meio da palavra-chave mercado municipal	65
Tabela 3 - Número de Habitantes do Município de Taubaté (1896 - 1950).....	80
Tabela 4 - Número de Habitantes do Município de Taubaté (1970 - 2010).....	86

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEP	-	Comitê de Ética em Pesquisa
IBGE	-	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE),
IPHAN	-	Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)
MERCATAU	-	Mercado Atacadista de Taubaté
SCIELO	-	Scientific Electronic Library Online
SCOPUS	-	Base de Dados
OMS	-	Organização Mundial da Saúde
RMVPLN	-	Região Metropolitana Vale do Paraíba e Litoral Norte
SEADE	-	Sistema Estadual de Análise de Dados Estatísticos
TCLE	-	Termo de Consentimento Livre Esclarecido
UNA-SUS	-	Universidade Aberta do Sistema Único de Saúde
UNICAMP	-	Universidade de Campinas
UNIVAP	-	Universidade do Vale do Paraíba
USP	-	Universidade de São Paulo
WoS	-	Web of Science

APRESENTAÇÃO

O conceito de lugar vai além do espaço físico. Essa será uma premissa para tratarmos o mercado municipal como objeto de estudo que, para muitos, é visto como um lugar comercial, onde apenas se estabelecem as relações econômicas de venda de mercadorias; outros o entendem como um lugar social, onde as relações são promovidas pela convivência e pela troca de conhecimentos entre os comerciantes e os frequentadores que ali circulam. Neste estudo, traremos as diferentes dimensões desse espaço: histórica, funcional e social, com forte ênfase nas trocas de saberes e fazeres e nas relações de sociabilidade, amparadas pelo suporte da memória.

Tenho forte relação com o Mercado Municipal de Taubaté. A minha experiência com esse espaço se iniciou ainda na infância, quando acompanhava meu pai nas compras semanais de hortifrutis para abastecimento da minha família. Essa rotina perdurou por anos e, conseqüentemente, acompanha a minha vida adulta.

Do aprendizado adquirido no mercado, e que com o tempo foi se transformando, percebo que o ato de reconhecer o melhor alimento me fortaleceu na profissão de professora de Gastronomia. Desta forma, esse lugar tem meu respeito, pois o reconheço como um espaço de conhecimento, repleto de beleza, aromas e sabores, um espaço às vezes confuso, mas carregado de informações e significados.

Ao caminhar pelas ruas próximas ao mercado e na área em que esse equipamento público está inserido, percebia a grandeza daquele lugar. Quando criança, o entorno era por mim percebido como um mosaico composto por casarões coloridos, ruas estreitas de paralelepípedos, caminhos para se chegar à Praça Campos Salles; trajeto que me fazia feliz, pois sabia que o mercado estava próximo, com suas barracas de madeiras cobertas com lona e repleta de alimentos variados. O conjunto desse lugar representava para mim uma profusão de pessoas, um ir e vir de feirantes, comerciantes e frequentadores do mercado.

Com o passar dos anos, a paisagem de seu entorno mudou, e a minha percepção com relação às dimensões do mercado também. Os elementos estruturais tomaram novos significados. Os casarões do século XVIII não configuravam mais um mosaico de cores; suas pinturas, desgastadas pelo tempo, ofuscaram a minha visão por não serem, há muito, renovadas. O uso desses casarões também se modificou, muitos deixaram de ser residências para dar espaço ao comércio local, fator que

transformou suas fachadas, e novos elementos passaram a serem inseridos; letreiros, luminosos e outdoors, complementam as vitrines dos estabelecimentos.

As residências se deslocaram do entorno do mercado para bairros mais afastados. O tumulto, a interdição das ruas e a sujeira local foram fatores que contribuíram para essa decisão.

Hoje, ao caminhar pelas avenidas, ruas, calçadas e calçadões que circundam o mercado, percebo que as mudanças são inevitáveis, e as cidades acabam absorvendo as transformações. Ruas se transformam em avenidas, rios são canalizados, asfaltos cobrem os paralelepípedos, e as calçadas acabam se unindo e se transformando em calçadões. Muitas dessas mudanças foram necessárias para melhorar o fluxo de pessoas que circulam por ali e o espaço em que se encontra o Mercado Municipal de Taubaté.

Há quem reconheça a condição de não lugar aos espaços de trânsito, incluindo mercados e supermercados (AUGÉ, 1994). Porém, acredito que esses lugares têm uma grande representatividade para a população e se constituem como lugares de convivências, trocas e saberes. Foi sobretudo a busca dessa afirmação que me motivou a investigar o Mercado Municipal de Taubaté como um elemento irradiador da história da cidade, um lugar de pertencimento, fortalecido por minhas memórias e pelas histórias vividas de muitos que têm, naquele espaço, uma referência das sociabilidades coletivas.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
1.1 Problemática e questões.....	20
1.2 Hipótese.....	21
1.3 Objetivos	22
1.3.1 <i>Objetivo geral</i>	22
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	22
1.4 Relevância do Estudo/Justificativa	23
1.5 Materiais e Métodos	24
1.5.1 <i>Definição da questão-problema</i>	25
1.5.2 <i>Pergunta norteadora</i>	25
1.5.3 <i>Organização da Metodologia</i>	25
1.5.4 <i>Natureza da Pesquisa</i>	25
1.5.5 <i>O método</i>	27
1.5.6 <i>Local do Estudo</i>	30
1.5.7 <i>População e Amostra do Estudo</i>	30
1.5.8 <i>Procedimento para a Coleta de Dados</i>	31
1.5.9 <i>Análise dos resultados</i>	32
2 O ESPAÇO URBANO, O INTRAURBANO, O LUGAR E AS CENTRALIDADES	35
2.1 A cidade e o espaço intraurbano	35
2.2 A cidade no espaço e tempo, reflexões sobre sua origem e estruturação urbana	42
3 TAUBATÉ: UMA CIDADE COLONIAL NO VALE DO PARAÍBA, SÃO PAULO ...50	
3.1 Breve História de Taubaté, um olhar dos viajantes.....	51
4 O CONTEXTO DOS MERCADOS MUNICIPAIS: DAS ORIGENS AOS TEMPOS ATUAIS	62
4.1 Uma pesquisa exploratória sobre o tema	62
4.2 Os Mercados Municipais no contexto histórico	66
5 O PROCESSO DE CRESCIMENTO DA CIDADE DE TAUBATÉ E O MERCADO MUNICIPAL	75
6 A IMPORTÂNCIA DO MERCADO MUNICIPAL DE TAUBATÉ COMO UM LUGAR DE REPRESENTATIVIDADE PARA A POPULAÇÃO	93
7 O MERCADO MUNICIPAL DE TAUBATÉ E O SABER POPULAR	118
7.1 O mercado à luz de quem o conhece	121
7.2 Como a “cidade” se alimenta: Um olhar a partir do Mercado Municipal de Taubaté sobre alimentação e saber popular.	133
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
REFERÊNCIAS	154
APÊNDICE I – ROTEIRO DE ENTREVISTA DOS PROFISSIONAIS I (permissionários e feirantes)	164
APÊNDICE II – ROTEIRO DE ENTREVISTA DA COMUNIDADE (população frequentadora do mercado municipal)	166
APÊNDICE III – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	168

ANEXO I – PROTOCOLO CERTIDÃO DE ANUÊNCIA.....	171
ANEXO II – PROCESSO CERTIDÃO DE ANUÊNCIA.....	172
ANEXO IV - SESSÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DA INTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TAUBATÉ”	179

1 INTRODUÇÃO

Desde a Antiguidade, a distribuição e a troca de mercadorias teve um papel importante na formação das cidades. A atividade comercial contribuiu para a organização dos espaços onde essas práticas eram realizadas. Com o passar do tempo, esses espaços foram se transformando, adquirindo atributos e características sociais, mas mantendo sua identidade original. Assim, os mercados consolidaram, reinventaram e validaram sua existência em diferentes contextos econômicos e socioculturais.

Inicialmente os mercados municipais foram espaços que surgiram para possibilitar o encontro social, a organização do comércio e trocas de mercadorias. Com o passar do tempo, esses espaços foram se transformando, adquirindo novos atributos e novas características, transformando-se em lugares dotados de valores e mantendo sua identidade original. Assim, os mercados se consolidaram, se reinventaram e validaram sua existência em diferentes contextos econômicos e socioculturais.

No Brasil, os mercados municipais se estabeleceram a partir das feiras livres, onde, no período colonial, eram realizadas as trocas de produtos entre fazendeiros, indígenas, escravos, colonos e comerciantes. Aos poucos, as feiras livres foram se consolidando como espaços de vivência, assumindo assim novos significados e não apenas o de troca de mercadorias (Reis, 2013).

Considerando tais aspectos, este estudo visa refletir sobre as narrativas dos frequentadores desse lugar, pessoas comuns, permissionários¹, comerciantes do entorno e profissionais do poder público que contribuíram para as mudanças em sua estrutura e de seu entorno, analisando a importância do referido espaço como um lugar de pertencimento e tradição da população e como um elemento intraurbano estruturador da região central de Taubaté. Entende-se que os mercados são espaços físicos onde acontecem as relações comerciais de compra de mercadorias, mas que também proporcionam as relações sociais, uma vez que os frequentadores estabelecem uma interação com os feirantes e comerciantes locais, por meio de experiências e troca de conhecimentos.

¹ Pessoas que têm a autorização de exploração privada de espaços públicos dos mercados municipais.

Para analisar este lugar como um local de representatividade social e elemento intraurbano, será imprescindível entender a história do mercado municipal e verificar a relação que o lugar estabelece com o poder público local, a fim de verificar se esse espaço tem sido contemplado na legislação urbana do Município e em documentos oficiais, como o Plano Diretor, Plano Diretor de Turismo, a Lei Orgânica e a Lei de Zoneamento.

O estudo pretende investigar, a partir de entrevistas, se o mercado municipal permanece como um elemento estruturador da região central da cidade, considerando as dinâmicas de produção do espaço e as transformações do seu entorno, mudanças decorrentes ao processo de urbanização da cidade de Taubaté, localizada na Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVPLN).

A cidade de Taubaté se encontra em uma excelente localização geográfica. O município situa-se em um dos principais corredores de tráfego do país, a Rodovia Presidente Dutra, no eixo Rio de Janeiro – São Paulo. Próxima às cidades turísticas de Ubatuba, Aparecida e Campos do Jordão.

A área territorial do município é de 625.003 km², sua população urbana é de 301.096 habitantes; a população rural de 6.265 habitantes, totalizando 307.361 habitantes, com uma taxa de 98% de urbanização (Fundação SEADE, 2020). Sua densidade geográfica é de 445,98 hab/km² e o índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM) é de 0.800 (IBGE, 2023). Seu produto interno bruto (PIB) é de 46.886,82 per capita (IBGE, 2023).

A partir dos dados documentais históricos e das narrativas dos entrevistados, pretende-se analisar o Mercado Municipal de Taubaté como espaço de saber vinculado a valores arquitetônicos e à tradição, lugar que acomoda, além das mercadorias locais, as trocas simbólicas dos saberes e fazeres (conhecimento popular) e de como a “cidade” se alimenta. O recorte temporal estabelecido compreende dois períodos distintos para a análise: o primeiro, a partir do ano de 1860, com data de início de funcionamento do mercado municipal no núcleo urbano, até meados do século XX; o segundo período aborda o processo de urbanização de Taubaté, sua expansão territorial e as alterações da centralidade.

1.1 Problemática e questões

Para Martins (2000, p. 94), “os novos problemas surgem sempre das novas indagações, propostas justamente a partir da “consciência” dos “vazios” contidos nos sistemas de conhecimento”. Sob essa perspectiva, devemos buscar novas perguntas para responder às inquietações do cotidiano que, por muitas vezes, passam despercebidas. O desenvolvimento de novas técnicas de análise nos permite refletir sobre os processos socioespaciais, as inter-relações da sociedade com o lugar, com o território e com o tempo.

Para entender a permanência do mercado municipal como um equipamento urbano irradiador das mudanças em seu entorno, faz-se necessário uma imersão nos conceitos que embasam o planejamento urbano. Assim, para este estudo, optou-se por análises a partir do conhecimento, da fundamentação teórica e do desenvolvimento de técnicas que nos permitam investigar e refletir sobre os processos socioespaciais da cidade de Taubaté e das inter-relações da sociedade com o lugar, o território, o espaço e o tempo.

Ao longo do processo de urbanização ocorreram transformações físicas e simbólicas no centro histórico da cidade de Taubaté, região onde se localiza o mercado municipal. Para a compreensão dessas mudanças, valemo-nos dos conceitos sobre centralidade, espaço urbano, espaço intraurbano, lugar, não lugar, tradição e memória.

O mercado municipal, por ser um espaço de tradição, manteve sua funcionalidade, mas perdeu alguns de seus atributos para os novos empreendimentos que foram se estabelecendo na cidade, tornando-o um lugar com menos prestígio aos olhos do poder público e dos segmentos mais abastados da sociedade.

Com base nos conceitos de Harvey (2006), percebe-se que ainda como consequência da pós-modernidade, há uma ruptura cultural entre o valor simbólico do mercado como detentor de saberes-fazer. Transformado em lugar de passagem, o mercado tem sido tratado, no âmbito das Ciências Sociais, como um lugar apenas de fluidez e de consumo, o que constitui um fenômeno que para alguns estudiosos pode, em pouco tempo, tender à transformação dos mercados em não lugares (AUGÉ, 1994).

No estudo da região central de Taubaté, será necessário considerar as dinâmicas de produção do espaço e o crescimento por meio das transformações no

processo de urbanização. Como premissa, deve-se analisar o processo do desenvolvimento da malha urbana no entorno do mercado, a sociedade e o seu cotidiano. Considerando as dinâmicas do desenvolvimento da cidade de Taubaté, será necessária a compreensão dos elementos que configuram a produção do espaço urbano na área de abrangência do mercado municipal e no seu entorno, para compreensão das diferentes reestruturações desse espaço ao longo da história.

Considerando tal contexto, foram elencadas perguntas que servirão de partida para alguns questionamentos:

1. Como um equipamento urbano influencia na transformação do espaço urbano de uma cidade?
2. As transformações da cidade de Taubaté são evidenciadas pelas narrativas dos frequentadores do mercado, de modo que o Mercado Municipal de Taubaté pode ser considerado um lugar de pertencimento da população, fortalecido por sua simbologia, representatividade e funcionalidade?
3. O Mercado Municipal de Taubaté é reconhecido como um espaço de aprendizagem e transmissão de conhecimento popular entre os permissionários, feirantes e a comunidade frequentadora do lugar?

1.2 Hipótese

A compreensão do espaço do mercado municipal e as dinâmicas sociais envolvidas em seu contexto estabeleceram diretrizes para entender a permanência desse espaço na região central da cidade em estudo. A hipótese para tais questionamentos é que realmente o Mercado Municipal de Taubaté exerceu um papel importante no processo de estruturação da cidade, inclusive fazendo parte como um elemento urbano irradiador da organização urbana e da centralidade histórica de Taubaté. Nesse aspecto, a partir das narrativas da população sobre a presença do mercado na área urbana da cidade, é possível delimitar em que momento da história surgem as novas centralidades, alterando seus significados e transformando-o em um lugar de pertencimento da população.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Este estudo tem por objetivo analisar a significação do Mercado Municipal de Taubaté como elemento estruturador do espaço intraurbano e como lugar de pertencimento vinculado à tradição, compreendendo sua importância a partir das narrativas urbanas, ao longo dos anos.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Investigar o entorno do mercado municipal, atualmente, compreendendo os conceitos de espaço urbano e intraurbano; analisar se as mudanças contribuíram para o desenvolvimento urbano e a alteração da centralidade do município;
- b) Apresentar a evolução da cidade de Taubaté, desde seu surgimento no período colonial, a partir de pesquisas em documentos históricos, mapas, fotografias, jornais; e em instrumentos urbanísticos, como Plano Diretor, Plano Diretor de Turismo e Lei Orgânica do município;
- c) Contextualizar a origem dos mercados municipais, apresentando a evolução histórica de sua origem a sua funcionalidade atualmente.
- d) Analisar a importância do mercado municipal como um marco do desenvolvimento urbano do município, analisando se a construção e o espaço físico, encontram-se valorizados como um patrimônio histórico ou foram modificados e (re) organizados no processo de modernização do centro urbano do município em estudo;
- e) Entender o significado do mercado para os frequentadores e para a população de Taubaté;
- f) Verificar se o Mercado Municipal de Taubaté é considerado um lugar de saber vinculado ao conhecimento popular e à tradição.

1.4 Relevância do Estudo/Justificativa

O estudo sobre a permanência do Mercado Municipal de Taubaté na região central do município é relevante, considerando-se que o propósito desta pesquisa é compreender, por meio das narrativas da população, a significação e a permanência do Mercado Municipal de Taubaté na região central (centro histórico) do município, e partindo da premissa de que essa problemática está compreendida na análise das transformações da malha urbana do entorno desse lugar e das implicações no desenvolvimento urbano da cidade.

Para avaliar o espaço em foco no estudo como lugar de pertencimento, necessita-se da compreensão dos conceitos de lugar, tradição, conhecimento popular, espaço e suas variadas dimensões para uma posterior análise da permanência do mercado municipal como um lugar de resiliência, que, mesmo perdendo seus atributos ao longo dos anos em função das transformações intraurbanas ocorridas em seu espaço e no entorno, mantém sua simbologia, representatividade e funcionalidade para a população. Desta forma, o estudo se justifica em função da necessidade de compreensão do elemento intraurbano “mercado municipal” como irradiador das transformações ocorridas na região na qual está inserido, visto que há poucas pesquisas relevantes nesta temática na área do Planejamento Urbano e Regional.

Parte-se da premissa de que o fenômeno de transformações ocorridas no espaço e entorno deste mercado municipal foram acarretando uma desordem organizacional do espaço urbano. Já sua estrutura física sofreu modificações, que descaracterizaram a construção original, mas ainda assim o mantiveram como um lugar de tradição.

No estudo da região central da cidade, onde está inserido o mercado municipal, será necessário considerar as dinâmicas de produção do espaço e o crescimento por meio das transformações no processo de urbanização. Como premissa, devem-se analisar os processos de políticas públicas, da produção do capital e ainda da sociedade local e o seu cotidiano.

Outra análise que justifica este estudo é considerar as dinâmicas do desenvolvimento da cidade como elementos que configuram a produção do espaço urbano em torno do Mercado Municipal de Taubaté e suas reestruturações ao longo da história, tais como, as mudanças do arruamento, a construção dos calçadões e as

desapropriações dos imóveis para a alargamento das vias e as alterações da centralidade do município.

Com base na história, e propondo fundamentar uma discussão teórica a respeito do processo de desenvolvimento da cidade de Taubaté, a partir do entorno de seu mercado municipal, o estudo pretende elaborar uma matriz conceitual que proporcione embasamento teórico para a compreensão dos diferentes contextos, desde a história até as significativas transformações ocorridas no espaço urbano ao redor do Mercado Municipal de Taubaté.

Assim, busca-se apresentar a matriz conceitual a partir de uma estrutura que apresente a compreensão das dinâmicas que aconteceram no desenvolvimento urbano da cidade, considerando as narrativas da população apoiadas na memória coletiva, com o aporte da memória individual nos diferentes contextos históricos aqui estudados.

1.5 Materiais e Métodos

A busca de respostas a esses questionamentos embasa nossa pesquisa, cuja problemática está baseada na análise das transformações do espaço em torno do equipamento urbano Mercado Municipal de Taubaté, por meio da sua história, a partir de documentos do acervo histórico, das narrativas e das práticas socioespaciais da população.

Nessa etapa será definido o caminho a ser seguido, indicando o procedimento de forma racional e sistemática, com o objetivo de proporcionar respostas aos questionamentos propostos (Gil, 2002).

Pretende-se, assim, desenvolver a análise de como um espaço é detentor de história e memória, a importância desse lugar para a comunidade, como a população dele se apropria e o mantém como um espaço identitário para a cidade, mesmo que tal espaço e seu entorno tenham sofrido degradação e transformação ao longo dos anos. E finalmente entender como as dinâmicas ocorridas nesse território contribuíram para a permanência do mercado na região central do município mesmo com as alterações de centralidade ocorridas no município.

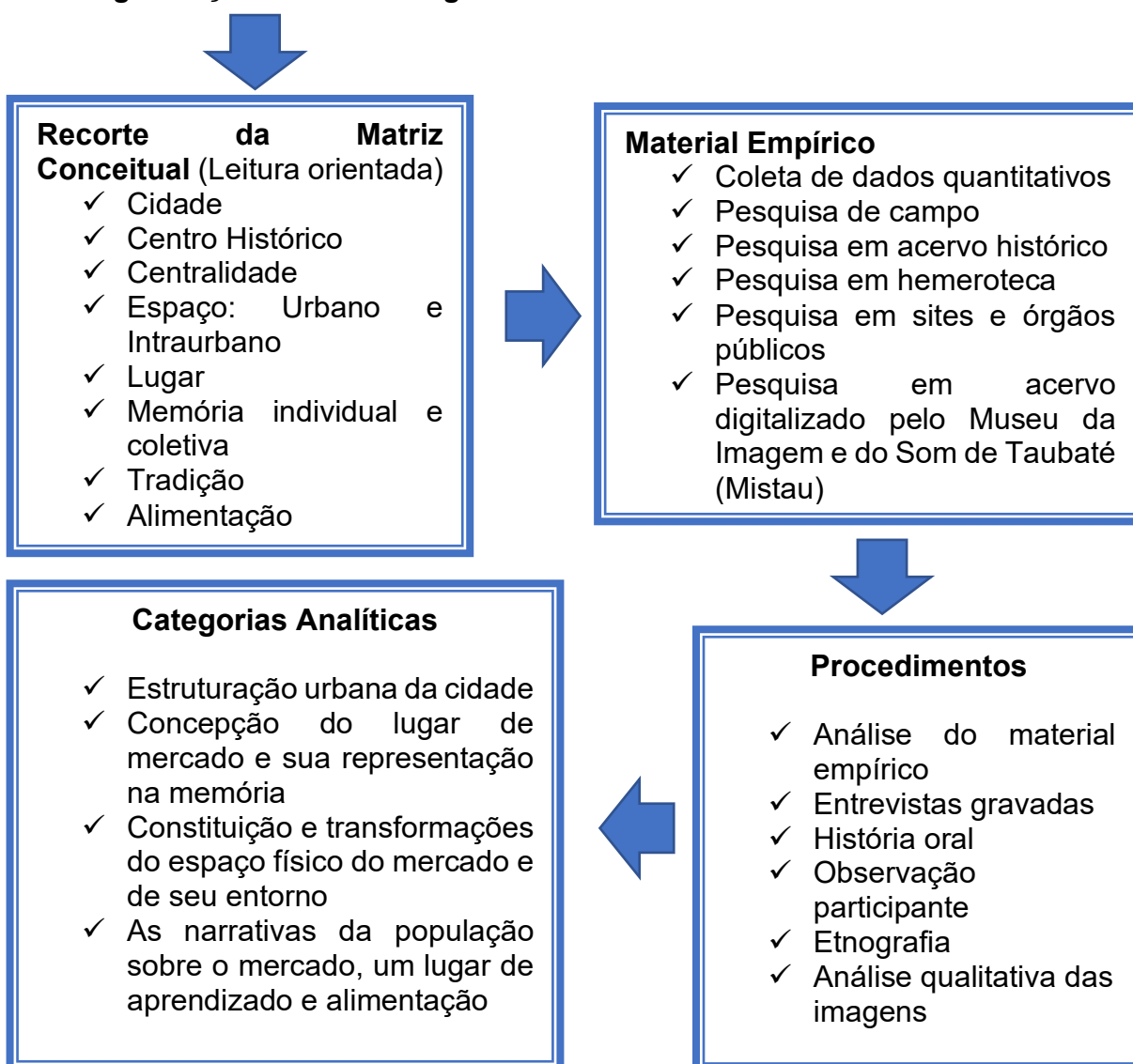
1.5.1 Definição da questão-problema

Como um equipamento urbano influencia na transformação do espaço urbano de uma cidade?

1.5.2 Pergunta norteadora

As transformações da cidade de Taubaté são evidenciadas pelas narrativas dos frequentadores do mercado; desta forma o Mercado Municipal de Taubaté pode ser considerado um lugar de pertencimento da população, fortalecido por sua simbologia, representatividade e funcionalidade?

1.5.3 Organização da Metodologia



Com o intuito de responder aos objetivos propostos neste trabalho, optaremos pela pesquisa qualitativa que tem como objetivo “compreender e se aprofundar nos fenômenos, que são explorados a partir da perspectiva dos participantes em um ambiente natural e em relação a um contexto (Sampieri; Collado; Lucio, 2013, p. 376). Dessa forma utilizaremos informações bibliográficas para situar a pesquisa de forma exploratória, descritiva e documental.

Segundo Gil (2002), a finalidade da pesquisa exploratória é familiarizar-se com o problema, e conseguir uma nova compreensão deste, frequentemente para poder explicitá-lo ou constituir hipóteses. Podemos reforçar que esta pesquisa propicia o aprimoramento das ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é flexível, possibilitando a consideração de variados aspectos relativos ao assunto estudado. A forma a ser trabalhada será a de pesquisa bibliográfica (Gil, 2002).

A pesquisa descritiva, ainda de acordo com Gil (2002), tem como objetivo apresentar características de uma população ou fenômeno e estabelecer relações entre as variáveis. A pesquisa descritiva, associada com as exploratórias, é habitualmente utilizada nas pesquisas sociais.

A pesquisa documental se assemelha à pesquisa bibliográfica, sendo o diferencial a natureza das fontes. Nesse formato de pesquisa, os materiais a serem analisados podem necessitar um tratamento analítico dos resultados (Gil, 2002).

A pesquisa é um conjunto de processos aplicados no estudo de um fenômeno. Para este estudo utilizar-se-á a pesquisa de abordagem qualitativa e caráter exploratório (Sampieri; Collao; Lucio, 2013).

A pesquisa qualitativa é um processo indutivo, interpretativo, interativo e recorrente, com a abordagem exploratória, visando pesquisar problemas pouco estudados, indagações de perspectivas inovadoras, que ajudam a identificar conceitos promissores e preparam a área para novos estudos (Sampieri; Collado; Lucio, 2013).

Dentro da metodologia proposta, adotou-se o método de pesquisa qualitativa proposto por Loizos (2002), utilizando a fotografia como elemento de grande potencial para a pesquisa histórica e de registro das transformações ocorridas no edifício do mercado municipal e no seu entorno. Sobre esse método, o autor reforça que:

se alguém está interessado em investigar ou mostrar a natureza específica da mudança, então as fotografias feitas em intervalos regulares, dos mesmos lugares, podem ser ilustrativas. Mudanças em bairros urbanos, paisagens e conteúdo de um quarto; o estado de uma

árvore, de uma parede ou de um corpo humano "antes" e "depois" de uma mudança importante; tudo isto, quando adequadamente atestado, testemunhado e controlado quanto ao tempo, lugar e circunstância, pode trazer poderosa evidência ou valor persuasivo (Loizos, 2002, p. 141).

A metodologia qualitativa de pesquisa propicia a compreensão do significado de uma determinada situação para o sujeito individual ou em grupo. No caso deste trabalho, a partir da vivência cotidiana no espaço do mercado municipal, objeto de estudo da pesquisa. Essa reflexão é de suma importância, pois contribuirá, a partir da fonte oral, para buscar a assimilação dos significados das narrativas dos sujeitos a partir de suas vivências, práticas pessoais, profissionais e sociais no espaço em estudo (Martinelli, 2003).

1.5.5 O método

A decisão da escolha do método é de suma importância para a construção de conhecimento. As ciências se constituem enquanto tal pela formulação de problemas e hipóteses, testadas mediante observações empíricas (Alonso, 2016).

A primeira etapa consistiu no levantamento bibliográfico em diferentes bases de dados: Sucupira, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP e no Repositório da Produção Científica e Intelectual da Unicamp, WoS, SCIELO, SCOPUS, entre outras. A pesquisa bibliográfica foi realizada com o objetivo de detectar conceitos-chave em que ainda não havíamos pensado, avaliar se o método proposto estava coerente, analisando metodologias utilizadas por outros pesquisadores, verificar os erros cometidos anteriormente, aperfeiçoar o entendimento dos dados e aprofundar as interpretações.

A pesquisa documental foi realizada em bases de dados de domínio público, utilizando-se: consulta a documentos, como atas, mapas, jornais do município, cartas patrimoniais, registros da Prefeitura Municipal de Taubaté e da Divisão de Museus, Patrimônio e Arquivo Histórico de Taubaté; do acervo do Museu Histórico Professor Paulo Camilher Florençano, no acervo do Museu da Imagem e do Som de Taubaté (Mistau), no documentos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), até visitas ao mercado municipal, onde foram aplicadas as entrevistas gravadas durante os períodos de observação, que aconteceram a partir de dezembro de 2022.

Na segunda etapa, a técnica utilizada para as entrevistas gravadas foi a História Oral, que se baseia em entrevistas gravadas com pessoas que têm vivência e conhecimento sobre o tema proposto. Para Portelli (2010), a História Oral deve ser destacada em distintos níveis: na relação do pesquisador com a instituição (nesta tese, o mercado municipal); e na relação do pesquisador e os sujeitos, que nos ajudam a entender uma nova história.

A fonte oral permite estabelecer uma relação democrática, pois não exclui as pessoas que não sabem escrever ou ler, ou manejar equipamentos eletrônicos como computadores, smartphones ou celulares. Segundo Portelli (2010, p. 3) “a voz, a oralidade, é um meio de comunicação que todos os seres humanos possuem e, de alguma maneira, controlam”.

A História Oral permite estabelecer uma relação entre o pesquisador e os entrevistados. Portelli (2010) reforça que nesse processo:

[...] não são objetos da investigação, mas sujeitos de um projeto compartilhado, de um diálogo entre entrevistado e entrevistador. Um diálogo em que os papéis se modificam, mudam, em que nem sempre é o historiador quem faz as perguntas, há perguntas colocadas pelo entrevistado. Há duas agendas que se encontram: a agenda do historiador, que tem perguntas, algumas coisas que queremos saber; e a agenda do entrevistado, que aproveita a presença do historiador para contar as histórias que quer contar, as quais não são necessariamente as histórias que buscamos. E talvez, amiúde, são mais interessantes do que as histórias que buscamos (Portelli, 2010, p. 3-4).

Definida a técnica de História Oral, a etapa posterior consistiu na seleção dos entrevistados, que foram eleitos utilizando-se a técnica de amostragem bola de neve, “snowball sampling” (Coleman, 1958; Goodman, 1961) Uma técnica não probabilística, na qual os indivíduos selecionados para o estudo convidam novos participantes da sua rede de amigos e conhecidos, que possam contribuir com informações sobre o tema: pessoas comuns (frequentadores do mercado municipal), permissionários, feirantes, proprietários e funcionários dos estabelecimentos localizados na região do Mercado Municipal de Taubaté, a partir do critério de acessibilidade e de conhecimento acerca de aspectos relacionados à permanência do mercado na região central e histórica de Taubaté e as mudanças urbanísticas de seu entorno (Abravídeo e Museu da Pessoa, 2009).

As entrevistas foram realizadas com a anuência do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP), sendo o universo a ser estudado composto por aproximadamente doze pessoas. Esse grupo de pessoas selecionadas foram os permissionários, ou seja, as pessoas que têm a autorização de exploração privada de espaços públicos dos mercados municipais; a comunidade, os comerciantes do entorno e frequentadores do local. Todos receberam os esclarecimentos referentes ao objetivo da entrevista e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). As informações referentes à aprovação do procedimento de entrevistas, dos termos de aprovação do CEP, o roteiro de entrevistas, entre outros documentos, podem ser verificadas nos apêndices I, II, III, e nos anexos I, II, III e IV

A participação consistiu em uma entrevista, a partir de um roteiro formado por perguntas diretas, que foram respondidas livremente. Somente após a autorização é que as respostas foram gravadas por meio de gravador digital. O entrevistado pôde se negar a gravar o áudio, mas, nesse caso, foi excluído para a participação neste estudo. A entrevista teve duração entre uma e duas horas.

Após essa etapa, as entrevistas foram transcritas e analisadas pela pesquisadora, sendo que, após cinco anos, serão apagadas da mídia digital (gravador) e as transcrições das entrevistas, destruídas. Os dados obtidos por meio das participações no estudo somente serão utilizados para fins dessa pesquisa.

Para estudar problemas sociais oriundos dos processos de urbanização, o método estabelecido foi o da observação participante, com base no qual a pesquisadora observou os indivíduos envolvidos no fenômeno estudado e tomou nota dos relatos no caderno de campo (Alonso, 2016).

As observações participantes tiveram um acompanhamento sistemático, reforçando o conceito de Alonso (2016), que define que o pesquisador:

se insere no dia a dia do grupo, participa dele, como se fosse um membro. E procede ao registro sistemático (um diário de campo) de vários tipos de informação: eventos (ações), falas (discursos), gestos (comportamentos) e interações observados. Registra, também, as suas próprias experiências em campo. Quando desconhece as regras, a língua e o universo simbólico do grupo que estuda, o pesquisador recorre a um informante, que funciona como via de acesso e, eventualmente, como mediador cultural (Alonso, 2016, p. 10).

Para a compreensão da cultura alimentar e o comportamento de grupos sociais no espaço urbano, a metodologia utilizada foi a etnografia:

A etnografia é uma forma especial de operar em que o pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados e compartilha seu horizonte, não para permanecer lá ou mesmo para atestar a lógica de sua visão de mundo, mas para, seguindo-os até onde seja possível, numa verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de entendimento ou, ao menos, com uma pista nova, não prevista anteriormente (Magnani, 2009, p.135).

A integração de métodos, com a abordagem qualitativa, foi definida para contribuir nesta pesquisa, pois auxiliará na interação entre a pesquisadora e participantes, nas diversas categorias profissionais e dos diferentes atores representantes da população. A pesquisadora pretende ainda diversificar as bases informacionais e os métodos de pesquisa para a obtenção de informações que levem ao melhor entendimento dos processos compreendidos ao longo dos anos, e que são relevantes para a análise do objeto de estudo.

1.5.6 Local do Estudo

Nesta pesquisa pretendemos compreender a significação do Mercado Municipal de Taubaté como elemento estruturador do espaço urbano, um lugar vinculado à tradição, a partir das narrativas da população e das transformações ocorridas em seu espaço e no entorno.

A pesquisa foi realizada no Mercado Municipal de Taubaté e nas ruas que compreendem seu entorno. A escolha por esse município se deu devido à vivência da pesquisadora nesse lugar, que inclusive possui um grande fator de pertencimento entre o objeto de pesquisa e o universo a ser estudado, por se tratar de um local que marcou sua trajetória pessoal desde a infância.

1.5.7 População e Amostra do Estudo

A técnica de amostragem definida foi a bola de neve. A população do estudo foi composta por: profissionais que atuam no mercado municipal como permissionários, a comunidade e os comerciantes do entorno.

O critério de seleção para a participação foi:

- Ter idade igual ou maior que 18 anos;

- Atuar no mercado como comerciante, feirante ou permissionário há pelo menos dois anos e ter conhecimento sobre os temas relacionados à permanência do mercado na região central e histórica de Taubaté e as mudanças urbanísticas de seu entorno;
- Ser frequentador assíduo do mercado municipal há pelo menos dois anos e ter conhecimento sobre os temas relacionados à permanência do mercado na região central e histórica de Taubaté e as mudanças urbanísticas de seu entorno;
- Profissionais e população que concordaram em assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido de participante.

1.5.8 Procedimento para a Coleta de Dados

Os dados foram coletados após aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP), que aconteceu em 18 de maio de 2020, sob o protocolo nº 4.032.978.

A autora entrou em contato para o agendamento do dia e horário da coleta de dados. Antes de iniciar a entrevista, a pesquisadora deixou claro para o participante o objetivo do estudo, como forma de esclarecimentos e transparência do processo, sendo garantidos o anonimato, tanto da instituição como do participante, e o direito de desistir de participar da pesquisa a qualquer momento, se assim desejasse.

Para a coleta de dados relacionados, foi utilizada a técnica de entrevista, sendo que os depoimentos foram gravados somente após a devida autorização dos participantes. Para realizá-las, utilizou-se um gravador digital. Os participantes que concordaram em participar da pesquisa assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

As observações participantes foram realizadas de forma sistemática, por meio de visitas à região do mercado municipal. Para registrar as informações das rotinas dos agentes frequentadores desse espaço, a pesquisadora compareceu ao local em 120 dias alternativos, intercalando finais de semana e dias úteis e horários diferentes pela manhã e à tarde. O período de observação e permanência no mercado teve duração de 3 horas/dia, totalizando 360 horas, com o objetivo de coletar dados que possibilitaram abranger variadas perspectivas e contemplar a realidade vivenciada pela população no local.

A pesquisadora utilizou da técnica de etnografia, que consiste em um diário para anotações, ferramenta que lhe proporcionaria o registro de informações que muitas vezes não são ditas, mas, sim, manifestadas por gestos e formas de se expressar dos entrevistados, observando-se que essas ações foram realizadas nas visitas no momento da observação participante.

A última etapa foi a transcrição na íntegra das informações para posterior análise dos conteúdos. Reforça-se que todos os dados serão guardados por cinco anos; após esse período, as informações da mídia digital e das transcrições das entrevistas serão eliminadas.

1.5.9 Análise dos resultados

A análise dos resultados é a etapa posterior à fase da coleta de dados e da revisão da literatura. De acordo com Marconi e Lakatos (2001), após a leitura das obras, a análise se dá pelo processo de conhecimento de determinado assunto e implica no exame sistemático do conteúdo. “Os textos estudados com um fim científico requerem de quem analisa um método na abordagem e uma certa disciplina intelectual” (Marconi; Lakatos, 2001, p. 23).

Os dados coletados a partir de pesquisa documental e do procedimento da observação participante como abordagem de investigação científica, nos espaços destinados ao mercado municipal na cidade eleita para este estudo, foram compilados e examinados por meio de análises qualitativas, em particular para os estudos que se interessam pelo lugar como um espaço de pertencimento, tradição e está guardado na memória, assim como um lugar onde os saberes e fazeres são transmitidos entre as gerações frequentadoras deste lugar. Baseando-se no estudo de Mattos (2011), segundo o qual cultura não deve ser vista como um simples reflexo de forças estruturais da sociedade, mas como um sistema de significados mediadores entre as estruturas sociais e as ações e interações humanas.

As entrevistas passaram pelo processo de transcrição e posteriormente foram analisadas, e os conteúdos foram inseridos de acordo com o tema abordado. Esse processo é definido por Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 454) como “o registro escrito de uma entrevista, sessão de grupo, narração, anotação e outros elementos similares. É fundamental para a análise qualitativa e reflete a linguagem verbal, não verbal e contextual dos dados”.

É importante reforçar que o material transcrito foi explorado de forma a revisar o sentido geral dos dados. A leitura criteriosa serviu de alicerce para a busca das ideias gerais dos participantes e a reflexão sobre o que os dados querem nos dizer.

Após a compilação e análises dos dados, a organização da tese seguiu na seguinte ordem:

O primeiro capítulo apresenta a introdução, composta pela contextualização, a problemática, as questões, os objetivos, a hipótese, a relevância do estudo/justificativa e a metodologia. Sobre a metodologia, cabe registrar que se deu por meio de pesquisa exploratória realizada por procedimentos qualitativos em triangulação das técnicas: pesquisa documental e fotográfica, História Oral, etnografia, observação participante, entrevistas semiestruturadas e a análise dos resultados.

O segundo capítulo discorre sobre os conceitos de espaço urbano, intraurbano e as centralidades, a partir da matriz conceitual que visa compreender e validar esses conceitos.

O terceiro capítulo apresenta o contexto mais amplo de Taubaté, uma cidade colonial que surge no Vale do Paraíba no século XVIII e como se deu o processo de urbanização na região a partir do final do século XIX.

O quarto capítulo aborda o contexto dos mercados municipais desde suas origens até os tempos atuais. Nessa parte, pretende-se analisar o espaço do Mercado Municipal de Taubaté a partir de mapas, fotografias e documentos históricos, averiguando as constantes transformações ocorridas no seu entorno ao longo do tempo, no intuito de evidenciar a sua importância como elemento estruturador da paisagem na região central da cidade.

O quinto capítulo, alicerçada pelos conceitos de centro histórico, região central e centralidade, apresenta o processo de crescimento da cidade de Taubaté e o mercado municipal, a partir de sua expansão territorial e as alterações da centralidade. Abordaremos o desenho do território, o traçado urbano e seus equipamentos. Analisaremos a implantação de novos elementos urbanos, entre eles o Mercado Municipal de Taubaté, trazendo as considerações sobre o lugar público no contexto urbano das cidades médias.

O sexto capítulo descreve a importância do Mercado Municipal de Taubaté como um lugar de representatividade para a população, tendo esse equipamento público como um elemento reestruturador do espaço urbano de Taubaté e a sua importância como um lugar de pertencimento para a população na região central da

cidade, compreendendo as transformações e reconfigurações ocorridas em seu entorno.

O sétimo capítulo retrata o Mercado Municipal de Taubaté e o saber popular a partir da importância desse espaço como um lugar de encontro, do conhecimento popular e de como a “cidade” se alimenta. Para a elaboração dessa etapa, serão levantados dados *in loco*, pautados na análise das práticas socioespaciais cotidianas. Por meio do nosso trabalho de campo, com levantamento de dados históricos do espaço, busca-se perceber como essas práticas expressam as diferentes formas de apropriação e distintos usos do espaço público do mercado municipal. Nessa seção serão analisadas as entrevistas com os frequentadores do local para entender como eles reconhecem o mercado. Além das entrevistas, foram realizadas observação participante na modalidade *insider* no espaço mercado municipal.

Por último são apresentadas as considerações finais da tese, seguidas das referências.

Assim, busca-se validar as hipóteses com base na matriz conceitual, apresentando uma estrutura que será norteadora para a compreensão das dinâmicas que aconteceram no espaço do mercado municipal e que concorreram ou não para o desenvolvimento urbano da cidade de Taubaté, nos diferentes contextos históricos aqui estudados, contribuindo assim para futuros estudos na área de Planejamento Urbano e Regional.

2 O ESPAÇO URBANO, O INTRAURBANO, O LUGAR E AS CENTRALIDADES

Este capítulo apresenta o início da matriz conceitual desta tese, a qual nos permitiu construir o arcabouço teórico que deu suporte às análises desenvolvidas. A partir deste referencial, foi possível compreender e validar concepções teóricas sobre centralidade, espaço urbano, espaço intraurbano, tradição, até as considerações iniciais sobre as narrativas da história da cidade por meio do mercado municipal, equipamento público localizado na região central do município.

2.1 A cidade e o espaço intraurbano

O conceito de espaço é frequentemente utilizado por geógrafos, historiadores, sociólogos, urbanistas e estudiosos no assunto; e, nas diversas visões, observa-se que o espaço pode ser interpretado sob diferentes perspectivas. Considerando tais pressupostos, Milton Santos e Flávio Villaça foram os principais autores que embasaram este estudo. Com base na ideia de que o mercado municipal está localizado em uma região central da cidade, entender os conceitos de espaço e a dinâmica do espaço urbano foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa.

O espaço, segundo Santos (2008), percebido como uma totalidade social, deve ser considerado um conjunto de elementos, reconhecido como o *locus* de reprodução das relações sociais de produção. A produção do espaço se dá pela apropriação da natureza e as relações entre a sociedade e o capital. Desta forma, as dinâmicas da (re) produção dos espaços e as relações sociais interligadas ao capitalismo assumem novas ressignificações e desencadeiam novas e/ou velhas formas espaciais com novos/velhos usos, o que significam novas/velhas formas de uso do espaço urbano.

Para o geógrafo Milton Santos (2008), os elementos do espaço por ele definidos são: o homem, as firmas, as instituições, o meio ecológico e as infraestruturas. Esses elementos se articulam de maneira cíclica. As empresas necessitam de mão de obra; o homem, de emprego; o meio ecológico é visto como complexos territoriais para o trabalho; e a infraestrutura representa o trabalho humano materializado em edifícios, ruas, entre outros.

De acordo com o historiador e erudito francês Michel de Certeau (2008),

O espaço é um cruzamento de móveis. É de certo modo animado pelo conjunto dos movimentos que aí se desdobram. Espaço é o efeito produzido pelas operações que o orientam, o circunstanciam, o temporalizam e o levam a funcionar em unidade polivalente de programas conflituais ou de proximidades contratuais. O espaço estaria para o lugar como a palavra quando falada (Certeau, 2008, p. 202).

O conceito de lugar, estabelecido pelo autor, é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos na relação de coexistência. Aí se acha excluída, portanto, a possibilidade de as duas coisas ocuparem o mesmo lugar. Aí impera a lei do “próprio”:

os elementos considerados se acham uns ao lado dos outros, cada um situado num lugar próprio e distinto que define. Um lugar é, portanto, uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade (Certeau, 2008, p. 201).

Na visão de Tuan (1980), o espaço e lugar são termos que não podem ser definidos sem que um complemente o outro. “Espaço é mais abstrato que lugar. O que começa como espaço indiferenciado, transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor” (Tuan, 1980, p. 6). Para o autor, a distinção entre espaço e lugar está relacionada ao fato de que o espaço se transforma em lugar à medida que se agrega a ele valor e significação. O lugar, para ser compreendido, deve ser “experenciado” (Tuan, 1980).

Segundo Tuan (1980), o sentimento de lugar resulta de experiências, e esse sentimento, de pertencimento de uma pessoa por uma localidade, dificilmente se adquire só pelo fato de se passar pelo lugar, mas sim no cotidiano, no espaço vivido, como um mercado municipal, por exemplo. Os símbolos e lugares podem ser percebidos pelo indivíduo ou pelo grupo de indivíduos que compartilham dos mesmos costumes, então “as experiências dentro de um grupo humano se sobrepõem o suficiente para que vínculos individuais não pareçam notórios e incompreensíveis para seus pares” (Tuan, 1980 p. 163).

De acordo com Santos (1994), em seus estudos sobre a urbanização no Brasil, o conceito de lugar está diretamente relacionado à definição de espaço:

Tudo que existe num lugar está em relação com os outros elementos desse lugar. O que define o lugar é exatamente uma teia de objetos e ações com causa e efeito, que forma um contexto e atinge todas as variáveis já existentes, internas; e as novas, que se vão internalizar (Santos, 1994, p. 97).

Araújo (2012, p. 134) explica que

O urbano é um fenômeno que se impõe em escala mundial a partir do duplo processo de implosão-explosão da cidade atual. Ele é um conceito, uma temática e, por necessidade de articulação teoria e prática, uma problemática. A cidade vem da história porque a ela cabemos trabalhos espiritual, intelectual (a filosofia e, mais tarde, as ciências) e de organização político-econômica, cultural e militar.

Esta discussão nos remete à fala de Corrêa (1989, p.1), quando o autor afirma que o espaço urbano é “fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campo de lutas. É assim a própria sociedade em uma de suas dimensões, aquela mais aparente, materializada nas formas espaciais”. Enquanto a cidade “é um objeto espacial que ocupa um lugar e uma situação” (Léfebvre, p, 2001, p. 56).

Para Villaça (2001), há uma linha tênue entre o conceito de espaço urbano e espaço intraurbano. A análise do espaço intraurbano, por sua vez, visa entender a dinâmica do espaço interno da cidade; já o espaço urbano está relacionado a espaços regionais e nacionais. Segundo Villaça (2001), suas principais diferenças são:

A estruturação do espaço regional é denominada pelo deslocamento das informações, da energia, do capital constante e das mercadorias em geral – eventualmente até da mercadoria força de trabalho. O espaço intraurbano, ao contrário, é estruturado fundamentalmente pelas condições de deslocamento do ser urbano, seja enquanto portador da mercadoria força de trabalho – como no deslocamento casa/trabalho —, seja enquanto consumidor — reprodução da força de trabalho, deslocamento casa-compras, casa-lazer, escola etc (Villaça, 2001, p. 20).

O espaço intraurbano possui uma dinâmica particular e um enorme poder estruturador das áreas comerciais e de serviços a partir dos centros urbanos. Na ótica do autor há uma conexão entre o centro tradicional e as demais áreas da cidade, também há uma articulação entre a estrutura territorial urbana com outras áreas não territoriais, como economia, política e a ideológica.

Villaça (2001), quando discorre sobre espaço intraurbano, elenca os principais elementos que compõem sua estrutura: o centro principal, os subcentros de comércio e serviços, os bairros residenciais e as áreas industriais. Desta forma podem ocorrer alguns equívocos quanto à concepção e natureza do centro urbano, e o esclarecimento destes equívocos está relacionado com a questão dialética da

produção do espaço. A reprodução espacial, tendo como base as práticas sociais de consumo no mercado municipal na região central da cidade, estabelece uma discussão sobre a questão da centralidade urbana.

Um centro só passa a existir se, a partir de um ponto existente, se iniciar um povoado em torno dele. A exemplo, Villaça ressalta que “uma capela pode preexistir em relação ao centro de uma cidade, mas ela só se tornará centro ou parte do centro se e quando surgir uma cidade ou povoado em torno dela” (Villaça, 2001, p. 238).

O centro não é um ponto no mapa, mas o conjunto de edificações, fluxos e representações sociais. Pode ser considerado centro uma forma de concentração urbana, em que há um movimento da economia local. Ele se constrói a partir de investimentos realizados em sua infraestrutura básica, saneamento, energia elétrica, transporte e sistema viário, além da preservação e construção de edifícios. Além do valor material dos centros das aglomerações, é de suma importância para esses espaços a comunidade social que é considerada objeto de grande valorização simbólica (Villaça, 2001).

Segundo Lefebvre (2000), o lugar de encontro seria por excelência o centro, pois não existe realidade urbana sem um centro comercial, simbólico, de informação e de decisão, lugar expressivo para a vida social da cidade. Lefebvre (2000) ainda se refere a esses espaços, ao comentar que o centro

reúne as multidões, os produtos nos mercados, os atos e os símbolos. Ele os concentra, os acumula. Quem diz “espacialidade urbana”, diz também centro e centralidade, atual ou possível, saturada, quebrada, inquieta, pouco importa; ou seja, centralidade dialética (Lefebvre, 2000, p. 87).

De acordo com Villaça (2001), o valor simbólico dos centros está relacionado à importância que lhe é conferida pelas classes dominantes das sociedades urbanas. No caso da cidade de Taubaté, percebe-se que, apesar das notórias “decadências”, os centros continuam sendo focos irradiadores da organização espacial urbana e nesse contexto está inserido o mercado municipal.

Em relação ao espaço dos mercados, um centro de comercialização, ao longo dos anos, sofreu ações humanas e a sua construção, inserida no espaço urbano, foi absorvendo essas alterações. Pode-se observar neste local que a atualidade se defronta com o passado, materializando-se em práticas construídas que foram se

transformando ao longo dos anos. Para Certeau, Giard e Mayol (2008), o espaço é definido como:

(...) um lugar praticado. Assim a rua geometricamente definida por um urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres. Do mesmo modo, a leitura é o espaço produzido pela prática do lugar constituído por um sistema de signos — um escrito (Certeau; Giard; Mayol, 2008, p. 202).

Se o espaço do mercado se torna um lugar praticado, as relações nos dão mostras da vida cotidiana nesse local e nos levam a tentar entender as relações construídas historicamente entre os homens e o seu meio (Certeau; Giard; Mayol, 2008).

Sabe-se que os mercados públicos foram considerados, por muitas vezes, protagonistas e participantes nos processos de transformações urbanísticas das cidades. Esses espaços, que carregam valores e concentram formas específicas de saber e fazer, ficam subordinados à lógica urbana praticada pelas ações do poder público, e podem ser revitalizados ou, dependendo do interesse, eliminados. A manutenção e materialização desses espaços depende dos interesses de grupos que representem a população, garantindo assim a permanência física do referido lugar no espaço urbano (França; Rezende, 2012).

De acordo com Santos (2006), o espaço é um produto social em constante processo de transformação. Para compreendê-lo é necessário entender sua relação com a sociedade, na qual objetos geográficos assumem novas funções, de acordo com essas mudanças. O autor explica que o conceito de rugosidade pode ser aplicado “ao que fica do passado como forma, espaço construído, paisagem, o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição, com que as coisas se substituem e acumulam em todos os lugares” (Santos, 2006, p. 140).

O Mercado Municipal de Taubaté é um lugar público que estabelece diversas interações entre os frequentadores e clientes que vão em busca dos insumos para suprir suas necessidades alimentares cotidianas e os comerciantes, que visam oferecer seus serviços e produtos com qualidade, atendendo assim sua clientela. Sob esse ponto de vista, Pintaudi (2006) afirma que

Todas as culturas adotaram essa forma de troca de produtos e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca com certa frequência, do deslocamento possível nos diferentes momentos

históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência (Pintaudi, 2006, p. 84).

Na Antropologia da Alimentação, vários autores versam sobre o lugar do mercado. Para Lody (2008, p. 81), o mercado municipal é o “território dos encontros, lugar que assume sua vocação histórica de reunir, divulgar e oferecer de um todo de que se precisa para viver”.

A globalização desencadeou um processo de homogeneização dos espaços e nos seus usos. Hernández (2005) cita como exemplo a importância dos mercados nesses processos. Para ele, tais lugares

[...] tiveram uma função integradora em determinados espaços, configurando redes de pessoas, atividades, relações e trocas diversas. Atualmente, esses espaços, aparentemente, se diversificaram e, até certo ponto, se especializaram. Além disso, os mercados apareceram como pontos importantes, por relacionarem, de forma regular, as pessoas procedentes de diversos lugares (Hernández, 2005, p. 131).

Os mercados municipais são considerados, por Vidal (2016), como lugares que são referências de vitalidade urbana. A autora reitera que:

Esses lugares são, sobretudo, referências de vitalidade urbana, que se reinventam, sobrevivendo às mudanças físicas, políticas e econômicas dos territórios onde estão instalados. Resistindo aos descasos das administrações, às crises das estruturas econômicas e às imposições de novos hábitos de consumo, os mercados continuam sendo um lugar de urbanidade (Vidal, 2016, p. 18-19).

Já para Augé (1994), os mercados municipais, assim como os supermercados, são considerados locais transitórios, de passagem, e são considerados não lugares. Esse conceito é definido por ele como:

Os não lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos) quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde são estacionados ou refugiados do planeta (Augé, 1994, p.36).

Diante do conceito de Augé (1994), temos ainda que nesses lugares as relações sociais são momentâneas, lugares que tomamos emprestados quando fazemos as compras. “O espaço do não lugar não cria nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude” (Augé, 1994, p. 95).

A sociedade também estabelece essa relação de construção e transformação da cidade, e alguns elementos urbanos vão se materializando e se mantendo vivos na cidade pela ação da população. Carlos (2007) reforça essa construção da sociedade, por meio das práticas socioespaciais. Para ela:

Na prática socioespacial, esse mundo se revela em suas contradições, em um movimento que aponta um processo em curso em que a ação dos sujeitos sociais, à medida que produzem sua existência, o fazem efetivamente produzindo um espaço, aí inscrevendo e realizando as relações sociais que os mantêm² vivos em um lugar determinado através de um tempo que marca a duração da ação. É nesta medida que espaço e tempo aparecem através da ação humana em sua indissociabilidade (Carlos, 2007, p. 24).

Para uma análise sobre a reprodução espacial, tendo como foco a permanência do mercado municipal no centro da cidade, será necessária também uma discussão sobre a questão da centralidade urbana da cidade de Taubaté na contemporaneidade.

As constantes transformações que ocorrem nas cidades exigem uma compreensão entre os conceitos de centro e centralidade, pois, na medida em que a cidade passou por diversas fases do desenvolvimento econômico do país, é notório que em virtude do seu crescimento urbano, novos aglomerados urbanos foram surgindo, e com isso novas áreas de centralidade urbana se estabeleceram. Para Lefebvre (1999), é importante a compreensão desses fenômenos urbanos, aspecto sobre o qual ele afirma:

Descobrimos o essencial do fenômeno urbano na centralidade. Mas na centralidade considerada com o movimento dialético que a constitui e a destrói, que a cria ou a estiliza. Não importa qual ponto possa tornar-se central, esse é o sentido do espaço-tempo urbano. A centralidade não é indiferente ao que ela reúne, ao contrário, pois ela exige um conteúdo. E, no entanto, não importa qual seja esse conteúdo. Amontoamento de frutas nas praças de mercado, multidões, pessoas caminhando, pilhas de objetos variados, justapostos, superpostos, acumulados, eis o que constitui o urbano (Lefebvre, 1999, p. 110).

O fenômeno de expansão urbana que ocorreu em Taubaté, acarretou o surgimento de espaços de grande complexidade, transformações que tiveram como consequência a criação de áreas mais valorizadas que a região central do município. O centro tradicional, que foi o espaço das elites no início do século, foi gradativamente

² Por opção da autora, manteve-se a escrita original das citações diretas, sem atualização ortográfica

sendo abandonado e entregue à deterioração de seus equipamentos (FRUGOLI JUNIOR, 2006).

As constantes transformações na cidade de Taubaté estabeleceram novos projetos, expulsando os moradores e transformando as residências em edifícios comerciais, restaurantes, estacionamento, entre outros locais de serviços. Assim, de acordo com Carlos (2015, p. 27), o poder público está diretamente ligado a essas ações de reprodução espacial:

A ação do Estado – através do poder local –, intervindo no processo de produção da metrópole, reforça a hierarquia dos lugares, criando novas centralidades, expulsando para a periferia os antigos habitantes, recriando um espaço de dominação e impondo sua presença em todos os lugares, agora sob controle e vigilância (seja direta ou indireta).

Essas alterações que ocorrem no espaço urbano estão diretamente ligadas às relações sociais, proporcionando, muitas vezes, transformações no uso do espaço. Entender esse processo é fundamental para a compreensão das mudanças ocorridas no entorno do mercado municipal, bem como o seu uso como um espaço público que ao longo da história resiste como um lugar de pertencimento da população.

A história da cidade deve ser vivenciada pelo pesquisador, com base nos documentos, imagens, conceitos e, seguindo a frase de Ítalo Calvino (1990, p. 8), “os olhos não vêem coisas, mas figuras de coisas, que significam outras coisas...”. O olhar do pesquisador deve ficar atento para com que as imagens querem nos dizer. A seção 2.2 apresenta ao leitor a origem das cidades e a história de Taubaté, uma cidade colonial, no Vale do Paraíba, SP.

2.2 A cidade no espaço e tempo, reflexões sobre sua origem e estruturação urbana

Cidade e urbe não eram palavras sinônimas entre os antigos. A cidade era a associação religiosa e política das famílias e das tribos; a urbe, o lugar de reunião, o domicílio, e, sobretudo, o santuário dessa associação (Coulanges, 1961, p. 95).

Para a compreensão dos conceitos de cidade e dos principais elementos que compõem sua origem e o desenvolvimento, as obras dos autores Numa Denis Fustel

de Coulanges, Maria Encarnação Beltrão Sposito, Leonardo Benevolo, Lewis Mumford e Henri Lefebvre embasaram os conceitos nesta seção.

A origem das cidades se deu a partir da união de várias tribos e fratrias; esta aliança se deu a partir do respeito da religião de cada família. Coulanges (1961) afirma que:

A tribo, como a família e a fratria, estava constituída para ser um corpo independente, porque tinha culto especial, do qual os estranhos eram excluídos. Uma vez formado, nenhuma nova família podia ser nela admitida. Duas tribos também não podiam fundir-se em uma: a religião opunha-se a isso. Mas, assim como várias fratrias se haviam unido em uma tribo, várias tribos puderam associar-se entre si, com a condição de que o culto de cada uma fosse respeitado. No dia em que se fez essa aliança, a cidade começou a existir (Coulanges, 1961, p. 90).

Assim a união das famílias formou as fratrias, estas unidas formaram as tribos, que por fim se uniram para constituir a cidade. Coulanges (1961, p. 90) reitera “[...] família, fratria, tribo, cidade, são, portanto, sociedades exatamente semelhantes entre si, nascidas uma da outra, por uma série de federações [...] [...] A cidade era uma confederação”.

Antigamente as cidades não se formavam com o tempo, com o lento crescimento de edificações e com o aumento populacional, elas surgiam de uma só vez, no entanto, era necessário que as obras ocorressem antes da ocupação. Só após as construções, as tribos e fratrias se uniam, definiam a religião, adotando o mesmo culto e fundava-se a cidade (Coulanges, 1961).

Coulanges (1961, p. 249) afirma que “na cidade primitiva, todas as instituições políticas haviam sido instituições religiosas; as festas eram cerimônias do culto; as leis, fórmulas sagradas; os reis e magistrados, sacerdotes”. Nessas cidades, religião e Estado significavam uma única entidade, cada povo adorava seu Deus que governava a cidade.

Com o Cristianismo, os valores mudam, e pela primeira vez a religião é separada do governo, “o homem sentiu que tinha outras obrigações além das de viver e morrer pela cidade. O cristianismo distinguiu as virtudes particulares das virtudes públicas” (Coulanges, 1961, p. 276-277).

Sposito (1988) constata em seus estudos que a aldeia, como aglomerado humano, precede a cidade, no entanto esse espaço não poderia ser considerado urbano, porque o seu existir estava diretamente ligado como atividades primárias (agricultura e criação). Para a autora, a aldeia era:

um aglomerado de pessoas que viviam da agricultura e da criação de animais, com uma participação igualitária dos homens no processo produtivo. Não havia divisão do trabalho que não fosse dada pela idade ou pelos limites da força. Em suma todos se dedicavam às atividades primárias, e a mulher teve um papel importante neste processo de fixação dos grupos humanos (Sposito, 1988, p. 11).

Para Benevolo (2001), a cidade, nasce da aldeia, mas não é apenas uma aldeia que cresceu. Ela se torna cidade quando sua formação se dá a partir de uma estruturação composta de serviços e produtos, que não são mais gerados no campo: pelas:

[...]quando as indústrias e os serviços já não são executados pelas pessoas que cultivam a terra, mas por outras que não têm esta obrigação e que são mantidas pelas primeiras com o excedente do produto total (Benevolo, 2001, p. 23).

Este processo de aglomeração não se deu simultaneamente em todos os lugares. Nesses espaços os aldeões protegiam de seu território contra o ataque de outros grupos nômades, ou de animais ferozes. Era o caçador, que tinha a função de fixar os grupos e promover o desenvolvimento da agricultura e da criação de animais; em suma, ele era o protetor da aldeia.

Mumford (2004) explica que nas aldeias a rotina da agricultura as fixava no território e as tornava conservadoras. O domínio do seu entorno se dava pelas ousadas experiências que estabeleciam a distinção entre os vegetais comestíveis e os venenosos; por fim, a descoberta e a manipulação de raízes e de sementes. O homem passa a ter controle do plantio e da domesticação dos animais, constrói seus utensílios de barro e seus meios de locomoção. Assim, as aldeias, já possuíam uma estrutura embrionária para a constituição das cidades:

Casa, oratório, poço, via pública, ágora — o qual não era ainda um mercado especializado —, tudo isso tomou forma primeiro na aldeia: invenções e diferenciações orgânicas, que aguardavam o momento de serem levadas avante na estrutura mais complexa da cidade. O que vale para a estrutura geral da aldeia vale também para as suas instituições. Os começos da moralidade organizada, do governo, do direito e da justiça existiam nos Conselhos de Anciãos da aldeia (Mumford, 2004, p. 26).

Sposito (1988), no entanto, reforça a dificuldade de se precisar o momento da origem das primeiras cidades. Pautada em diversos autores, ela afirma:

Contudo, os autores são unânimes em apontar que terá sido provavelmente perto de 3500 a.C., seu aparecimento na Mesopotâmia (área compreendida pelos rios Tigre e Eufrates), tendo surgido posteriormente no vale do rio Nilo (3100 a.C.), no vale do rio Indo (2500 a.C.) e no rio Amarelo (1550 a.C.) (Sposito, 1988, p. 14-15).

Na Mesopotâmia, as principais características da vida urbana estavam relacionadas com um elevado grau de complexidade estrutural e funcional que os centros urbanos atingiram na Antiguidade, mesmo antes da formação dos grandes impérios. Um bom exemplo dessas cidades é Babilônia, capital de Hamurabi, uma cidade planejada por volta de 2000 a.C. (Benevolo, 2001).

Para a autora, a primeira cidade surgida refere-se à cidade política (a polis) da antiguidade clássica (Grécia), no Ocidente. Esse modelo de cidade propõe o centro do poder dos homens livres e tem sua centralidade na Ágora. Os governantes tinham um papel fundamental, controlavam o excedente produzido no campo, “recebiam o rendimento obtido na produção das terras comuns. Administravam assim a riqueza e acumulavam provisões alimentares para toda a população” (Sposito, 1988, p.16).

À elite concernia a função de organização, fabricação e importação de utensílios de pedra ou metal para a guerra, bem como o controle dos registros das informações e dos números da vida na comunidade (Sposito, 1988).

As cidades de então tinham na sua estrutura as marcas dessa organização política, social e econômica. As cidades eram protegidas por muros, e algumas tinham fossos, o que delimitava de forma clara o espaço urbano. De acordo com Sposito, (1988) esta formatação:

[...] facilitava a tarefa dos governantes de defender seus governados de um ataque inimigo. As formas predominantes eram de ruas e muros traçados retilinearmente, formando entre si, ângulos retos. O nosso exemplo — Babilônia — era formado por um retângulo de 2500 m por 1500 m (Sposito, 1988, p. 18).

O campo era dividido em posses e regido por uma divindade, que dava sustento a um templo na cidade. Em cada um dos templos havia:

um santuário, uma torre-observatório, armazéns e lojas onde viviam e trabalhavam diversas categorias de especialistas, como padeiros, fiandeiras, tecelãs, ferreiros, escribas e sacerdotes. Todos estes especialistas eram auxiliados em seus trabalhos por escravos (IDEM).

Nas partes externas da cidade, localizavam-se muitas casas, que tentavam reproduzir, em pequena escala, a forma dos templos com pátios internos e muralhas. À medida que estas cidades cresciam, tornavam-se capitais de impérios, a partir do domínio do chefe político de uma cidade sobre outra cidade. Sposito (1988, p. 19) afirma que, à medida que as cidades dominavam áreas maiores, “tornavam-se receptoras do excedente do campo, fortalecendo a força política de seus governantes, criando as condições para a constituição de impérios”.

Os impérios tiveram um papel relevante na história da urbanização da Europa, pois com sua supremacia militar ampliavam as regiões conquistadas, e conseqüentemente aumentavam o número de cidades conquistadas; ampliou suas fronteiras além do Império Romano, estendendo-se pela Europa e “fincando raízes no território onde, séculos mais tarde, transformações econômicas, sociais e políticas aceleraram os processos de urbanização e estenderam o fato urbano a outros territórios continentais, o que unificou a política de um conjunto de antigas cidades-Estados sob um poder centralizado, permitiu e incentivou o relacionamento entre elas (Sposito, 1988).

O processo de organização social e a urbanização durante a Antiguidade foram marcados pela divisão social e territorial do trabalho, as cidades eram o espaço de dominação política, a elite e das instituições sociais garantiam a divisão do excedente alimentar dos produtores que moravam no campo para as elites sociais urbanas; o aumento crescente da capacidade de produção e de distribuição alimentares; o aumento do tamanho das cidades e de ampliação das áreas sob seu domínio, pelo desenvolvimento técnico alcançado com a disponibilidade da metalurgia, do arado e da roda; a escrita, pois permitia o registro dos avanços técnicos, dos fatos históricos, e por ser um instrumento de manutenção do poder político, pois era a partir da escrita, o registro de leis, e para o uso religioso (Sposito, 1988).

Assim a organização interna do espaço urbano passou a refletir a estrutura social e política daquelas sociedades, pois o centro era o lugar das instituições sociais, do poder político e das elites ociosas, em volta do qual estavam os artesãos e nos arrabaldes os produtores agrícolas (Sposito, 1988).

Para Mumford (1961) o nascimento das cidades se dá a partir das necessidades sociais do homem e multiplicam tanto os seus costumes como os seus meios de expressão. Para o autor as forças e influências remotas se misturam com as locais:

[...] através da concentração dos meios de contacto no mercado e no lugar de reuniões, apresentam-se maneiras alternantes de existir: os costumes profundamente arraigados da aldeia deixam de ser coercitivos, as metas ancestrais deixam de bastar integralmente; homens e mulheres estranhos, estranhos interesses e deuses ainda mais estranhos afrouxam os seus laços tradicionais de sangue e de vizinhança (Mumford, 1961, p. 14).

Durante a Antiguidade os avanços alcançados em relação à complexidade da organização social e ao nível da urbanização foram muitos; maiores até que os observados durante a Idade Média (Sposito, 1988)

Lefebvre (2000, p. 202) afirma, com base nos historiadores, que a partir do século XII há uma ascensão das cidades medievais, “a partir da revolução camponesa, que se volta contra a condição servil conjuntamente com a revolução urbana que muda o estatuto global da sociedade”. Nesse momento há a produção de um novo espaço, e a ascensão das cidades medievais traz novas implicações e consequências:

Ela supõe a existência de um sobreproduto nos campos para alimentar a população urbana, e porque a cidade se organiza em mercado, porque os artesãos tratam os materiais provenientes do trabalho agrícola (lãs, couros) (Lefebvre, 2000, p. 202).

Surgem as associações corporativas de inspiração comunitária, no meio da comuna urbana, com elas o trabalho coletivo, capaz de produzir “socialmente”, para a sociedade, a saber, a cidade. A igreja se defende, contra-ataca, no entanto, neste período o Estado imperial substitui o Estado eclesiástico. As nações entram em cena e a cultura monástica se distancia. “Surge o espaço de uma vida laica, liberada do espaço político-religioso” (Lefebvre, 2000, p. 202).

O espaço medieval passa a ser decifrado, “esse espaço dessacralizado, ao mesmo tempo espiritual e material, intelectual e sensorial, povoado de signos do corpo, inicialmente recebe a acumulação de conhecimentos, depois a de riquezas” (Lefebvre, 2000, p. 208).

Nesse novo modelo de cidade política, a divisão social do trabalho já está claramente separada: de um lado, sacerdotes, príncipes, chefes militares e escribas; do outro: artesãos, camponeses e escravos. Já a divisão espacial do trabalho é determinada em praças, monumentos e palácios distribuídos sobre um vasto território agrícola (Araújo, 2012).

Lefebvre (2000, p. 209) atesta que o dinheiro e a mercadoria contribuíram não só no fornecimento de uma “cultura”, mas de um espaço. Para ele, a originalidade da praça do mercado não foi suficientemente esclarecida:

oprimida pelo esplendor dos edifícios religiosos e políticos. Quando dela se recorda, portanto: a antiguidade considerou o comércio e os comerciantes como exteriores à cidade, estrangeiros à constituição política, relegados às periferias. A base da riqueza permaneceu a propriedade fundiária, a da terra. A revolução medieval faz entrar o comércio na cidade e o instala no centro do espaço urbano transformado. A praça do mercado, diferente da ágora como do fórum, livre de acesso, se abre para todas as partes sobre o território circundante (que a cidade domina e explora), sobre a rede de estradas e caminhos. O mercado coberto, invenção genial, diferente do pórtico como da basílica, abriga as transações e permite às autoridades controlá-las. A igreja catedral não está muito longe, mas não é mais o sino que carrega os símbolos do saber e do poder: o campanário domina o espaço e mesmo o tempo, pois ele logo sustentará um relógio (Lefebvre, 2000, p. 209).

No século XVI, na Europa ocidental, acontece uma mudança de importância decisiva: o crescimento da produção, a aparição do “mercado”. Nessa fase a cidade domina o campo, em peso econômico e prático, em importância social. O que significa que o dinheiro domina a terra; a propriedade fundiária perde sua importância primordial. A cidade se separa do campo que ela domina e administra, explora e protege. Lefebvre (2000, p. 212) certifica ainda que a cidade controla seu território:

Do alto de suas torres, os “urbanos” percebem [avistam] seus campos, suas florestas, suas aldeias. O que “são” os camponeses, esses pagãos apenas convertidos, as pessoas da cidade os percebem como fantasmas ou como objeções, com familiaridade ou desdém: contos de fadas ou de horror. Os urbanos se situam em relação aos camponeses distanciando-os: dualidade na unidade, distância percebida, unidade concebida (Lefebvre, 2000, p. 212).

A cidade apresenta sua racionalidade, dos resultados e das trocas, o Logos dos mercadores. Salgueiro e Cachinho, (2009) afirmam que:

As relações entre o comércio e a cidade perdem-se no tempo. Se nem todas as cidades são ‘filhas do comércio’ como propôs o historiador Henri Pirenne, em nenhuma civilização a vida urbana floresceu sem a presença das trocas. O comércio faz parte da razão de ser da cidade (Salgueiro; Cachinho, 2009, p. 9).

A cidade substitui os feudais retirando seu monopólio, o espaço urbano oferece, “o lugar bendito de um compromisso entre a feudalidade declinante, a burguesia comerciante, as oligarquias, as comunidades artesanais” (Lefebvre, 2000, p. 212). Para o autor a cidade e a burguesia perdem o controle do espaço. Surge assim o capitalismo industrial:

O espaço urbano não destrói ainda a natureza; ele a envolve e a confisca. Mais tarde somente, no segundo grau da abstração espacial, será a vez do Estado. As cidades e seus burgueses perderão o controle do espaço ao mesmo tempo que a dominação sobre as forças produtivas que se libertam desses limites passando do capital comercial e bancário ao capitalismo industrial. O econômico ultrapassará este quadro urbano e mesmo o fará explodir, mas conservando a cidade como centro, como lugar de compromissos diversos (Lefebvre, 2000, p. 212).

Na cidade industrial, o comércio continua sendo o centro da cidade, só que nesse momento, com o advento da industrialização, os produtos deixam de vir do campo. O espaço se estabelece na forma da “trindade capitalista, “terra-capital-trabalho”, que não pode permanecer abstrata e não se concentra a não ser num espaço institucional triplo: global e mantido como tal” (Lefebvre, 2000, p. 222).

Lefebvre (2001) constata que a cidade passa a ser um centro de vida social e política, composta não apenas pelas riquezas, mas também pelos conhecimentos, técnicas, monumentos e obras (edificações). Tal afirmação conduz a evolução da cidade em direção do comércio, na direção das trocas, na direção dos produtos. O uso principal da cidade passa a ser:

O uso, das ruas e das praças, dos edifícios e dos monumentos, é a Festa (que consome improdutivamente, sem nenhuma outra vantagem além do prazer e do prestígio, enormes riquezas em objetos e em dinheiro) (Lefebvre, 2001, p. 12).

Esse processo de evolução das cidades é perceptível na cidade de Taubaté, uma cidade que surgiu no período colonial e apresentou seu desenvolvimento em direção à industrialização no século XIX, tendo o Mercado Municipal de Taubaté como o lócus das trocas e do desenvolvimento do comércio local. O capítulo 3 apresenta o surgimento de Taubaté e sua evolução pelas lentes dos viajantes no período colonial.

3 TAUBATÉ: UMA CIDADE COLONIAL NO VALE DO PARAÍBA, SÃO PAULO

Na Região do Vale do Paraíba Paulista, o processo de urbanização se deu durante três séculos. De acordo com Müller (1969), vale ressaltar que os períodos de desenvolvimento dos núcleos urbanos partindo dos períodos históricos foram:

fase do devassamento (século XVII), durante o "ciclo do ouro (século XVIII) e o "ciclo do café" (século XIX), terminando com a ligada à industrialização (século XX)" (Müller, 1969, p.13).

Müller (1969) afirma que, com a chegada da cultura do café, a Região do Vale do Paraíba foi sendo densamente ocupada. Esse aumento populacional se deu graças às constantes levas de população, principalmente de Minas Gerais, que em geral migravam para trabalhar nas lavouras e ali se estabeleciam. Inserido neste contexto, o Mercado Municipal de Taubaté surgiu no ano de 1860.

Na História, o índice de urbanização teve uma elevação acentuada ao longo da segunda metade do século XX em todos os continentes, num processo que foi desencadeado pelo aumento da produção rural e pela melhoria da infraestrutura de transporte, propiciando uma mobilidade da população rural para as regiões urbanas (Reis, 2006).

No final do século XX, o Brasil vivenciou esse fenômeno urbano decorrente da ampliação das fronteiras econômicas e do aumento da densidade humana no território. De acordo com Milton Santos e Maria Laura Silveira (2006, p. 251), "ainda que sua distribuição seja desigual, há, em uma porção considerável do tamanho do território, maior densidade técnica, acompanhada de maior densidade informacional".

De acordo com Reis (2006), esse fenômeno fez com que as pessoas migrassem para as cidades ou residissem em cidades médias e trabalhassem no campo, tendência que pode ser constatada em várias regiões do Brasil, dentre elas, a região do Vale do Paraíba, onde se situa a cidade de Taubaté.

A Região do Vale do Paraíba Paulista marcou seu período de regionalização e metropolização por meio da intensificação do comércio das atividades agrárias e, posteriormente, ao final do ano de 1970, pela industrialização. Segundo Lencioni (2004), a expressão capital-interior tornou-se insatisfatória diante das transformações ocorridas no território paulista.

Ou seja, puseram em xeque o relativo anacronismo contido nessa expressão dualista, como se a capital e o interior fossem duas realidades tão distintas que seriam até opostas. Sobre isso Lencioni (2004) afirma que:

À primeira, ou seja, à capital, estariam associadas as ideias de indústria, expansão urbana, problemas ambientais, pujança econômica, bem como favelas e violência urbana e, à segunda, ao interior, estariam associadas as ideias de campo, atividades agrárias, pequena industrialização, ritmo lento de desenvolvimento, natureza pouco alterada, ausência de problemas ambientais e habitacionais e tranquilidade urbana (Lencioni, 2004, p. 155).

Esse processo de urbanização reforçou a importância do mercado municipal como um lugar que surge com o propósito de organizar o abastecimento de alimentos da cidade, estabelecendo um contato regulador entre o urbano e o rural. O mercado também acompanhou as transformações da paisagem, provocadas pelo fenômeno urbano, marcadas pelas mudanças e dinâmicas no desenvolvimento da cidade de Taubaté.

Retratamos a cidade de Taubaté, que foi considerada uma das mais antigas da Região do Vale do Paraíba Paulista. Fundada por Jacques Félix (cerca de 1640), tornou-se vila em 5 de dezembro de 1645. O povoado de Jacques Félix foi traçado onde hoje se encontra a parte central da cidade e conseguiu chegar a essa posição por possuir uma igreja matriz, câmara e cadeia pública, além de engenhos e moinhos. Em 5 de fevereiro de 1842, tornou-se cidade, sendo a primeira vila a conquistar tal condição (Abreu, 2004).

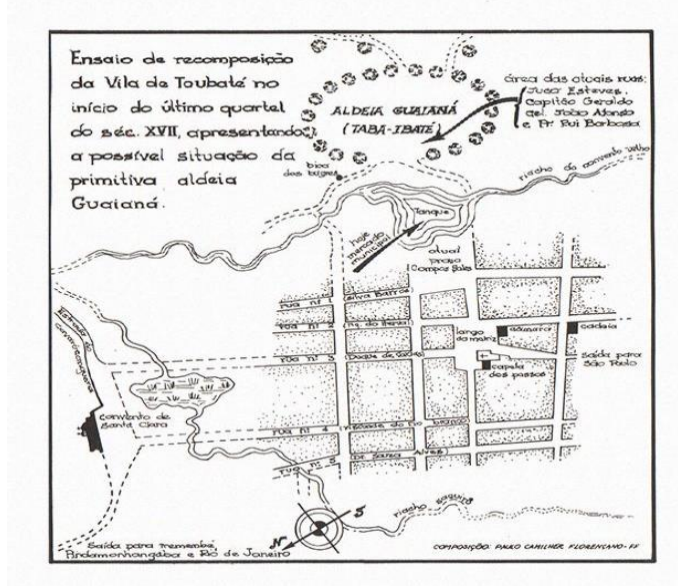
3.1 Breve História de Taubaté, um olhar dos viajantes

No final do século XVI e início do XVII, há uma expansão na região do Vale do Paraíba. Entre seus primeiros colonizadores, estava o sertanista Jacques Félix, que chegou à região como procurador de D. Mariana de Souza Guerra, condessa de Vimieiro e donatária da Capitania de São Vicente. Müller (1965), aponta que: “Jacques Félix, natural de São Paulo, deslocou-se para a região com a família, levando também um grupo de escravos índios, além de inúmeros animais” (Müller, 1965, p. 80). A autora afirma que dessa forma o sertanista Jacques Félix conseguiu se impor aos grupos nativos dos Jeromini e dos Puri, que ocupavam a região, fundando um

povoado, em local onde já existira uma grande aldeia de índios guaianazes, aproveitando uma légua de terra concedida pela donatária (Müller, 1965).

Assim surge Taubaté, que em seus primeiros decênios de vida era um núcleo bastante modesto, localizado no vale médio do rio Paraíba, em uma posição geográfica excepcional. Na Figura 1 pode se observar que, no início do último quartel do século XVII, já havia uma aldeia do Guaianás localizada nas proximidades do largo do Chafariz, região próxima ao mercado municipal (César Júnior, 2013).

Figura 1 – Vila de Taubaté com menção à aldeia Guaianás



Fonte: Taubaté..., 2019.

Não se sabe ao certo o número de integrantes da tropa de Jacques Félix, mas se supõe um número entre 100 e 150 pessoas, que, somando-se ao número de guaianás existentes na terra local, totalizam por volta de 300 habitantes; sendo assim a matriz genética do taubateano foi composta entre europeus, índios e mamelucos (César Júnior, 2013).

Na comitiva de Jacques Félix, além da família e dos índios amigos e escravos, vieram os religiosos franciscanos. Toda a provisão era carregada nos lombos dos animais, nas trilhas ínfimas, nos caminhos que eram abertos na mata para adentrar na região (César Júnior, 2013).

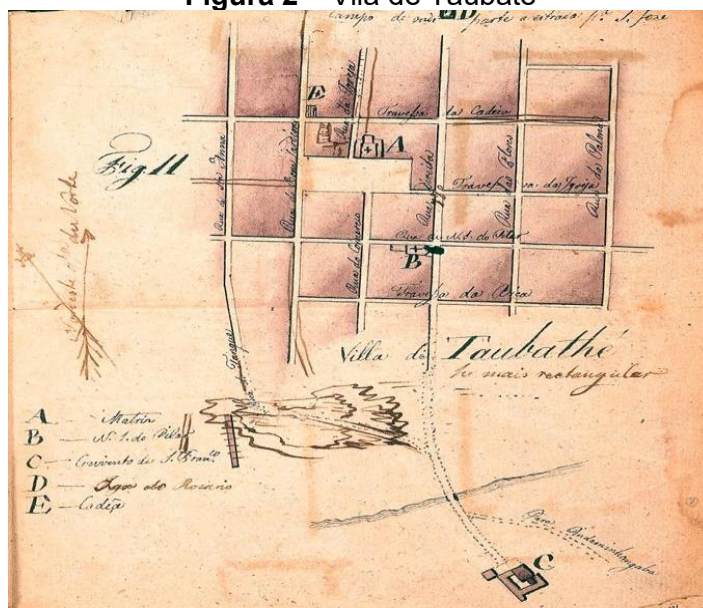
De acordo com Casal (Séc, XVII) na obra *Corografia Brasílica ou Relação Historico-Geografica do Reino do Brazil*, a vila de Taubaté fazia parte da Província de

São Paulo. Neste documento, observa-se que sua localização se encontrava em uma região bem-posicionada:

Taubaté é uma das vilas mais consideráveis, e a mais bem situada da província: está 30 léguas ao nordeste de São Paulo, 20 de Moji das Cruzes, e 12 de Jacareí uma arredada da margem direita do Rio Paraíba junto a uma ribeira. Além da Matriz dedicada a São Francisco, e as capelas de Nossa Senhora do Pilar, e do Rosário. Quase todas as casas são de taipa, e poucas de sobrados. Seus habitantes, cujos antepassados foram antagonistas dos piratininganos ou paulistas, cultivam víveres, e tabacos; criam porcos e galinhas em grande quantidade; e fazem pequenas plantações de canas-de-açúcar: e conservam um ramo de indústria com lindas esteiras, e açafates, que se transportam para diversas partes. Perto da embocadura da ribeira, que a lava, e junto à margem do Paraíba, que a recolhe, está o pequeno Arraial de Tremembé, ornado com uma capela dedicada ao Senhor Bom Jesus anualmente festejado (Casal, 1817, p. 112).

A futura vila, representada na Figura 2, foi traçada com ruas em ângulos retos em formato de “tabuleiro de xadrez”, ladeadas por casas rústicas de pau a pique; sua área de origem é a localidade onde hoje se encontra a Matriz São Francisco das Chagas, e é neste espaço da Praça Dom Epaminondas que se situa o marco zero da cidade.

Figura 2 – Vila de Taubaté



Fonte: Pazzine, 2012.

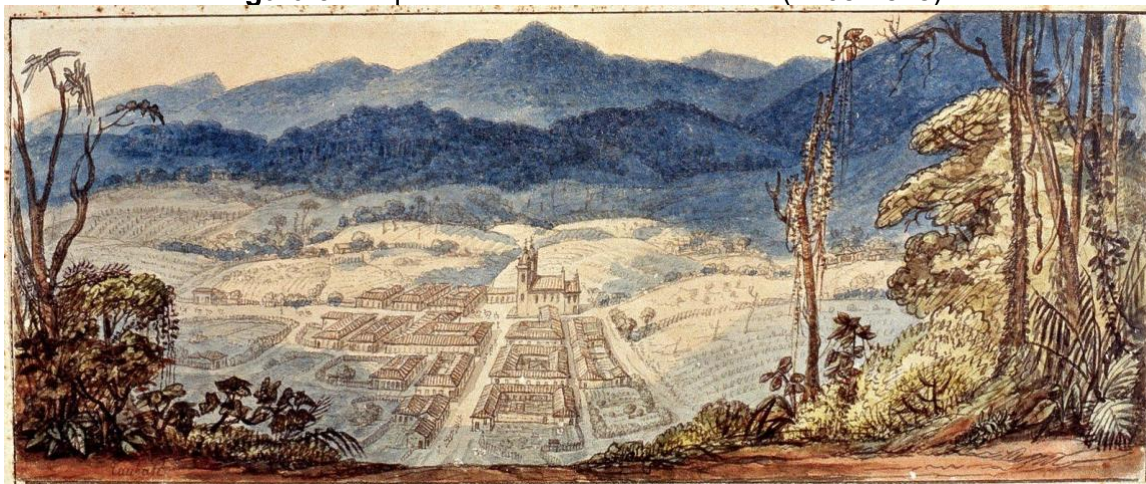
A cidade de Taubaté foi fundada por Jacques Félix (cerca de 1640), sendo o primeiro núcleo de povoamento da região do Vale do Paraíba. De acordo com Ortiz (1988), registros em documentos históricos apontam:

Em 1640, Jaques Félix e seus companheiros edificaram, afinal, o núcleo primevo do povoado de São Francisco das Chagas de Tabebaté, numa elevação a uma légua do rio, no divisor de águas entre os córregos futuramente chamados de Judeu e Convento Velho (ou Correa), contribuintes à margem direita do Paraíba. De légua e mais a duas daí ficavam a própria fazenda do capitão, organizada na sesmaria que recebera em 1628. Junto ao povoado, do outro lado do córrego do Convento Velho, na elevação fronteira (hoje morro do Cristo) e no primeiro terço da colina (nas proximidades da atual praça Rui Barbosa), erguia-se a aldeia guaianá de Tabebaté, com ameríndios já afeitos ao convívio dos brancos. Assim nasceu Taubaté, fruto de um processo de colonização já mais amadurecido e que, no eixo S. Paulo-Rio de Janeiro, haveria de se destacar nos ciclos do ouro, do café e industrial, que compreenderam grande parte da história econômica da Terra de Santa Cruz (Ortiz, 1988, p.635).

Em 5 de dezembro de 1645, por provisão de Antônio Barbosa de Aguiar, capitão-mor, ouvidor e alcaide-mor da Capitania de Itanhaém, a povoação recebia o predicado de vila, com o nome de São Francisco das Chagas. O povoado conseguiu chegar a essa posição por possuir uma igreja matriz, câmara e cadeia pública, além de engenhos e moinhos, condição indispensável pelo governo colonial (Abreu, 2004).

Na Figura 3, a aquarela de Jean Baptiste Debret (1768-1848), temos uma imagem poética, porém pouco representativa, pois apresenta uma paisagem dentro de um vale fechado de montanha, o que sugere que Debret não esteve no lugar e elaborou a obra pelo olhar de outro viajante (César Júnior, 2013).

Figura 3 – Aquarela da cidade de Taubaté (1768-1848)



Fonte: Crozariol, 2012.

Em 5 de fevereiro de 1842, tornou-se cidade, pela lei promulgada pelo Barão de Monte Alegre, sendo a primeira vila da região vale-paraibana a conquistar essa condição (Abreu, 2004).

Taubaté já foi considerada uma das vilas mais importantes do Vale do Paraíba, representada pelas figuras e nas narrativas dos viajantes Spix, Martius e Saint-Hilaire. De acordo com os depoimentos, Taubaté aparece na primeira metade do século XIX, desempenhando um papel de um núcleo modesto, apesar de ser considerada uma “célula-mater” na região (Abreu, 1991).

De acordo com Andrade (2022a), o zoólogo alemão Johann Baptiste von Spix foi convidado, junto com seu colega, o médico, antropólogo e botânico alemão Carl Friedrich Philipp von Martius, para uma expedição ao Brasil, com o objetivo de explorar e descrever a fauna e flora. Essa viagem pelo Brasil ocorreu entre 1817 e 1820. Seus relatos sobre a passagem por Taubaté descrevem a vila como uma das mais importantes da Província de São Paulo:

Taubaté, que alcançamos à noite, está situada sobre um outeiro chato, três milhas a sudeste de Pindamonhangaba. Avista-se do seu alto uma grande parte dos campos, por onde estão dispersos pequenos capões e moitas. O convento franciscano, à esquerda do caminho, circundado

de algumas filas de majestosas palmeiras, produz muito agradável impressão, e deixa presumir um lugar importante. Sem dúvida, Taubaté, que consta de uma rua principal com casebres cerrados de ambos os lados e algumas ruas laterais, é uma das mais importantes vilas de toda a província (Spix, 2017, p. 159).

Os viajantes apresentam detalhes das construções da vila, o que remete à simplicidade das moradias locais, mas afirmam que os habitantes de Taubaté eram mais educados e possuíram mais abastança do que os das outras pequenas vilas por onde eles haviam passado; essa contatação, certamente era graças às relações comerciais intensas com o Rio de Janeiro e São Paulo:

[...] A casa, que um morador da vila compartilhou conosco, era, aliás, pouco própria para nos fornecer teto conveniente. As casas em geral são raramente de mais de um pavimento, as paredes são quase que geralmente de vigas fracas ou ripas amarradas com cipós, barreadas e caiadas com tabatinga, que se encontra aqui e acolá, à margem dos rios; o telhado consiste em telhas côncavas ou tábuas finas de madeira, raras vezes de palha de milho descuidadamente colocada, e nas paredes abrem-se uma ou duas janelas de rótula. O interior corresponde à efêmera construção e ao material pobre. A porta de entrada, em geral meio ou inteiramente de rótula, dá logo na peça principal da casa que, sem soalho e sem paredes caiadas, mais parece um paiol. Este compartimento serve de sala de estar e de visitas. A despensa e algum quarto contíguo para hóspedes ocupam o resto da frente da casa. Na parte dos fundos estão os quartos da mulher e do resto da família, que aqui, segundo o costume português, logo deve retirar-se para esses cômodos, quando chegam pessoas estranhas. Dessas peças passa-se à varanda coberta, que em geral, ocupa quase toda a extensão e dá para o quintal. Às vezes, também existe uma varanda idêntica na frente da casa. A cozinha, e o rancho dos empregados, em geral um pobre telheiro, acham-se no fundo do quintal, atrás da casa [...] [...] Tampouco encontra o viajante em parte alguma poços, e tem que servir-se para todos os fins de águas pluviais, ou água de fonte ou de rio (Spix, 2017, p. 160).

Spix (2017) não relataram sobre o abastecimento e a alimentação na vila, apenas um breve comentário sobre uma videira cujos bagos eram de sabor agradável, por fim descrevem a paisagem quando partem de Taubaté sentido Jacareí:

Ao sul de Taubaté, a estrada do vale do Paraíba vai subindo sobre colinas úmidas, cobertas de matas, com belos fetos arbóreos, aróideas e melastomáceas, hidrófilas. A baixada tem igual riqueza das mais belas plantas e de insetos; entre outros, achamos aqui o *Cerambyx longimanus*; entre as aves um novo *Tyrannus* pardo, de comprida cauda, e o *Cuculus guira* (Spix, 2017, p. 161).

O naturalista francês Augustin François César Prouverçal de Saint-Hilaire, mais conhecido como Auguste de Saint-Hilaire, esteve no Brasil entre os anos de 1816 e 1822. Ao retornar à França, “publicou os relatos de suas viagens, em forma de diários de viagem, além de sólido conhecimento do país que visitara, revelam uma grande capacidade de observação e compreensão” (Andrade, 2022a, p. 81)

Saint-Hilaire (2002) descreve a vila de Taubaté como sendo umas das mais importantes em terras da capitania de São Paulo. Em suas narrativas, o viajante elucida a localização de forma objetiva e dá detalhes sobre a configuração das ruas e construções:

Fica situada em terreno plano e tem a forma de um paralelogramo alongado. Consta de cinco ruas longitudinais, todas pouco largas, mas muito limpas e cortadas por várias outras. As casas próximas umas das outras são pequenas, baixas, cobertas de telhas e só têm o rés-do-chão. Apresenta a maioria a fachada caiada e tem um quintalzinho plantado de bananeiras e cafeeiros (Saint-Hilaire, 2002, p. 89).

Saint-Hilaire (2002) retrata que a vila de Taubaté era a mais importante das vilas que atravessou na capitania de São Paulo, em seus registros descreve a imponência das igrejas, representada na Figura 4:

A igreja paroquial ostenta duas torres, é bem grande e conta cinco altares fora o altar-mor mas, como as de Guaratinguetá e Pindamonhangaba, não recebe luz pelo lado da nave, sendo por conseguinte muito escura. Além desta igreja existem em Taubaté três outras que quando muito merecem o nome de capela. Ao se chegar do Rio de Janeiro, passa-se diante de um convento, muito grande, pertencente à ordem dos franciscanos. Muito contribuiu para o embelezamento da cidade. Fica em frente desta e dela separado por grande praça quadrada, chamada Campo e coberta de ervas e vassouras (Saint-Hilaire, 2002, p. 89).

Figura 4 – Taubaté e Convento de Santa Clara por Nair Opromolla de Araújo (1835).



Fonte: Museu Paulista USP³, 2021

O viajante descreve o cotidiano da cidade. Em seus registros há a informação de que Taubaté, como as demais cidades do interior do Brasil por ele visitadas, possuía uma vida pacata e que a maioria das casas ficava fechada durante a semana, só sendo habitada nos domingos e dias de festa; esses relatos constatarem que a vida rural era mais intensa que a vida urbana, as terras eram utilizadas para a cultura de cana e posteriormente, com a alta considerável que o café teve, os cultivadores só queriam tratar dos cafezais (Saint-Hilaire, 2002).

Quanto ao comércio de alimentos, Saint-Hilaire (2002) descreve que a maioria das casas de beira do caminho eram as vendas, no entanto não havia variedade de produtos: apenas bananas, aguardente e fumo compunham o estoque desses locais. Durante seu percurso, ele relatava que, ao parar para solicitar alguma informação, logo era questionado se não ia comprar nada; entre os produtos mencionados, estavam o milho, arroz e feijão. O viajante fica impressionado com a fartura de peixe de água doce e reforça que nas vendas esses produtos são oferecidos em diversos modos, “entre Lorena e Taubaté é o peixe muito abundante e barato. É o Paraíba que o fornece. Vende-se fresco, mas encontra-se também seco e salgado na maioria das vendas” (Saint-Hilaire, 2002, p. 91).

O período das lavouras canavieiras propiciou o desenvolvimento de muitas propriedades rurais, com os engenhos de açúcar, onde se beneficiava a cana-de-

³ Imagem Disponível em: http://acervo.mp.usp.br/Storage/EspacoDomestico/MPACERVO_ICONO//1-19280-0000-0000-01_880x0.jpg. Acesso em: 25 mar. 2021.

açúcar e eram produzidos melado, rapadura e aguardente. Por volta de 1825, a produção começou a diminuir e deu espaço para uma nova monocultura, as lavouras cafeeiras (Prado, 2005).

Nas fazendas da Vila de Taubaté, eram produzidas as farinhas de milho e de mandioca e, em menor escalas vinhos e licores caseiros; eram produzidos também artesanatos, como cestas, balaios e jacás. As mercadorias eram consumidas, trocadas ou vendidas na própria região, ou enviadas para locais mais distantes, dentro dos jacás pendurados nas cangalhas sobre o lombo dos burros (Prado, 2005).

As tropas de animais cargueiros constituíram importante meio de transporte e comunicação, interligando todo o Vale do Paraíba, o Sul de Minas Gerais e o litoral Norte de São Paulo. As tropas de muares faziam o transporte de mercadorias diversas, desde mantimentos — da zona rural para as vilas e cidades (Andrade, 2022b, p. 99).

Andrade (2022b) afirma que os tropeiros que proviam o abastecimento de gêneros de alimentícios para a região mineradora, a produção excedente do Vale do Paraíba, era basicamente de feijão, fubá, farinha de milho e de mandioca, queijos, ovos, marmeladas, rapaduras, melado, fumo e aguardente.

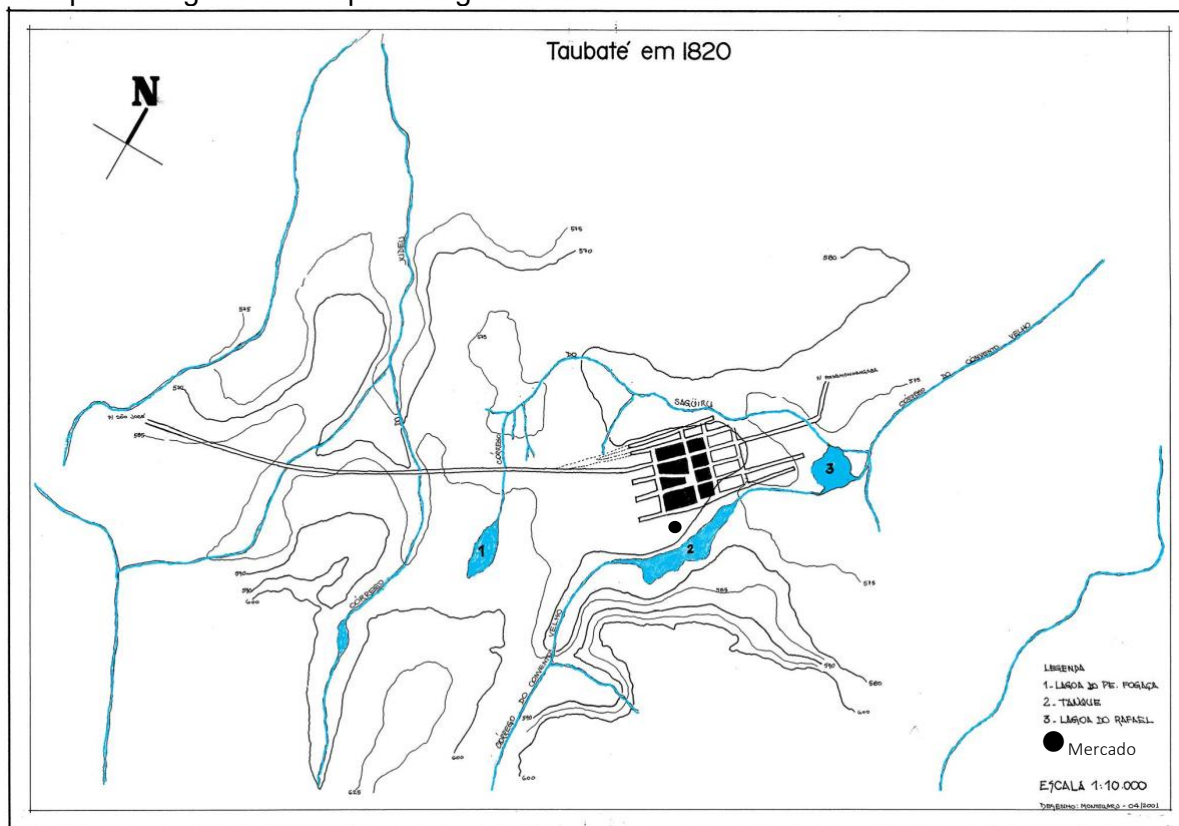
A partir de meados da primeira metade do século XIX, o Vale do Paraíba vivenciou um novo progresso com a chegada do café, produto que liderou a economia não apenas regional, mas de todo o Brasil; nesse período a paisagem urbana do Vale do Paraíba começou a alterar. Há um aumento expressivo no número de logradouros, de construções de luxo, do trânsito de pessoas e carros (de tração animal). Se até o início do século XIX as cidades viviam relativamente estagnadas, a mudança na economia impulsionou às atividades urbanas e à modernização das cidades (Abreu, 2004).

Abreu (2004) reforça que nesse período Taubaté se destacou como uma importante cidade produtora de café e em consequência de ser um centro produtivo, enriqueceu e se desenvolveu rapidamente, trazendo algumas melhorias para a população, como: “jornal (1861), estrada de ferro (1876), teatro (1878), bondes de tração animal (1881), iluminação a gás (1884) e serviço de abastecimento de água (1893)” (Abreu, 2004, p. 24). Outro marco importante para a cidade nesse período foi a construção da Casa do Comércio (atual mercado municipal) (1860), localizada na região do Tanque da Aguada.

A região do Tanque da Aguada era cortada pelo do córrego do Convento Velho (ou Correia) e não há registros sobre seu represamento; de acordo com Ortiz (1996, p. 552) “não se sabe ao certo se represamento no local onde hoje se encontra o mercado municipal, próximo ao largo da Matriz, foi feito pelos guaianases ou já pelos colonizadores”.

Segundo Reis (2013), a origem do mercado de Taubaté se deu a partir das feiras livres, por volta do ano de 1840; inicialmente, os eventos aconteciam no largo Largo da Matriz São Francisco das Chagas, atual Praça Dom Epaminondas. Em 21 de outubro de 1841, foi designado um local contíguo ao Tanque para logradouro público e parada de tropas que vinham de Ubatuba, fato que foi decisivo para o surgimento do mercado. Em 1853, o tanque deixa de abastecer a cidade, é secado e aterrado de vez; no mesmo ano, há registro nas atas da câmara, de que, mesmo sob protestos de alguns cidadãos que queriam a feira no local de origem, ocorre a transferência dela para a região do tanque. A região era um simples lugarejo denominado "Tanque da Aguada", e é a mesma onde se situa, atualmente, o mercado municipal entre as praças Dr. Paula de Toledo e Dr. Campos Salles, que está representada na Figura 5 (Reis, 2013).

Figura 5 - A Cidade de Taubaté em 1820, com a localização aproximada do mercado municipal na região do Tanque da Aguada



Fonte: Cesar Júnior (2013), adaptado pela autora.

Com a mudança, a região passa a ser conhecida como Largo da Quitanda. Para melhorar o acesso ao local, ruas foram construídas, e a urbanização começou a acontecer. Em 1857 a construção do barracão começa a ser erguida, e o local passa a ser chamado de Casa do Comércio ou de Praça do Mercado. Em 1860 a obra foi dada como concluída, mas novas mudanças ainda estavam por vir (Reis, 2013).

No capítulo 4 são apresentadas as discussões acerca do estado da arte sobre o espaço de mercado no contexto urbano publicado na área de Planejamento Urbano e Regional e o surgimento dos mercados públicos ao longo da história.

4 O CONTEXTO DOS MERCADOS MUNICIPAIS: DAS ORIGENS AOS TEMPOS ATUAIS

A compreensão do espaço do mercado municipal, como um lugar de tradição e as dinâmicas sociais envolvidas em seu contexto, com base nas narrativas e na memória individual e coletiva da população, permite estabelecer diretrizes para entender a permanência desse espaço na região central da cidade em estudo. Partindo de tal pressuposto, esta seção tem o objetivo de apresentar discussões conceituais em torno da importância dos mercados e a organização do espaço urbano. Para isso, foi realizado um levantamento sob a perspectiva do estado da arte, na área de planejamento e urbano e regional, em alguns repositórios, para então apresentar as principais discussões em torno do objeto desta pesquisa.

4.1 Uma pesquisa exploratória sobre o tema

Como forma de averiguar as produções acadêmicas que versam sobre o tema, realizou-se pesquisa exploratória, com foco no estado da arte, a partir de um levantamento de dissertações e teses nas plataformas Sucupira, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP e no Repositório da Produção Científica e Intelectual da Unicamp, com o termo de busca “mercado municipal”, resultando em 22 dissertações (Tabela 1) e cinco teses (Tabela 2).

Na busca de teses e dissertações com a palavra mercado municipal, a maioria dos resultados era relacionada a mercado financeiro, mercado imobiliário, mercado de trabalho, mercado da moda, sanitização e higiene de alimentos nos mercados, entre outros. Os documentos encontrados foram filtrados, e os resultados encontrados estão reunidos nas Tabelas 1 e 2.

Tabela 1 - Dissertações que contêm a palavra-chave “mercado municipal” (continuação...)

Título	Instituição	Área do Programa	Ano
Fluxograma do processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos	Universidade Federal da Paraíba	Engenharia Urbana	2006
Mercado Central de Belo Horizonte: a Convivência entre iguais e diferentes	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	Ciências Sociais	2006
Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o mercado central de Belo Horizonte	Universidade Federal do Rio de Janeiro	Planejamento Urbano e Regional	2006
O mercado municipal de Campos dos Goytacazes: A sedução persistente de uma instituição pública	Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro	Políticas Sociais	2006
Os mercados de Belém: um estudo sobre a preservação da arquitetura do ferro	Universidade de São Paulo	História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo	2007
O Mercado de Três Lagoas: um estudo de caso das transformações urbanas (1970 a 1979)	Universidade Federal da Grande Dourados	História, Região e Identidades.	2008
As relações de trocas materiais e simbólicas no mercado municipal de Araçuaí – MG	Universidade Federal de Viçosa	Extensão Rural	2008
Mercado Adolpho Lisboa: cheiros, sons e imagens, uma abordagem simbólica	Universidade Federal do Amazonas	Sociedade e Cultura da Amazônia	2008
A caixa vazia: preservação e história no mercado municipal de Diamantina	Universidade Federal da Bahia	Arquitetura e Urbanismo	2009
O Mercado municipal de Campinas: Questões sobre revitalização dos centros históricos	Pontifícia Universidade Católica de Campinas	Centro de Ciências Exatas, Ambientais e de Tecnologia	2010
Desaparecimento de um mercado e permanência de uma feira: estudo de suas conseqüentes expressões no espaço urbano das cidades do Rio de Janeiro e do Salvador	Universidade Federal Fluminense	Arquitetura e Urbanismo	2011

Tabela 1 - Dissertações que contêm a palavra-chave “mercado municipal” (conclusão)

Título	Instituição	Área do Programa	Ano
Ainda há lugar para os mercados municipais? Repensar o consumo, as sociabilidades e as centralidades urbanas. Os casos de Barcelona e Lisboa	Técnico Lisboa	Arquitetura	2014
Os mercados públicos municipais de São Paulo-SP: as transformações nos espaços de comércio e consumo	Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho	Geociências e Ciências Exatas	2014
Os mercados no século XXI: novas perspectivas de apropriação do espaço público	Faculdade de Arquitetura e Artes da Universidade Lusíada de Lisboa	Arquitetura	2015
Mercado Central do Rio de Janeiro: Modernidades e resistências cotidianas nas primeiras décadas da República	Universidade Federal do Rio de Janeiro	História Social, Instituto de História	2015
As identidades culturais e as relações materiais, imateriais e simbólicas vivenciadas no Mercado Municipal da cidade de Diamantina/MG	Universidade Federal de Minas Gerais.	Geografia	2015
Mercados Públicos em São Paulo: arquitetura, inserção urbana e contemporaneidade	Universidade de São Paulo	Planejamento Urbano e Regional	2017
A revitalização do Mercado Central de Pelotas e sua resignificação social	Universidade Federal de Pelotas	Cidade, Estado e Esfera Pública.	2017
Mercados municipais: estruturas decadentes ou polos de animação?	ISEC – Coimbra	Engenharia Civil	2017
Mercado Municipal de Amarante: diálogo entre a arquitetura e a cultura	Universidade do Porto	Arquitetura	2017
O cotidiano no mercado municipal de Montes Claros: A memória e a profissão como transmissão e herança	Universidade Federal de Viçosa	Extensão Rural	2017

Fonte: Elaborada pela autora⁴.

As teses que tinham como tema “mercado” foram filtradas, e os resultados encontrados para mercado municipal podem ser observados na Tabela 2.

⁴ A partir dos documentos disponíveis nas bases de dados da Sucupira, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP e no Repositório da Produção Científica e Intelectual da Unicamp.

Tabela 2- Teses selecionadas por meio da palavra-chave mercado municipal

Título	Instituição	Área do Programa	Ano
História de compra & venda: mercados e abastecimento urbano em Campinas, 1859/1908	Universidade de São Paulo	História	2001
“O maior mercado do mundo!” Uma etnografia do Cadeg, o novo Mercado Municipal do Rio de Janeiro	Universidade Federal do Rio de Janeiro	Sociologia e Antropologia	2014
As relações socioculturais no Mercado Municipal de São Paulo - produção de tradições na formação e no reconhecimento de grupos culturais a partir da alimentação	UNESP- Campus Marília	Filosofia e Ciências Sociais	2016
Da feira e da cozinha: consumo, identidade e linguagem em torno da comida na Feira Municipal de Cametá-PA	Universidade Federal do Pará	Antropologia	2018
Entre tabuleiros, balcões e fogões: Um estudo sobre a alimentação de rua na cidade de São Paulo (1765-1834)	Universidade Estadual de Campinas	História	2018

Fonte: Elaborada pela autora⁵.

Por meio do levantamento realizado, observou-se a existência de apenas duas dissertações na área de Planejamento Urbano e nenhuma tese foi encontrada, o que torna este estudo ainda mais relevante.

Há uma carência de pesquisas no campo do Planejamento Urbano que tenham o mercado municipal como objeto de interesse, seja como uma resistente rugosidade nos espaços contemporâneos ou como um elemento estruturador intraurbano da cidade.

Neste sentido, esta pesquisa propôs fornecer uma análise sobre as transformações na região central de Taubaté onde o mercado municipal está inserido e compreender a resiliência do mercado municipal em estudo, que não somente se encontra em funcionamento, como vem se adaptando às constantes mudanças urbanas e inovações do mundo contemporâneo.

⁵ A partir dos documentos disponíveis nas bases de dados da Sucupira, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP e no Repositório da Produção Científica e Intelectual da Unicamp.

Assim, busca-se apresentar o embasamento teórico, tendo como objetivo a compreensão das dinâmicas e transformações que aconteceram no contexto regional de Taubaté, diante o processo de urbanização pelo qual a cidade passou.

Objetiva-se inicialmente apresentar o embasamento teórico para a compreensão deste lugar, visando entender as dinâmicas ocorridas no espaço de seu entorno, o que contribuirá para identificar se este mercado, de natureza histórica, carregado de simbologia e representação da forma de viver e de se relacionar, particular da localidade estudada, está contemplado nos instrumentos urbanísticos do município, como o Plano Diretor e a Lei Orgânica da cidade, e analisar se o poder público local valoriza este mercado como parte da História e do desenvolvimento econômico regional, diante das constantes modernizações e do crescimento urbano do município.

4.2 Os Mercados Municipais no contexto histórico

Na História, quando se trata da origem dos mercados e feiras livres, pode-se dizer que estes espaços são tão antigos quanto o aparecimento do homem, que trocava suas produções agrícolas nos núcleos de povoamento. O abastecimento para a população geralmente era realizado nas feiras e nos mercados a céu aberto, onde aconteciam as trocas dos produtos (Soares, 2009).

Vargas (2001, p. 146), reforça que na antiguidade, as feiras representavam um evento “a feira (de feria, do latim, que significa festa de um santo) era, sobretudo o encontro de mercadores, frequentemente vindos de muito longe, que durava muitas semanas”. A autora reforça que no século XII, o Ocidente viu surgir ciclos de feiras regionais e inter-regionais que formavam uma espécie de mercado contínuo.

Para Harvey (2006) o mercado de alimentos sofreu transformações e se apresenta hoje bem diferente do que foi há vinte anos. Nesses espaços os estilos culinários, representados pelos diferentes tipos de alimentos, aparecem de acordo com a cultura urbana de cada região. Novos ingredientes foram inseridos; outros, pela tradição, foram mantidos. Assim é necessário entender se essas práticas são consideradas tradições e se contribuem para a permanência desses espaços nas regiões centrais.

Na complexidade do espaço do mercado, podemos ainda versar, sob o conceito de Lefebvre (2000), como “espaços de representação, ou seja, o espaço

vivido através das imagens e símbolos que os acompanham, portanto, espaço dos “habitantes”, dos “usuários”. Esses espaços carregados de simbologia atravessam o tempo, carregando a memória e a origem de um povo.

Pode-se também refletir sobre o conceito de campo, segundo Pierre Bourdieu (1989), como um espaço estruturado de posições em que dominantes e dominados lutam pela manutenção e pela obtenção de determinados postos. No mercado municipal, essas lutas se dão num jogo constante dos feirantes em busca dos clientes, disputando posições e lucros específicos.

Essas relações nos dão mostras da vida cotidiana do espaço e nos levam a tentar entender as relações construídas historicamente entre os homens e o seu meio. Para Servilha e Doula (2009),

[...] os mercados e feiras possuem trajetórias que não podem ser consideradas em uma história simples e linear, tendo em vista as possibilidades de adaptação de suas dinâmicas socioeconômicas de coexistência entre o tradicional, o arcaico e o moderno lado a lado (Servilha; Doula, 2009, p. 129).

As inserções dos mercados municipais nos municípios contribuíram para mudanças no cotidiano das populações, e a sua presença atualmente representa um fato arquitetônico, social, econômico e urbanístico, reforçando a importância desse espaço como um local de memória, repleto de representações sociais de um povo; porém se faz necessário também entender como o poder público reconhece tais espaços e qual a valorização que o município dá para seu entorno (Martins, 2010).

Há registros sobre a origem dos mercados em várias áreas do conhecimento: na revisão de literatura, esse espaço é citado em eventos, história, geografia, alimentação e artes.

Vargas (2001, p.103) em seus estudos sobre os espaços varejistas, afirma que nas últimas décadas do século XVIII, os mercados estavam inseridos no contexto urbano, o que os tornavam um espaço público por excelência. Dentre estes espaços varejistas, os mais significativos, eram: “os *bazaars* árabes, a *ágora* grega, os mercados, os fóruns romanos, as praças medievais, as feiras e os edifícios de mercados”.

De acordo com Veca (1998), há registros de imagens do cotidiano no mercado nas obras de arte, retratando o espaço como um lugar de troca comercial. Veca (1998,

p. 690) reforça que nas ilustrações do mercado na Europa as representações desse espaço retratam:

O local em que se desenrola a troca, assim o espaço destinado à exposição dos alimentos, modelaram o aspecto das cidades européias. Seja como centro de comércio ou como espaço vazio em que se desenrola um festim, a praça é uma imagem capital na oferta da alimentação. Os pintores representam as mercadorias expostas nos estabelecimentos ou dispostas na rua, em cima de expositores provisórios e depois de mesas sofisticadas. Aqui, a variedade e a abundância dos produtos sobressaem sem contestação; a despeito da coerência e verossimilhança das escolhas arquitetônicas adotadas, a exposição de tão grande quantidade de alimentos dá a impressão de uma enorme “fotogenia”. Foi precisamente no mercado, como espaço teatral, que pintores protestantes do século XVI, Pieter Aertsen e Joachim Beuckelaer entre outros, vieram a representar, ao ar livre e várias vezes, episódios públicos inspirados nos Evangelhos, a fim de atualizá-los e sublinhar seu caráter cotidiano. O tema do mercado será encontrado nas cenas intimistas de interior, mas metamorfoseado pela introdução da cozinha que aparece no primeiro plano do quadro. Não tendo adquirido ainda uma representação definitiva, a alimentação possui daí em diante um estatuto estável que facilita sua identificação, ao mesmo tempo que dá testemunho de sua qualidade; além disso, a natureza do produto indica, sem equívocos na época moderna, uma estação e uma região. Determinadas cenas de mercado ou festins ao ar livre podem, assim, figurar em representações do ciclo das estações, ao lado dos trabalhos agrícolas ou em concorrência com eles; eis aí um dos temas iconográficos mais recorrentes do imaginário europeu (Veca, 1998, p. 690).

Nas Figuras 6, 7, 8 e 9 podem se observar as obras do pintor do século XVI, Lucas Van Valckenborch, cujas telas trazem representações que retratam cenas do cotidiano nas cidades europeias. Nas obras *The Winter* (Figura 6) e *Meat and Fish Market (Winter)* (Figura 7) é possível observar cenas que retratam o espaço do mercado no inverno europeu (Veca, 1998).

Figura 6 - Obra intitulada *The Winter*



Fonte: Van Valckenborch, [1595a].

Figura 7 – Obra intitulada *Meat and Fish Market (Winter)*



Fonte: Van Valckenborch, [1595b].

Na Figura 8 o cenário do mercado aparece no título da obra, e a imagem retrata a comercialização de mantimentos; na cena podem se observar os personagens olhando, apalpando e escolhendo os alimentos em um ambiente interno.

Figura 8 – Obra intitulada *Poultry Seller (Market Scene)*



Fonte: Van Valckenborch, 1580.

A obra *Allegory of Autumn* retrata cenas de outono e nos remete ao escambo de mercadorias, prática utilizada no período da economia feudal, quando não se utilizavam moedas.

Neste período a Europa Ocidental tinha um caráter agrícola, e a terra era a única fonte de subsistência e a única condição da riqueza. Pirrene (1977) em seus estudos certifica que:

tôdas as classes da população, desde o imperador, que não possuía outras rendas além das de suas terras, até o mais humilde de seus servos, todos viviam, direta ou indiretamente, dos produtos do solo, fôssem eles fruto de seu trabalho, ou consistissem, apenas, no ato de colhê-los e consumi-los. Os bens móveis já não tinham nenhum valor econômico. Tôda a existência social funda-se na propriedade ou na posse da terra (Pirenne, 1977).

Figura 9 – Obra intitulada *Allegory of Autumn*



Fonte: Flegel e Van Valckenborch, 1593.

Acredita-se que as transformações que aconteceram no período por volta do século X tiveram um papel importante na intensificação das feiras e estas atravessaram séculos e continentes e se mantiveram até a contemporaneidade (Junqueira; Peetz, 2015). Os autores reforçam que, com o aumento populacional, houve uma necessidade de organização nos sistemas de produção e de distribuição dos alimentos:

A intensificação dos processos de aglomeração de pessoas nos burgos, à época nascentes, virá a impor necessidades de profundas alterações não apenas nos sistemas de produção agroalimentar, mas também na organização de novos circuitos de abastecimento e distribuição de gêneros. Com isso, a paisagem será alterada por novos campos agrícolas, florestas inteiras serão derrubadas e os burgos serão tomados por novos mercados e profissões relacionadas aos atos e às funções alimentares. Trata-se do início da transposição de uma economia típica de subsistência para uma economia de mercado, embora uma não venha a substituir a outra nem completa, nem imediatamente. Nesse contexto, em realidade, o rural e o citadino "deixam de ser duas entidades concorrentes para se tornarem dois centros econômicos complementares". E a partir daí as trocas comerciais passarão a se multiplicar, quase sem tréguas, de forma organizada e regular e já não mais apenas esporadicamente (Junqueira; Peetz, 2015, p. 21).

Na Europa dos anos 1000, o mundo era eminentemente agrário, e foi no campo que surgiram as grandes transformações, aumentando a importância do meio rural campos para a habitação e produção econômica. A intensificação do crescimento populacional nas cidades medievais impõe mudanças tanto nos processos

agroalimentares quanto nos sistemas de abastecimento e distribuição dos alimentos (Junqueira; Peetz, 2015).

O senhor, proprietário do solo, cede-o em troca de uma renda fixa em dinheiro, uma parte das principais colheitas — cereais, vinho e óleo — e um determinado número, pequeno, de cabeças de gado, aves, presunto, queijo e ovos. Ele exige também um direito de entrada quando da concessão e se reserva o direito de cobrar antecipadamente taxas de transmissão em caso de mudança de proprietário, inclusive quando a transmissão se faz a um descendente. Em contrapartida, o camponês adquire a posse perpétua de sua exploração e pode até mesmo aliená-la. Numa época de expansão demográfica e renovação da tecnologia agrária, os senhores puderam aumentar suas rendas instalando continuamente novos lavradores em seus domínios, sem penalizá-los com taxas e corveias excessivas nem os prender à terra. As famílias camponesas podem então concentrar seus esforços na exploração das terras recebidas e desenvolver sua própria produção sem cair na servidão (Riera-Melis, 1998, p. 391).

No final do século XIII, a paisagem se transforma, as grandes florestas dão lugar a bosques mais modestos, vigiados por guardas dos senhores feudais, que impediam a entrada dos camponeses. Riera-Melis (1998) descreve que o território é desenhado por muitas aldeias, e que estas são compostas por:

[...] pequenas casas de pedra ou de madeira e dispostas em volta da igreja e do cemitério. Tais aldeias são cercadas por hortas, eiras para malhar os grãos, currais, pomares e campos de cereais e delimitadas por estreitas zonas de pastagem e floresta (Riera-Melis, 1998, p. 392).

Riera-Melis (1998, p. 393) reitera que os primitivos núcleos urbanos apresentam em sua estrutura uma densa rede de vias terrestres e fluviais onde “nos entroncamentos os mercados prosperam: camponeses da região aí vendem seus pequenos excedentes e compram alguns artigos manufaturados da cidade, trazidos por comerciantes”.

Na Idade Média a população rural se alimentava da sua produção no campo, no entanto esse contato direto com a terra não era garantia de sobrevivência, pois muitas vezes as más colheitas traziam situações desastrosas para a população. Cortonesi (1998) afirma que nesse período na Europa o processo de abastecimento se dava da seguinte forma:

As comunidades rurais dependem muito, para abastecer-se, dos mecanismos de suas culturas de subsistência, e os circuitos comerciais só funcionam num sentido: o campo envia ao mercado urbano seus excedentes de produção (Cortonesi, 1998, p. 411).

Rennó (2006) enfatiza em sua obra que o surgimento dos mercados no Brasil se deu a partir das feiras livres:

Os mercados públicos surgiram depois das feiras, como uma forma de se oferecer produtos quase todos os dias da semana, já que as feiras tinham dias específicos para ocorrer. Como as feiras representavam uma forma mais barata e móvel de se centralizar o comércio, apenas com o crescimento da cidade é que o mercado começou a surgir, sendo depois uma alternativa importante às feiras, que, antes de terem sido reorganizadas, ocupavam locais que segundo os administradores públicos, atrapalhavam o fluxo. Era uma forma de se organizar ou dar menos mobilidade às feiras livres o que sabemos, não ocorreu. Os dois modelos convivem atualmente (Rennó, 2006, p. 38).

Dialogar sobre o surgimento dos mercados nos remete à origem das cidades. Max Weber (1979), reforçando a concepção da origem dos mercados na Europa, afirma que é comum uma cidade ser fundada a partir da existência de um mercado; no entanto, não é qualquer mercado que transforma o lugar em uma “cidade”; segundo o autor, a presença de um mercado municipal é de suma importância na organização dos municípios, enfatizando que uma das características de uma cidade é possuir um mercado.

Mercados periódicos e feiras anuais, nos quais em épocas determinadas se encontravam comerciantes de regiões distantes para trocar entre si suas mercadorias, ou colocá-las diretamente em mãos do consumidor, tinham lugar frequentemente em locais que hoje reconhecemos serem “aldeias” (Weber, 1979, p. 69).

Vargas (2001, p. 96) explica que “os mercados, desde o início, eram locais onde a troca se realizava e que possuíam um papel importante na atividade econômica e na vida social”.

Esses pontos de trocas surgem na tentativa de reorganizar os espaços, controlar a circulação de produtos e pessoas, estabelecer controles higiênico-sanitários nas áreas urbanas em desenvolvimento (Martins, 2010).

Os mercados urbanos foram reconhecidos desde a Antiguidade como lugares onde há o intercâmbio de produtos e, se até hoje foram mantidos nas cidades, é em

função de sua resiliência e capacidade de dialogar com outras modalidades de comércio mais modernas (Pintaudi, 2006).

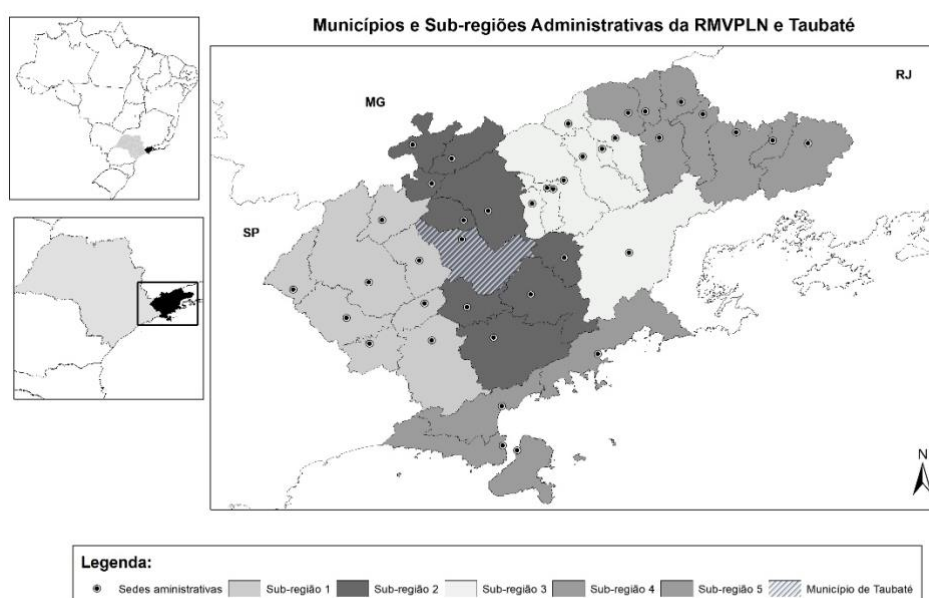
A maioria dos mercados dos municípios da região do Vale do Paraíba surgiram próximos a uma igreja, e tinham um córrego ou rio, nas áreas limítrofes. Silvana Maria Pintaudi (2006) enfatiza a importância dos referidos espaços, que acabaram “materializando-se em construções porque a reprodução da vida na cidade e/ou região necessitava de um contínuo suprimento de víveres” (Pintaudi, 2006, p. 84).

No capítulo 5, apresentamos a história do Mercado Municipal de Taubaté, que surgiu a partir de uma feira livre ao lado da Matriz e ao longo dos anos foi evoluindo, evolução que acompanhou o processo de crescimento da cidade. Atualmente o mercado se mantém resiliente às diversidades econômicas e sociais, mas ainda é reconhecido como um lugar de referência para o abastecimento da cidade.

5 O PROCESSO DE CRESCIMENTO DA CIDADE DE TAUBATÉ E O MERCADO MUNICIPAL

O município de Taubaté localiza-se na Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (Figura 10), a qual é marcada pela história do tropeirismo, que contribuiu na constituição de diferentes mercados municipais, locais onde as tropas paravam para alimentar os animais e para o reabastecimento e venda de mercadorias.

Figura 10 - Localização da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte



Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados do IBGE, 2022.

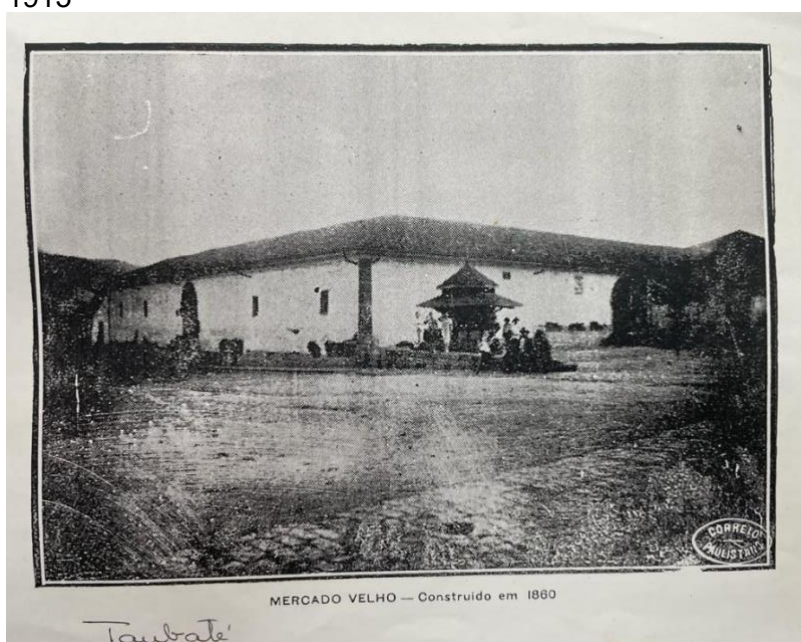
Alguns documentos históricos (Jornal “Diário de Taubaté”, Voz: especial mercadão) apontam que um dos mercados mais antigos e maiores da região seria o Mercado Municipal de Taubaté, então chamado de Velho Mercado, inaugurado no ano de 1860. Sua arquitetura era composta por oito cômodos, atuais “boxes”, onde feirantes faziam a exposição de seus produtos. Na Figura 11 é apresentada uma fotografia do mercado no final do século XIX. É interessante ressaltar a disponibilidade de água e de estalagem para animais de carga, no prédio do século XIX. Os produtos em destaque no início do mercado eram peixes, provavelmente de água doce, cereais e fumo (Reis, 2013). Nesse momento, o município de Taubaté possuía 20.773

habitantes, sendo 62% homens e 48% mulheres, segundo a Synopse do Recenseamento, de 31 de dezembro de 1890 (Bassanezi, 1998).

Em documento distribuído pelo Conselho Municipal de Turismo de Taubaté (Comtur, s/d), indica-se que a localização do mercado, no início da então vila, foi derivada das rotas de comércio que abasteciam a região do Vale do Paraíba e litoral norte paulista, principalmente São Luiz do Paraitinga e Ubatuba, por possuir um porto de comércio internacional. Em princípio, o comércio e trocas ocorriam ao ar livre, e mais tarde foi construído um local adequado para o comércio.

O mercado de Taubaté tem suas origens ligadas à Banda do Tanque, que abrangia, então, o Largo do Mercado e o Ribeirão Correia. Era na “banda do Tanque” que se achava localizado o reservatório de água que abastecia a população da Vila de São Francisco das Chagas de Taubaté (Comtur, s/d).

Figura 11 – Primeiro Mercado Municipal de Taubaté, construído em 1860 e substituído pelo novo mercado, em 1915



Fonte: Arquivo público da Biblioteca Professora Maria Morgado de Abreu, Taubaté⁶ (2018).

Taubaté, então cidade, ainda não se mostrava muito dinâmica, como foi observado por Soto (2001). Conforme menção da autora, enquanto a economia do café florescia nas fazendas, “a cidade de Taubaté, que ascendeu a tal categoria em

⁶ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

1842, jazia aparentemente imóvel se comparada com a rapidez das mudanças que se operavam no meio rural” (Soto, 2001, p. 81).

À medida que a economia cafeeira se dinamizou, a cidade também cresceu, até o final do século XIX. Soto (2001, p. 83) comenta que

(...) em 1853, a cidade contava com 800 prédios urbanos, que passaram a 1.000, além dos 100 terrenos em 1877; aumentaram para 1.400 casas em 1887 e para 1.573 prédios e 29 ruas e travessas em 1889. Por esses cálculos estima-se a amplitude do crescimento urbano acompanhando a tendência populacional do município que em 1900 alcançou os 36.723 habitantes.

Ou seja, a cidade de Taubaté crescia, e a demanda por um local como o mercado, fazia-se presente. Soto (2001) explica que o abastecimento da cidade com produtos alimentícios era uma preocupação dos administradores, pois existia um receio das crises de carestia. Assim, foi determinado um lugar apropriado em que o comércio de gêneros alimentícios pudesse se instalar e onde foi construído um barracão que abrigaria, em princípio, a

feira de domingo e depois um mercado municipal, onde se vendia toucinho, carne de vaca, milho, arroz socado e com casca, farinha de mandioca, feijão, carne de porco, ou seja, produtos que formavam a base da dieta alimentar (Soto, 2001, p. 120).

No momento da implantação do mercado de Taubaté, esses estabelecimentos eram considerados entrepostos comerciais de alimentos (de meados do século XIX até a década de 1930), como mencionam Vargas e Silva (2020).

Com o passar do tempo, o mercado transformou-se em lugar de referência na cidade. Alguns anúncios de estabelecimentos comerciais apresentam o Largo do Mercado como endereço (Figura 12), o que nos leva a concluir que o mercado municipal, de fato, foi internalizado pelos cidadãos.

Figura 12 - Anúncios de comércio, publicados no jornal local “O Liberal Taubateense”, publicado em 1888



Fonte: Nogueira, 1888, p. 4.

Em 1896, o “Almanach O Estado de S. Paulo” (Almanach, 1896, p. 353) informava que o município de Taubaté possuía 45 mil habitantes, sendo que 12 mil moravam na cidade (27% do total). A cidade possuía sistema de iluminação a gás, “esplendido systema de canalisação de águas” e canalização de esgoto. O mercado figurava como um dos 15 prédios públicos de importância na cidade. Em 1905, Taubaté era definida como uma das cidades mais populosas do estado de São Paulo e a mais importante da “zona norte” paulista (Soto, 2001). Entretanto, um problema que atingiu todo o país também reverberou em Taubaté: doenças relacionadas à higiene pública.

Segundo Reis (2013), em 1880, registraram-se as primeiras reclamações quanto às condições higiênico-sanitária e estrutural do mercado, incitando discussões entre o legislativo para a aprovação de uma reforma urgente, que só foi estabelecida em 1913, quando se demoliu o prédio do Velho Mercado para início das obras do Novo Mercado. O Novo Mercado de Taubaté (Figura 13) foi inaugurado em 1915 e consistia em um projeto com 5 mil metros quadrados, oito pavilhões internos e outros pavilhões externos, que cercavam a área destinados a cereais, frutas e hortaliças, farinhas, aves e administração (Reis, 2013).

Figura 13 – O Novo Mercado de Taubaté, inaugurado em 1915



Fonte: Arquivo público da Biblioteca Professora Maria Morgado de Abreu, Taubaté (2018)⁷.

Soto (2001, p. 191) esclarece que o Novo Mercado, inaugurado em 1915, direcionou-se à comercialização dos produtos dos lavradores locais e de municípios vizinhos, tendo sido excluídos os negociantes da cidade.

A ideia era favorecer a concorrência e abrir oportunidades para o pequeno produtor e vendedor em detrimento de atravessadores e monopólios, principais causadores das carestias e altos preços. Na mesma linha, premiavam-se os que vendessem carne de melhor qualidade ou mais barata, dispensando-os de pagar direitos no matadouro, reduziam-se os impostos dos pequenos comerciantes de gêneros de primeira necessidade, cereais por exemplo e, em geral, seguiu uma política de favorecimento dos que se comprometessem a ter sempre abastecido seu estabelecimento e por um preço menor (Soto, 2001, p. 191).

A cidade de Taubaté continuava a se desenvolver. Na tabela 3, observa-se o seu crescimento. Como mencionado, em 1896, 27% dos 45 mil moradores do município residiam na área urbana. Em 1934, a população urbana correspondia a 59,7% da população total. Esta taxa de urbanização cresceu em 1940 para 69%, mantendo-se estável em 1950 (67,8%). Esse crescimento populacional teve um rebatimento no território.

⁷ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

Tabela 3 - Número de Habitantes do Município de Taubaté (1896 - 1950)

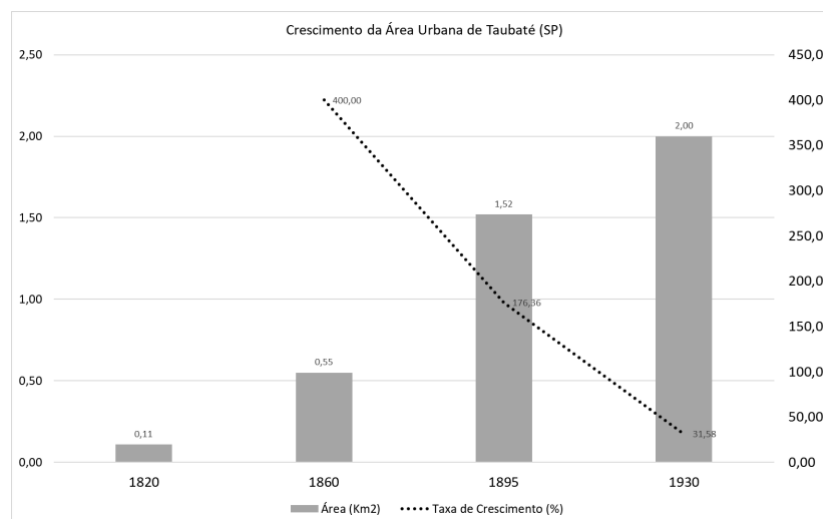
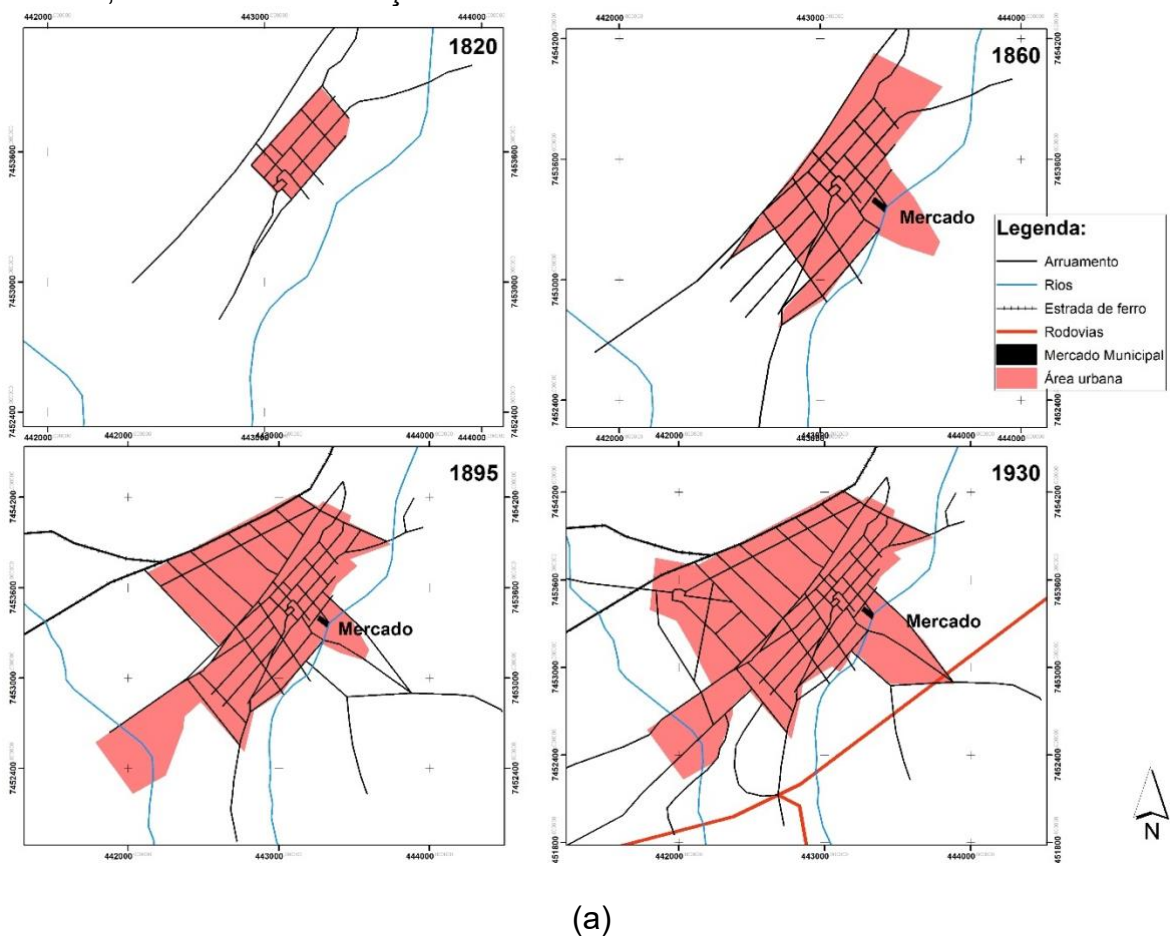
TAUBATÉ	1896	1900	1920	1934	1940	1950
URBANO	12.000	-	-	21.840	28.309	35.960
RURAL	33.000	-	-	14.724	12.661	17.037
TOTAL	45.000	36.723	45.445	36.564	40.970	52.997

Fonte: IBGE (1900, 1920, 1934, 1940, 1950).

Na Figura 14, são apresentados mapas, com a área da cidade de Taubaté em diferentes momentos. Foi mapeado o local do mercado, para verificarmos a localização do prédio em relação à área urbana e como ocorreu o processo de crescimento urbano, em relação ao mercado.

Pode-se perceber que a cidade, até 1820 (Figura 14a), quando o mercado ainda não existia, restringia-se ao núcleo original. Entre 1820 e 1860, a cidade cresceu em área, cerca de 400%, apesar de, em termos absolutos, ter crescido 0,44 km² (Figura 14b). Neste momento, observa-se que o mercado atraiu o crescimento da cidade, talvez pela dinâmica urbana promovida pelo estabelecimento. O mercado foi instalado às margens do córrego do Convento Velho, para facilitar a sua limpeza e o seu abastecimento. Essa localidade, ainda no século XIX, era o caminho de acesso à vila/cidade de Taubaté, o que também explica o crescimento da cidade em sua direção. O referido córrego foi o primeiro curso d'água a ser utilizado para o abastecimento da população, após a instalação do mercado (Cesar Júnior, 2013).

Figura 14 - A Cidade de Taubaté em diferentes momentos: (a) os mapas produzidos, mostrando a área urbana entre 1820 e 1930; (b) gráfico que apresenta as áreas, em km², de cada ano, e a taxa de urbanização



Fonte: Cesar Júnior (2013), adaptados pela autora.

Motivada pela economia do café, a cidade cresceu 176,36%, entre 1860 e 1895, sendo produtora de aproximadamente 150 mil sacas de café, o que lhe garantiu a “primeira posição no Vale do Paraíba como Município de maior produção de café na região, resultando num período de grande progresso socioeconômico para a cidade” (Andrade, 2022b, p. 205). Entretanto, nesse período, o crescimento é atraído pela estrada de ferro, que teve uma estação inaugurada em Taubaté, em 1876 (Fernandes, 2012). Sem dúvida, a estrada de ferro é um elemento importante no processo de estruturação de uma cidade, principalmente naquele período, quando a economia girava em torno da comercialização do café, e a estrada de ferro permitia o transporte de produtos e pessoas, promovendo a integração regional entre as duas capitais mais importantes do país: São Paulo e Rio de Janeiro (Andrade, 2022b).

No ano de 1900, foi fundado o Centro dos Operários Livres de Taubaté, o que refletia um número significativo de operários das indústrias fabris instaladas na cidade; em 1902 é fundada a Associação dos Empregados no Comércio de Taubaté, instituição vigente até os dias atuais (Andrade, 2022b).

Em 1920 a produção de café começa a entrar em declínio. A acentuada queda acarretou uma necessidade de mudança na atividade econômica na cidade de Taubaté (Müller, 1965). Andrade (2022b) explica que houve uma falência no meio rural:

Com a decadência do café, muitos fazendeiros falidos tiveram que vender as suas propriedades, de "porteira fechada", expressão empregada na época, significando a venda das propriedades com todos os seus pertences, inclusive o mobiliário das casas-sedes; a maior parte delas adquiridas por fazendeiros de Minas Gerais, para a criação de gado. Assim, a atividade agrícola, antes concentrada integralmente na monocultura do café, agora se tomava diversificada, com a predominância para a produção de arroz e batata, bem como para a pecuária leiteira, que não exigiam mão de obra numerosa como a cafeicultura (Andrade, 2022b, p. 307).

Entre 1895 e 1930, a cidade cresceu 31,6%, um ritmo muito inferior ao verificado anteriormente. Como a economia do café havia entrado em decadência, a cidade continuava a crescer, mas não mais nos ritmos dos outros períodos. Neste momento, o mercado havia sido reestruturado e atraía um comércio de rua bastante intenso.

Ampliando a área das estruturas das barracas em “dias de feira”, normalmente aos finais de semana, pequenos agricultores das cidades próximas se instalavam para comercializar seus produtos nas ruas do entorno do mercado.

A ocupação de feirantes no lugar do Mercado Municipal de Taubaté se expandiu para além dos muros, Figura 15, o que exigiu expansão da estrutura física do estabelecimento.

Figura 15 – Dia de Feira, nas proximidades do Mercado Municipal



Fonte: Museu de Imagem e Som de Taubaté (2018)⁸.

No final do século XIX, a cidade de Taubaté deu seus primeiros passos em direção à industrialização. Em 1894 foi inaugurada a indústria têxtil “Companhia Taubateana Industrial” (CTI).

A Companhia Taubateana Industrial foi fundada em 4 de maio de 1891 (...). A empresa tinha proporcionado emprego a muitas pessoas, introduzindo-as num estilo de vida associado ao âmbito urbano. A cidade teria sido favorecida pela companhia ao ser aliviada de um problema social e, sobretudo, ao superar a crise advinda com o fim da produtividade dos cafezais, (...) Taubaté passou de uma “cidade morta” a uma “cidade viva” graças às realizações da CTI, interpretada como sinal inequívoco de uma nova era de prosperidade (Soto, 2001, p. 81).

A ociosidade no campo fez com que os imigrantes italianos, que tinham uma mão de obra especializada, pudessem migrar para o trabalho nas indústrias. A CTI absorveu parte dessa mão de obra na produção têxtil de camisas e meias. Assim a

⁸ Foto tirada pela autora quando visitou o Museu de Imagem e Som em 2018.

mudança na atividade econômica da cidade valeparaibana é retratada por Andrade (2022b):

O sustentáculo da Vida Econômica de Taubaté e de sua vida urbana passou a ser, no século XX a atividade industrial. Já na última década do século anterior aí se instalara a Companhia Taubaté Industrial, depois seguida pelas Indústrias Reunidas Vera Cruz, em 1923; a Companhia Fabril de Juta, em 1927 e a Companhia Predial de Taubaté, em 1932 (Andrade, 2022b, p. 307).

Somente no decorrer do século XX é que o município entrou em uma nova fase econômica, conectada à industrialização. O mercado deixa de ser o core da cidade, que passou a crescer como resultado da industrialização. Entretanto,

Taubaté começou a experimentar o progresso e um crescimento populacional após a implantação da Rodovia Presidente Dutra, em 1950, que a transformou – assim como outras cidades situadas à margem da estrada – em corredor de acesso às principais capitais do Brasil, São Paulo e Rio de Janeiro (Oliveira; Assis, 2012, p. 115).

Entre 1920 e 1950, a população total do município de Taubaté cresce mais de 100%, e a população urbana, entre 1934 e 1950, aumentou 65%. Este crescimento se deu em função das indústrias, a partir de 1940, foram implantadas inúmeras empresas de pequeno e grande porte, entre elas: a Indústria Químicas de Taubaté (I.Q.T.), 1954; Mecânica Pesada, 1956; Indústria de Óculos Vision, 1957; Plasbaté, 1960; Ford do Brasil S.A., 1967; Daruma, Telecomunicações do Brasil, 1971 e Volkswagen do Brasil S.A., 1973. A implantação da Rodovia Presidente Dutra foi um dos principais fatores que contribuíram para a instalação dessas empresas em Taubaté (Prado, 2005)

A partir de então, observa-se que o crescimento da cidade, motivado por essa economia, urbana por natureza, vai alterar, inclusive, os padrões de consumo dos moradores urbanos. Um desses aspectos, nesse momento, relaciona-se à importância do mercado municipal para seus moradores.

Em linhas gerais, durante as três primeiras décadas do século XX, período em que Taubaté substituiu gradativamente a cafeicultura pela indústria e o comércio como principais atividades econômicas locais, assistiu-se ao surgimento de novas dinâmicas e mudanças no entorno do mercado municipal.

Nesse período, o Mercado Municipal de Taubaté já era uma referência regional, mas ainda possuía uma estrutura deficitária, principalmente aos feirantes que não possuíam depósito para estocar seus produtos, e em dias de chuva sofriam com a

água que invadia o mercado. Reis (2013, p. 38) afirma que “as mercadorias tinham que ser suspensas. Com as inundações, o mercado ficava vulnerável ao lixo trazido pela água, assim como os ratos que buscavam abrigo”.

No ano de 1951, após algumas propostas de melhoria introduzidas pelo prefeito, foi criado o cargo de Administrador do Mercado, de livre nomeação e provimento. No ano seguinte, o então prefeito Félix Guisard Filho sancionou a Lei nº 4, de 09 de abril de 1952, de autoria do vereador Omar Rangel, regulamentando as condições de funcionamento do mercado e das feiras livres na cidade de Taubaté (Taubaté, 1952). São ações que demonstram a preocupação do poder público com o lugar do mercado no espaço urbano.

Assim, à medida que a cidade se reestruturava, o mercado assumia um novo lugar nesse espaço urbano. O mercado foi envolvido pela cidade, se tornou mais um ponto comercial, mas, fundamentalmente, manteve a sua essência e ajudou a conservar a identidade do lugar.

Registros fotográficos (Figuras 16a, 16b e 16c), da década de 1960, apresentam a comercialização de produtos, sobretudo de hortifruti e animais vivos, além de fumo, e objetos, como as cestas e peneiras de vime.

Figura 16 – Comercialização de produtos, nas proximidades do Mercado Municipal



(a)



(b)



(c)

Fonte: Museu de Imagem e Som de Taubaté (2018)⁹.

Percebe-se que as mudanças na oferta dos produtos ocorreram, paralelamente, às transformações sociais e urbanas que, conseqüentemente, exigiam

⁹ Foto tirada pela autora quando visitou o Museu de Imagem e Som em 2018.

a adaptação contínua das estruturas físicas dos mercados municipais, como se pode perceber, por exemplo, com as alterações do prédio do Mercado Municipal de Taubaté e em seu entorno.

Atualmente Taubaté se apresenta como um centro industrial, entretanto, mesmo após ter adquirido características de cidade urbana e industrializada, a cidade mantém sua tradição agropecuária, com numerosas propriedades rurais que produzem leite, arroz, batata, feijão, milho e hortifrutigranjeiros. A atividade comercial se mostra expressiva no município. Com o desenvolvimento urbano, chegam ao município, a partir do ano de 1980, estabelecimentos comerciais de várias naturezas, entre eles, os *shoppings centers*, Taubaté Shopping (1989) e Via Vale Garden Shopping (2012), e as redes de hiper e supermercados (Prado, 2005).

No aspecto urbano, o antigo núcleo colonial que deu origem à cidade, incluindo a região onde o mercado municipal está inserido, se diluiu e expandiu. A área urbana também cresceu, ampliando seus limites. Taubaté passa a ter 278.686 habitantes, conforme censo demográfico realizado pelo IBGE (Prado, 2005). A tabela 4 apresenta os números desse desenvolvimento populacional até o último censo demográfico, que ocorreu em 2010.

Tabela 4- Número de Habitantes do Município de Taubaté (1970 - 2010)

TAUBATÉ	1970	1980	1991	2000	2010
URBANO	99.969	161.431	197.801	229.855	272.673
RURAL	10.616	7.828	9.164	14.310	6.013
TOTAL	110.585	169.259	206.965	244.165	278.686

Fonte: IBGE (1970, 1980, 1991, 2000, 2010).

O crescimento intraurbano propiciou alterações na região central da cidade, onde o Mercado Municipal de Taubaté está localizado. Essas alterações podem ser observadas na Figura 17a: no ano de 1895, a região ainda se apresentava com um traçado "tabuleiro de xadrez". De acordo com César Júnior (2013), o crescimento da mancha urbana ainda era definido sob a ótica do prolongamento das vias. Seu espaço urbano, reduzido e com grandes espaços vazios, sendo cortado pelo córrego do Convento Velho hoje canalizado; as casas concentravam-se ao redor da matriz e da

chamada "Banda do Tanque", atual praça Campos Sales ou praça do Mercado (Müller, 1965).

O prédio Mercado Municipal de Taubaté se apresentava como um barracão, e era considerado um importante equipamento urbano comercial para a população, visto que havia demandas para a construção de um novo espaço nos registros das atas da Câmara de Taubaté, Tomo I; nas reuniões foram discutidas em assembleia as diretrizes para a construção do novo prédio do Mercado, e o texto apresenta algumas decisões, como as desapropriações, o nivelamento do terreno e as configurações do edifício e de seu entorno:

A Comissão de Obras Públicas apresenta as bases do contrato para a construção do Mercado desta cidade nos seguintes termos:

Art. 1.º Os abaixo-assinados obrigam-se pelo presente contrato a construir, por sua conta, no Largo do Dr. Paula Toledo, um mercado segundo a planta que apresentam com todas as obras necessárias aos detalhes da mesma planta do edifício;

Art.2.º A Municipalidade dará o terreno que possui no dito Largo, e a Empresa se obriga a desapropriar toda a linha de prédios, a partir do atual Barracão até a Rua Coronel Jordão;

Art. 3.º O novo mercado terá cinqüenta e sete metros de frente e trinta e nove metros e quarenta centímetros de lado com a mesma arquitetura correspondente às suas quatro faces; ao fundo passará uma rua de dezesseis metros de largura, arborizada, e, depois desta rua, seguirá um barracão de ferro coberto com telha francesa com bom ar, luz e extremamente ventilado, e cuja medição será igual ao mesmo espaço ocupado pelo Novo Mercado, menos na altura, que será de cinco metros de parede; depois nova rua de 16 metros, arborizada também, e além desta até o riacho a Empresa fará o que julgar conveniente sobre o terreno que sobra;

Art. 4.º O novo Mercado será colocado bem ao centro das duas ruas laterais que, hoje, isolam a Praça do Dr. Paula Toledo, sendo os espaços em todos os lados arborizados, e a Empresa poderá colocar aqui quiosques ou qualquer outra coisa, mas que, em nada, sombreie a perspectiva geral daquele edifício, e, no riacho fará a continuação do paredão de tijolo a ligar a obra já começada, o que é de necessidade para completo nivelamento de todo o terreno (Ortiz, 1998, p. 158-159).

O mapa da Figura 17b apresenta a região no ano de 1943. No período entre 1930-50, na medida que as áreas ainda rurais eram ocupadas pela expansão urbana, “a construção da estrada de ferro marca de forma significativa o desenho da cidade, podendo ser entendida como a primeira grande interferência na morfologia e o segundo momento de alteração da configuração espacial de Taubaté” (César Júnior, 2013, p. 62).

O córrego do Convento Velho também representava uma barreira natural no desenvolvimento da cidade e percebe-se no mapa que o córrego é um divisor, estabelecendo os limites de ocupação ao crescimento físico; César Júnior (2013, p. 64) afirma que o córrego do Convento Velho e seus afluentes cortavam a região do mercado e foram importantes no passado, servindo como abastecimento para a cidade, no entanto, “na medida em que suas características são alteradas, passando da condição de linhas naturais de escoamento e abastecimento de água para corpos receptores de efluentes; o tratamento dispensado foi o de executar a canalização”.

Outro fator impactante, que alterou radicalmente a malha urbana, foi a inauguração da Rodovia Presidente Dutra (1951), uma barreira artificial imposta à paisagem. Conforme demonstra a Figura 17c, em 2023, o traçado já é bem definido, sendo possível visualizar o desenvolvimento extrapolando a barreira da rodovia. Observa-se que os loteamentos executados na década de 1960 foram acontecendo sem que houvesse uma "amarração" com o desenho da cidade, fato que se deu em função das peculiaridades do sítio onde foi implantado (César Júnior, 2013).

Na década de 1960, a cidade passa por um período de estagnação econômica, o que dificulta os investimentos em torno de melhorias na região urbana. Em 1963, a Lei nº 721, de 12 de agosto de 1963 (Taubaté, 1963), aprova o alinhamento da Avenida Desembargador Paulo de Oliveira Costa, desapropriando as áreas de terreno necessárias à abertura da avenida.

Figura 17 – Mapas de evolução no intraurbano da cidade de Taubaté com foco no entorno do Mercado Municipal de Taubaté



Fonte: Cesar Júnior (2013), adaptados pela autora.

César Júnior (2013) enfatiza que as mudanças urbanas na década de 1980 foram voltadas para a canalização dos rios, pavimentação das ruas e a transformação das vias, que recebem pavimentação, e algumas se transformam em calçadas:

[...]O enfoque dos anos oitenta foi calcada na pavimentação das ruas da cidade e dos bairros principalmente e a canalização dos córregos. No centro, o tratamento dispensado foi a execução de três calçadas: Rua Coronel Jordão, Rua Coronel João Afonso e Praça Dom Epaminondas [...] [...] A execução dos calçados, se por um lado facilitou a circulação dos pedestres, por outro descaracterizou completamente a Praça Dom Epaminondas que se perdeu na junção das ruas que completam a obra [...] [...] Os três calçados executados nessa época não foram pensados num sistema de circulação integrada criando um complicador para o trânsito num futuro muito próximo. A proliferação de calçados foi uma febre urbanística dos anos oitenta [...] [...] A execução de calçado pode ser um fator positivo, mas se não pensado de forma integrada ao ambiente urbano

poderá se transformar em uma solução que vai mais degradar o lugar do que qualificá-lo (César Júnior, 2013, p. 62).

Como citado por César Júnior, a construção de calçadas, sem planejamento, pode acarretar uma desordem urbana, no entanto, não foi essa a percepção dos entrevistados. Durante as entrevistas, quando questionados sobre as mudanças no entorno do mercado municipal, os participantes relataram:

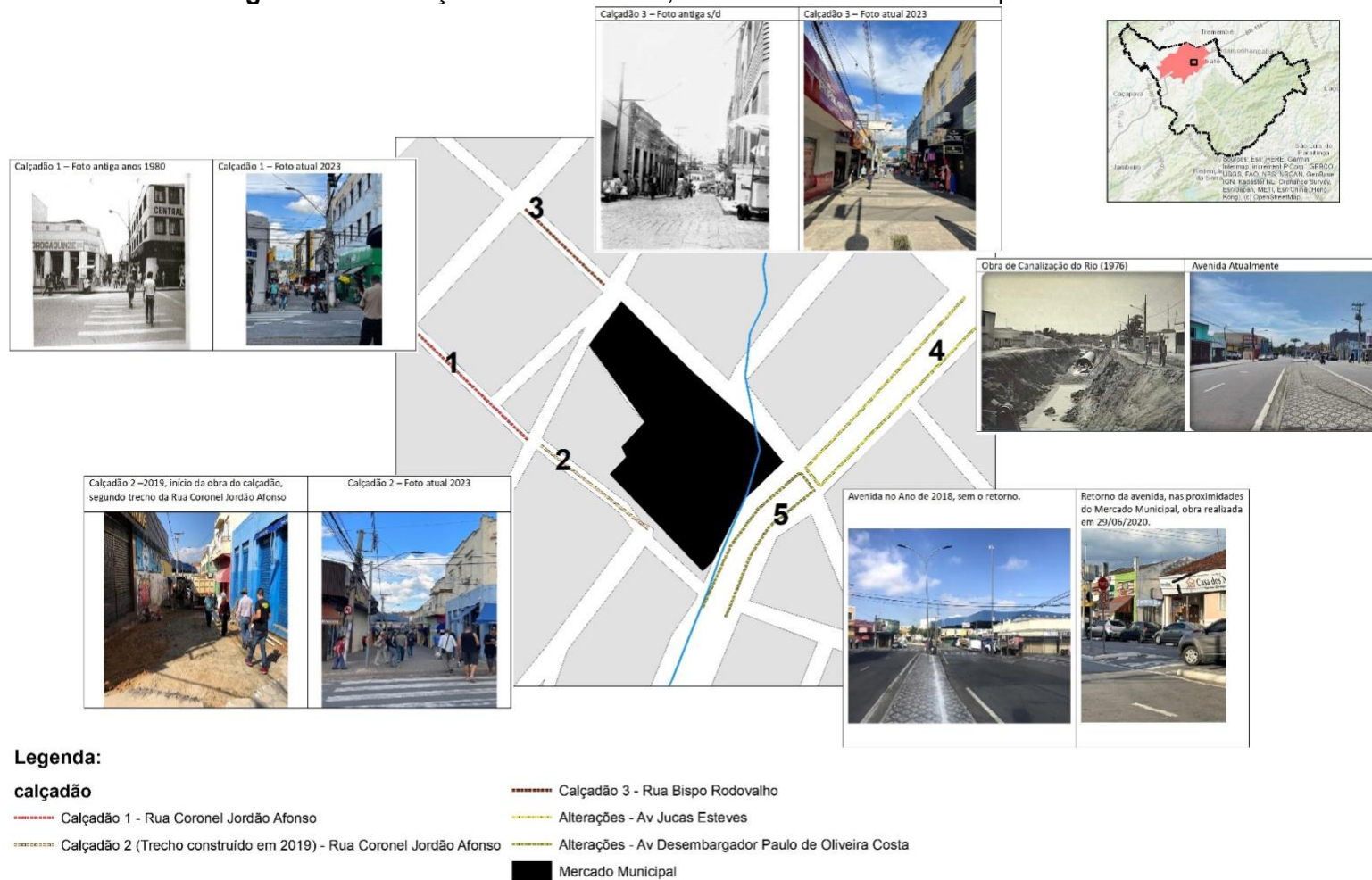
Na minha percepção pra mim o mercado é o mesmo, às vezes quando eu era pequena, hoje não vejo assim, sempre quando eu vou eu vou a pé, não, pra mim não vejo nada de diferente (E01, 2023).

Sim, eu acompanhei essa modificação, fizeram umas mudanças nas vias urbanas, modificando o sentido de trânsito dos veículos, em consequência melhorou o fluxo dos carros e fácil acesso pra chegar no mercado (E02, 2023).

As essas mudanças que ocorreram ali no entorno? As mudanças que eu percebi foram as da estrutura do mercado né, que teve uma área que foi coberta, sobre o entorno também dos calçadas, que foram criados, que antigamente eram ruas de paralelepípedo lá, e também o próprio rio, que passava ali na Desembargador que foi canalizado, acho que foram estas. Para mim estas mudanças foram positivas (E08, 2023).

Com base nas narrativas da população, as principais mudanças do entorno do Mercado Municipal de Taubaté estão retratadas na Figura 18, com exceção da estrutura física do mercado, que é mencionada mais detalhadamente no capítulo 6.

Figura 18 – Alterações no intraurbano, entorno do Mercado Municipal de Taubaté



Fonte: Google Maps e fotografias antigas, disponibilizadas pelo Museu da Imagem e do Som de Taubaté, e as recentes, obtidas pela autora (2023).

No capítulo 6 são apresentados o contexto socioeconômico e os principais acontecimentos que direta ou indiretamente interferiram nas atividades do Mercado Municipal de Taubaté, bem como a percepção dos permissionários, feirantes e a população frequentadora quanto às mudanças de sua estrutura física e a representatividade daquele espaço na história de vida de cada um.

6 A IMPORTÂNCIA DO MERCADO MUNICIPAL DE TAUBATÉ COMO UM LUGAR DE REPRESENTATIVIDADE PARA A POPULAÇÃO

Desde a Antiguidade, as feiras e os mercados a céu aberto tiveram um papel importante na formação das cidades. Ao longo do tempo esses espaços foram se reorganizando, adquirindo novos formatos e agregando outras atividades socioculturais (Pintaudi, 2006).

Vargas (2001, p. 96) reforça a importância desses lugares, “não apenas na atividade econômica, mas principalmente na vida social. Fato esse que se amplia quando se considera o abastecimento da população como uma atividade social”.

No Brasil, vários mercados se tornaram pontos turísticos e mantêm suas características arquitetônicas. No entanto, essa não é a realidade da maioria dos mercados municipais; alguns sobrevivem no contexto urbano da cidade, enquanto outros foram totalmente descaracterizados ou demolidos, para dar vazão aos projetos de modernidade dos espaços públicos (Pintaudi, 2006).

Em Taubaté os registros da primeira construção da Casa do Comércio é de 1860 e, desde então, o espaço foi modificado de acordo com as demandas urbanas. O prédio do mercado de Taubaté passou por várias reformas ao longo dos anos, sendo que muitas delas foram pleiteadas pelos vereadores, com registro nas atas da Câmara Municipal. Em 1992, foi autorizada a reforma e ampliação do mercado municipal.

O Mercado Municipal de Taubaté se tornou um lugar de memória e tradição, fortalecido por aspectos significativos da história da cidade, como ressaltado por Reis (2003) Nesse local a comercialização dos produtos tradicionais regionais, reflete a cultura alimentar de um povo; Ali é possível conhecer os ingredientes que fazem parte da dieta do dia a dia da população, pode-se identificar o que a cidade come e como come.

Esse espaço representa também um local de aprendizagem, surgido como centro de convivência humana e troca de saberes e fazeres, o que sugere que aprendemos muito com a sabedoria popular (Santos; Cardoso, 2016). Os ervateiros representam esse saber. A população de Taubaté tem o hábito de buscar a cura ou tratamento com esses detentores do conhecimento das ervas medicinais, seja para a cura de uma doença ou para uma dieta alimentar.

Também nos mercados e feiras, aprendemos a reconhecer, escolher; temos acesso a técnicas de preparo e armazenamento dos alimentos. E, quando pensamos em comidas típicas da região, uma visita ao mercado sempre vai surpreender. Alguns preparos típicos como o pastel e bolinho caipira são considerados tradição e não podem faltar no dia de feira (Figura 19a). A água de coco e as frutas vendidas em pedaços têm a garantia de serem as mais doces do mercado, e o espaço em que elas são comercializadas fica logo na entrada do Mercado Municipal de Taubaté Figura 19b e 19c.



Fonte: Acervo Pessoal (2023).

Os alimentos como o milho, a abóbora, a mandioca, a carne de porco retratam a cultura alimentar da região, mas, ao longo dos anos, novos produtos foram inseridos. A globalização foi um dos processos de integração econômica, social, cultural e política que contribuíram para isso. Hernández (2005) define este fenômeno como:

O processo de globalização supôs o desaparecimento de muitas manifestações ou produções de caráter local: desde as variedades vegetais e animais até as línguas, tecnologias e qualquer tipo de costumes e de instituições socioculturais. Enquanto umas desapareceram, outras se expandem e se generalizam (Hernández, 2005, p. 130).

Neste aspecto, focando na expansão dos alimentos, observamos que novos ingredientes e produtos são inseridos, como as frutas de outras regiões, produtos importados internacionais e nacionais, como observamos nas imagens (Figuras 20a,

20b, 20c): queijos, bacalhau, goiabada cascão, embutidos e camarões seco do Norte do país, entre outros produtos.

Figura 20 – Queijos de Minas Gerais (a) bacalhau (b) camarão seco Norte (c)



(a)

(b)

(c)

Fonte: Acervo Pessoal (2023).

No entanto, não são apenas novos ingredientes que surgem, também são apresentadas novas preparações, como pratos típicos japoneses, massas e antepastos italianos e novas adequações de preparações locais como a diversidade dos recheios do pastel de feira e a variedade de salgados. Nas cidades do interior, o apelo turístico está em conhecer o espaço e, por meio deste, compreender um pouco da cultura regional a partir dos ingredientes, saberes e fazeres dos comerciantes, feirantes e permissionários destes locais.

O Mercado Municipal de Taubaté surgiu como ponto de encontro para a troca de mercadorias e para suprir as necessidades básicas da população. No entanto, o local acabou se tornando ponto de troca não só de mercadorias como também de conhecimentos, regado a sólidos laços de amizade. Surgido como centro de convivência humana e troca de saberes, o mercado foi construído no contexto histórico que nos remete aos séculos XVIII e XIX, quando a economia regional era predominantemente de subsistência (Reis, 2013).

No período de descoberta das minas de ouro nas Minas Gerais, Taubaté tornou-se parada obrigatória para os viajantes que partiam dessa província em direção ao porto de Paraty. Outra projeção do município ocorreu, posteriormente, com a economia do café, que se despontou em meados da década de 1850. O município, nesse momento, vivenciou os reflexos das demandas comerciais e de abastecimento,

impulsionadas pelo crescimento da população, reforçando a necessidade de um espaço para comercialização dos produtos que vinham das fazendas. Inicialmente, esse local estava situado na Praça da Igreja Matriz e, posteriormente, foi transferido para o Largo do Tanque, onde até hoje está localizado (Reis, 2013).

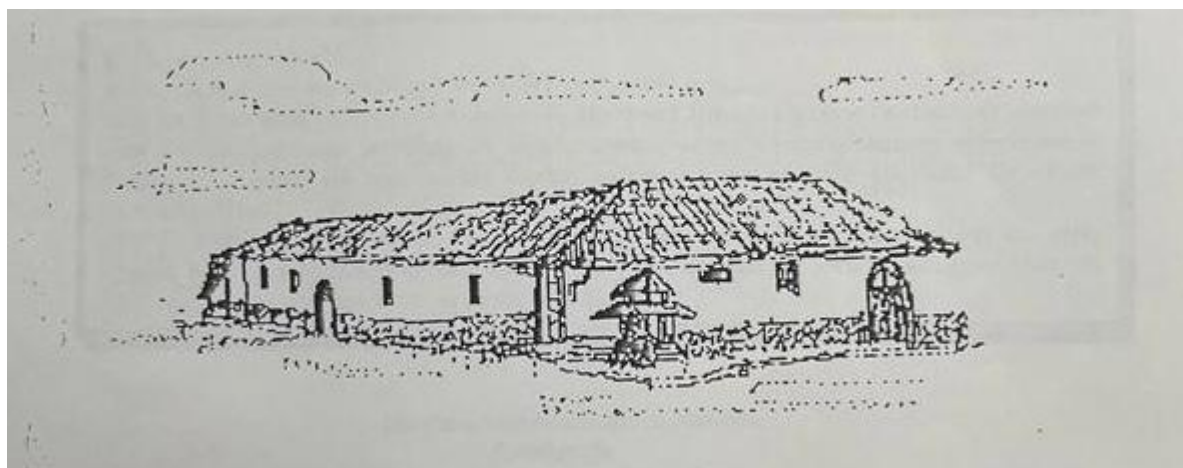
O espaço do mercado, ao longo dos anos, sofreu ações humanas, e a sua construção, inserida no espaço urbano, foi absorvendo tais alterações. Pode-se observar nesse lugar que a atualidade se defronta com o passado, se materializando em práticas construídas que foram se transformando ao longo dos anos.

A história do mercado se inicia cerca de 200 anos após o início da vila de Taubaté, datada em 5 de dezembro de 1645. Dessa forma, compreender a história da cidade é fundamental para se estabelecer uma relação com o contemporâneo, para uma posterior análise das transformações que ocorreram na região do mercado na cidade de Taubaté. Pesavento (1995) reforça que, para apreender a história de um lugar, é necessário investigar os documentos e decifrar os códigos para um posterior entendimento dos significados dos achados históricos:

O leitor do presente — historiador empenhado em reconstruir as representações humanas do passado — lidará com as dificuldades do filtro do tempo, a dificuldade de acesso a códigos e significados, a estranheza da linguagem e das práticas usuais, o inevitável viés da dissimulação na constituição dos discursos, a dispersão e dificuldade do acesso a fontes e, sobretudo, com a certeza de lidar com materiais que já lhe chegam como representação. Se as representações mais fáceis de resgatar são aquelas que resultam de um ato de vontade ou de um exercício de poder — as identificações urbanas atribuídas através de uma elaboração deliberada e intencionalmente difundida — , mais difícil será a apreensão das contra imagens construídas pelos usuários da cidade, retiradas em parte de tradições imemoriais, desejos não realizados ou metabolização e tradução dos valores impostos (Pesavento, 1995, p. 287-288).

A inauguração do primeiro Mercado Municipal de Taubaté, o “Velho Mercado”, se deu no ano de 1860. Sua arquitetura era modesta e se denominava Casa do Comércio (Reis, 2013). A Figura 21 apresenta o esboço do barracão que foi construído no lugar da feira.

Figura 21 – Esboço do Velho Mercado, em Taubaté (1857)



Fonte: Arquivo público do município de Taubaté (2018)¹⁰.

No dia 16 de janeiro de 1892, na 36ª. "SESSÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DA INTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TAUBATÉ" o então presidente da câmara, o Senhor Capitão João Affonso Vieira, convocou os vereadores para reverem o contrato para a construção de um novo mercado, sendo que a planta e o projeto seriam apresentados pelos senhores Dr. Antônio José de Castro e Dr. Francisco Ribeiro de Moura Escobar. Na ordem do dia, a comissão de obras públicas apresentou as bases do contrato, apresentado no Anexo I.

O "Mercado Velho" funcionou de novembro de 1889 até o ano de 1913. Após sua demolição, foi construído o "Mercado Novo", inaugurado em 16 de janeiro de 1915 (Figura 22) pelo então prefeito, Dr. Gastão Aldano Vaz Lobo da Câmara Leal (Reis, 2013).

¹⁰ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

Figura 22 – Lembrança da Inauguração (1915)



Fonte: Arquivo público do município de Taubaté (2018)¹¹.

O Novo Mercado (Figura 23), também chamado de o “Mercadão”, possuía uma área de 5 mil metros quadrados, oito pavilhões internos, e outros pavilhões externos que cercavam a área. Além da estrutura planejada. Nos “dias de feira”, as ruas ao redor do Mercado Municipal de Taubaté, eram ocupadas por feirantes de outras cidades vizinhas.

Figura 23 – Vista da Entrada Principal do Mercado Novo (1915)



Fonte: Arquivo público do município de Taubaté (2018)¹².

¹¹ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

¹² Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

No início, essas feiras não possuíam estruturas para expor os produtos, e os feirantes comercializavam suas mercadorias expondo-as em lonas sobre o chão. A Figura 24 representa o Dia de Feira e foi registrada por Anníbal Machado, fotógrafo enviado do Jornal “O Estado de São Paulo” para Taubaté no ano de 1944. Essa imagem faz parte do acervo do MISTAU, Museu da Imagem e do Som de Taubaté.

Figura 24 – Dia de feira nos arredores do Mercado Municipal de Taubaté em 1944



Fonte: Museu de Imagem e Som de Taubaté (2018)¹³.

No final da década de 1960, há registros de que os feirantes mantiveram a tradição de ocupação nos arredores da edificação do mercado. Neste mesmo ano o fotógrafo alemão Joe Julius Heydecker, emigrou para o Brasil; em São Paulo, tornou-se correspondente de jornais internacionais por todo o mundo. Entre 1961 e 1967, percorreu a América Latina, com o objetivo de registrar a cultura local de cada cidade.

Joe Julius Heydecker, em umas de suas viagens, esteve em Taubaté e fez o registro de cenas do cotidiano no mercado municipal. A Figura 25 representa uma vendedora na feira no dia de domingo na cidade de Taubaté, estado de São Paulo. Na imagem pode ser observada uma típica cena de cidade do interior: rua de paralelepípedo, construções antigas e a utilização de veículos de tração animal.

¹³ Foto tirada pela autora quando visitou o Museu de Imagem e Som em 2018.

Figura 25 – Cenas do cotidiano no mercado por Joe Julius Heydecker: feirante em dia de feira

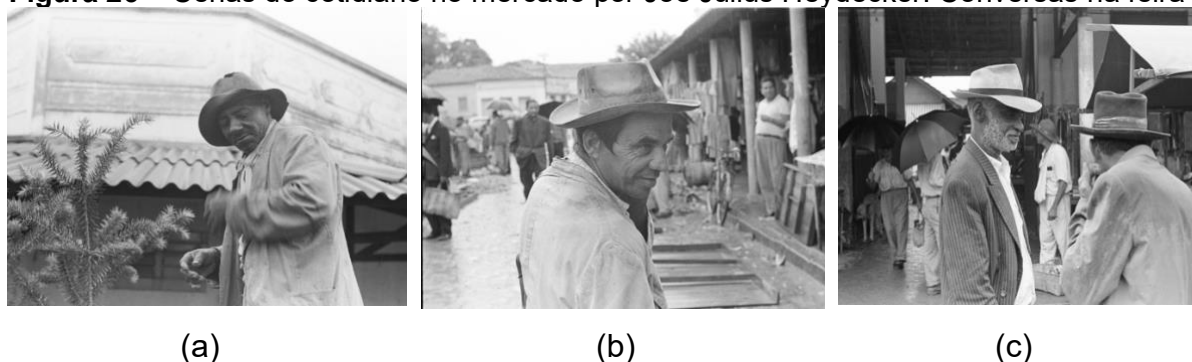


Fonte: Angelo Rubim, 2014¹⁴

As Figuras 26a, 26b e 26c trazem imagens da estrutura física do mercado ao fundo. O prédio já tinha passado por reformas, que são percebidas pela cobertura de telhas de cimento amianto em sua volta. Nas fotografias é possível observar ainda que o dia estava chuvoso, no entanto, não comprometeu a ida à feira, pois nas imagens as cenas do cotidiano representam um número considerável de pessoas circulando no local. Observa-se também que há um diálogo entre os feirantes e os consumidores; nas imagens aparecem, ainda, animais domésticos andando pelo mercado, o uso de bicicletas como locomoção e a utilização de bolsas e cestas de vime para a realização das compras. Outro elemento que chama a atenção é a presença de vegetação no entorno do mercado.

¹⁴ Imagem disponível em: <https://almanaqueurupes.com.br/wp-content/uploads/2014/07/12618758.jpg>. Acesso em: 20 maio 2023.

Figura 26 – Cenas do cotidiano no mercado por Joe Julius Heydecker: Conversas na feira



Fonte: Angelo Rubim, 2014¹⁵

A Figura 27 é uma foto aérea de Taubaté de antigamente, e nos retrata que o pátio interno do mercado é aberto, uma característica, que, de acordo com Murilha e Salgado (2011), remete a uma concepção antiga de mercado com átrio envolto por arcadas, tipo construtivo recorrente de mercados públicos até meados do século XIX.

¹⁵ Imagem (a) disponível em: <https://almanaqueurupes.com.br/wp-content/uploads/2014/07/12618898.jpg> .

Acesso em: 20 maio 2023.

Imagem (b) disponível em: <https://almanaqueurupes.com.br/wp-content/uploads/2014/07/12618807.jpg> . Acesso em: 20 maio 2023.

Imagem (c) disponível em: <https://almanaqueurupes.com.br/wp-content/uploads/2014/07/12618870.jpg> . Acesso em: 20 maio 2023.

Figura 27 – Vista aérea da região do mercado municipal, s/d. O mercado está marcado em vermelho



Fonte: Museu de Imagem e Som de Taubaté (2018)¹⁶.

O registro das cenas demonstra que na época os feirantes já faziam suas vendas expondo os produtos em uma estrutura de barracas de madeira e lona, e que o espaço no entorno do mercado era ocupado pela população, não só como um espaço de compra e venda de mercadorias, mas um espaço social, atrelado ao lazer, ao turismo e ao convívio cidadão. A resposta do participante E08, 2023 reflete a cena descrita em sua narrativa e pode ser observada nas Figura 28a e 28b (Reis, 2013).

[...] Ah então, antigamente o mercado era uma coisa mais interior, mais de bater papo, tinha poucos comércios, tinha uma praça grande, existia um relógio, né, era um ponto turístico.

¹⁶ Foto tirada pela autora quando visitou o Museu de Imagem e Som em 2018.

Figura 28 – Feirantes com estruturas fixas ao redor do relógio nos arredores do Mercado Municipal de Taubaté (a) Relógio, ambos os registros de 1969 (b)



(a)

(b)

Fonte: Museu de Imagem e Som de Taubaté (2018)¹⁷.

Na Figura 29a, percebe-se que a estrutura física do mercado sofreu alterações ao longo dos anos e, no espaço onde se situam os feirantes, as barracas passaram a ser de alvenaria e receberam uma cobertura metálica Figura 29b. Já na lateral do prédio, a telha de amianto foi substituída pelos toldos de lona e posteriormente por uma cobertura de acrílico, o que pode ser observado na Figura 29c.

Figura 29 – Feirantes com estruturas fixas de alvenaria (a) vista interna cobertura metálica (b) cobertura acrílica lateral externa do Mercado Municipal de Taubaté (c)



(a)

(b)

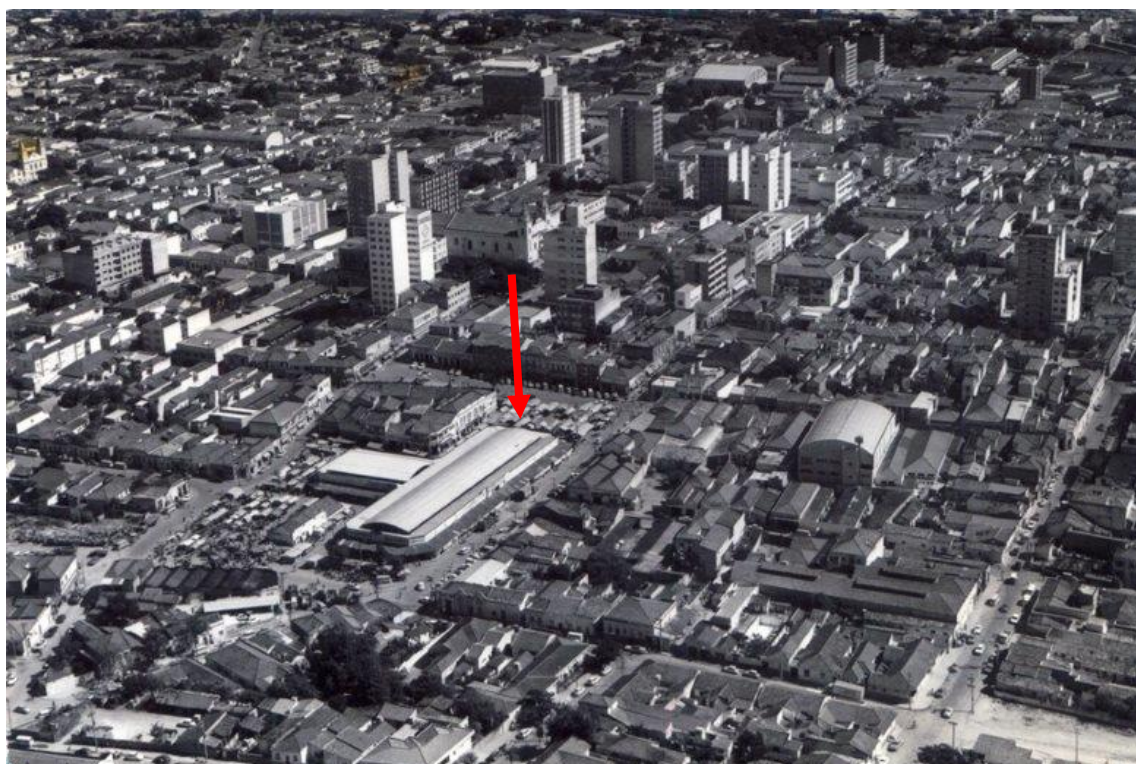
(c)

Fonte: Acervo Pessoal (2018).

¹⁷ Foto tirada pela autora quando visitou o Museu de Imagem e Som em 2018.

Em 1992, na gestão do então Prefeito Salvador George Donizeti Khuriyeh, foi autorizado um convênio entre o Executivo Municipal e a Secretaria do Governo/Subsecretaria de Integração Regional do Estado de São Paulo para reformar e ampliar o Mercado Municipal. As obras foram realizadas na gestão do Prefeito José Bernardo Ortiz, no ano de 1993, e tinham como objetivo proteger os feirantes e os munícipes contra as intempéries. A prefeitura optou na época pela construção de uma cobertura metálica com estilo arquitetônico distinto do projeto original do prédio. Na Figura 30, o destaque da cobertura do mercado municipal chama atenção em uma Taubaté mais urbanizada.

Figura 30 – Vista aérea, com destaque para a cobertura metálica, do Mercado Municipal de Taubaté, década de 1990



Fonte: Museu de Imagem e Som de Taubaté (2018)¹⁸.

A construção metálica descaracterizou a construção original, no entanto, na percepção dos frequentadores entrevistados, essa mudança não acarretou nenhum prejuízo, só a melhora do espaço:

¹⁸ Foto tirada pela autora quando visitou o Museu de Imagem e Som em 2018.

[...] mas algumas sim, igual no caso cobrir o lado do mercado ficou muito bom aquilo ali entendeu, ficou ótimo aquilo ali, porque no caso do calor mesmo de semana, aquilo ali fervia porque era só barraquinha né, agora não, agora tem aquela proteção, a pessoa não passa tanto calor. Não fica no sol exposto, só o sol, no caso [...] (E07, 2023).

Não, a gente percebe né a expansão que houve né interna né, quando a gente mudou pra cá teve aquela reforma interna, depois a parte externa, com a construção do telhado metálico, eu acho que foi melhorando né, acho que vai acrescentando (E08, 2023).

Durante a entrevista, foram citadas outras mudanças e, na fala dos participantes, observamos pontos positivos, referenciando a infraestrutura do edifício do mercado e de seu entorno. Quanto aos pontos negativos, as considerações se referiram à diminuição do espaço da feira da barganha; à forma de abordagem dos vendedores do camelódromo; à troca da cobertura por placas acrílicas, que propiciaram o aumento da temperatura no espaço dos boxes; e o descaso da gestão pública quanto à limpeza dos espaços e à manutenção da estrutura física do mercado:

Bom, que eu me lembre, me recorde não, eu acho que desde que eu frequento aqui, é, o mercado tá do mesmo jeito, eu acho que melhorou um pouco sim a infraestrutura, antes era um pouco mais precária, mas agora tá um pouco melhor (E04, 2023).

Então, assim, é que eu frequento o mercado ali já há uns trinta anos e nesses trinta anos não percebi tantas mudanças ali, eu lembro que mudaram a cobertura do mercado, teve uma obra ali que foi essa questão, mas pra mim eu não senti nada negativo, porque os boxes é continuam iguais, eles tem uma característica deles mais antiga mesmo, eles não foram assim muito modernizados, e essa questão também de ter a parte da feira livre né, também se mantém muito com a mesma cara, ela só cresceu né, e uma coisa que eu acho assim que mudou um pouco nesse nesses anos que eu vou ao mercado, mas não sei se tem relação com as mudanças que ocorreram ali, é que a parte da feira da da Breganha né, ela ela mudou um pouco, eu acho que era maior e hoje é menor, ou seja, as bancas mesmo tão tão dominando mais o mercado. Mas eu não sei então se essas mudanças, eu não eu não senti muito, é assim afetado, na verdade algumas ruas é, mudaram, algumas ruas ficam fechadas e que antes não fechavam, passavam carro e hoje são fechadas, é, as mudanças pra mim sempre foram positivas, sempre só em deixar mais fácil a utilização do mercado (E06, 2023).

As mudanças que eu sei são sobre a estrutura do mercado né, que teve uma área que foi coberta, sobre o entorno também dos calçadões, que foram criados, que antigamente eram ruas né de paralelepípedo lá, é, o próprio rio, que passava ali na Desembargador que foi canalizado, mas eu não acompanhei todas as mudanças [...] (E07, 2023).

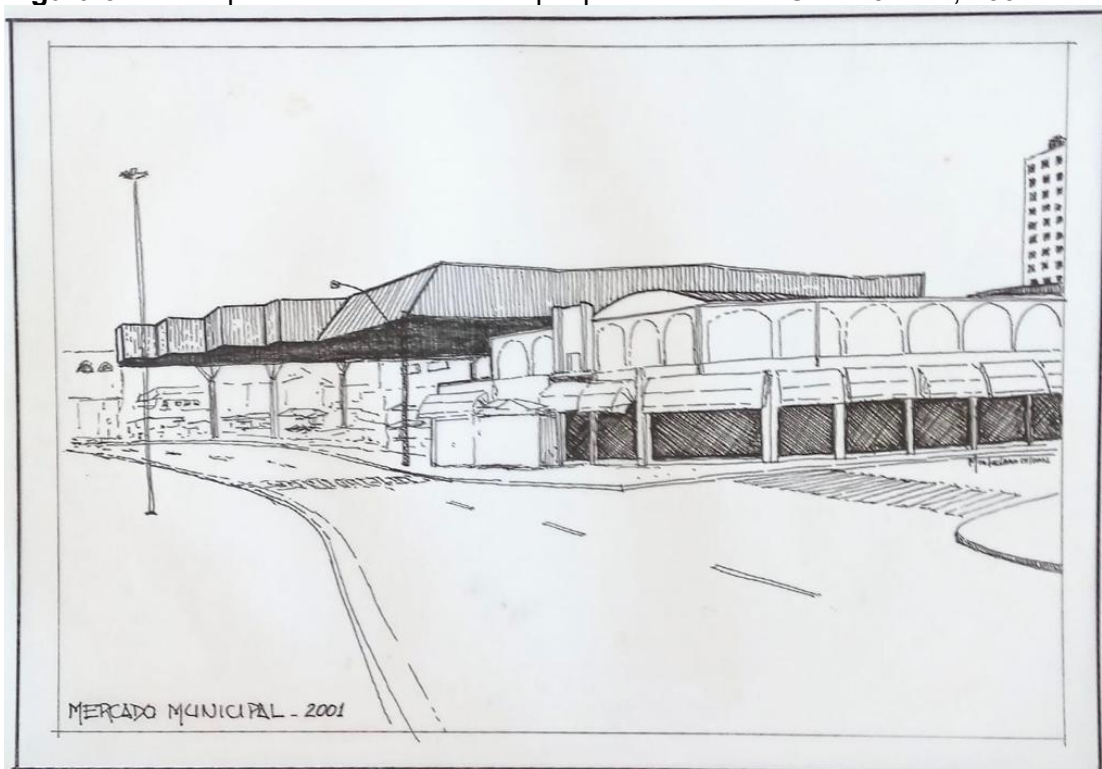
Com o tempo, a gestão de um certo político achou por bem fazer um camelódromo, uma coisa assim que tirou muito o a liberdade da gente andar no calçadão e também é a gente é abordado muito freneticamente por estes vendedores. Eu até entendo que precisam ganhar a vida, mas abordam a gente de uma maneira grosseira, muito insistente, é, loja de vender dentadura, de vender óculos, de vender aposentadoria, isso aí atrapalhou um pouco, às vezes a gente fica até com preguiça de ir ao mercado porque vai ter que passar nesse turbilhão (E08, 2023).

Esta cobertura de acrílico só fez foi esquentar as barracas, está vendo este tecido preto, tenho que pendurar para amenizar o calor aqui dentro. Pagamos uma taxa para usar os banheiros, mas eles são sujos, um desrespeito com, nem sabonete, nem papel higiênico. Muitos ratos durante a noite, chão sujo. Lavagem uma vez por semana, mas malfeita, o cúmulo, fomos reclamar e a prefeitura alega não ter mangueira. O mercado está largado pela prefeitura (E11, 2023).

Atualmente a estrutura física do mercado é composta por 67 boxes internos, 98 boxes externos, 150 bancas na área coberta; e a feira livre de rua, que ocorre às sextas-feiras, sábados e domingos, incorpora-se ao espaço do mercado com mais 235 barracas. Compõem a equipe da prefeitura 8 fiscais para verificar o andamento das feiras e garantir a organização e a higiene do espaço. O local possui 2 banheiros femininos e 2 masculinos abertos ao público (Taubaté, 2021).

Percebe-se que o espaço do Mercado Municipal de Taubaté (Figura 31), mesmo após as reformas ocorridas em sua estrutura física e em seu entorno, é um espaço repleto de significados, simbologias e representações sociais, um espaço que acolheu seus frequentadores e serviu como um lugar de abastecimento e troca de conhecimentos entre os comerciantes e a população. A relação do pertencimento com o espaço é notada a partir das narrativas da população. “O sentimento de “pertencimento” carrega consigo acolhimento, oferece identidade coletiva, reforça o eu individual e o equilíbrio psíquico (Sousa, 2021, p. 63).

Figura 31 – Perspectiva Mercado Municipal por Monteclaro César Júnior, 2001



Fonte: Monteclaro César Júnior, (2001).¹⁹

Para Rosa (2015) o sentimento de pertencimento está relacionado com a história de vida de cada um, e a relação do espaço e tempo, que estão diretamente ligados a esse sentimento. Assim a autora define o pertencimento:

os laços sociais têm seu fundamento na linguagem, mas, a partir desse ponto são laços discursivos, ou seja, materializam-se nos modos de relação em um dado tempo e lugar, pautando a construção da história de cada um, inserida no campo discursivo de seu tempo (Rosa, 2015, p. 05).

Nas narrativas dos participantes desta pesquisa, quando interrogados sobre tal relação, demonstraram que este sentimento está presente em sua história de vida com o lugar do Mercado Municipal de Taubaté:

Eu tenho uma relação... um sentimento acolhedor, de ter amigos, fazer novas amizades, os feirantes me chamar pelo nome, me conhecer (E02, 2023).

¹⁹ Foto cedida por Monteclaro César Júnior, meu professor na graduação.

A minha família, puxa vida, foi construída aqui. É muito bom, a gente chega até a se emocionar né [...] [...] Causa lembranças né. Volta na memória, a gente volta no tempo, momentos gostosos né (E03, 2023).

Ah, eu acho que sim, porque é gostoso você estar num ambiente assim né, que tem várias opções, pessoas que te dão atenção, eu acho que sim, que traz sim um pertencimento com esse lugar (E04, 2023).

Então, o mercado de Taubaté eu tenho assim um carinho muito grande mesmo, eu assim eu conheço ele de cabeça pra baixo, eu sei cada banca que tem, o que que cada banca vende, qual tem preço melhor, qual que tem preço pior, eu sempre que eu vou ao mercado eu ando ele por inteiro, então eu não sou assim de "ah, eu vou aqui num lugar compro isso, vou aqui e compro isso, e coisa", por isso que eu fico bastante tempo lá, então é um lugar assim que realmente eu me sinto assim pertencendo mesmo a esse local, porque ele pra mim ele é muito íntimo, pra mim, eu conheço ele, é muito bem, conheço é o entorno dele, é, não falei muito do entorno mas eu também eu também conheço muito bem o entorno, eu sei o que tipo de comércio que tem no entorno do mercado, então é que não é o esse entorno eu não faço uso dele sempre, mas vira e mexe tem alguma coisa, eu sei que existe um entorno e que eu vou lá pra comprar. Então por exemplo, tem muitas lojas de... produtos de... produtos de festa né, de embalagens, então se eu tô precisando de alguma coisa, eu já deixo pra ir no dia que eu vou no mercado porque eu sei que ali vai ter [...] [...] Então mas pra mim é uma intimidade muito grande com esse mercado, assim eu, de acompanhar as mudanças, de ficar triste quando alguma banca que a gente tá acostumado de repente some, então isso, de vez em quando isso acontece né, é, mas tem outras coisas boas que acontecem também por exemplo, eu sou fã de queijo, e aumentaram muito as bancas de queijo, eu acho porque é uma coisa que começou a vender muito ali, o pessoal traz queijo de Alagoa, Itamonte, e eu acho que começou a dar certo isso, então recentemente aumentaram muito as banquinhas é de queijo, e então eu sempre acompanho essas mudanças, eu sempre estou percebendo essas mudanças, e tem outras coisas também que que pra mim, assim tem a ver comigo né, pessoalmente. Por exemplo, tem um primo da minha mãe que tem um um laticínios que fica no entorno, e que até um ano atrás tinha uma banca no, durante o final de semana né, fazendo aquela parte ali do mercado aumentado né, então ele tinha uma banca ali também, então é, esse meu sogro é ele já teve uma banca, um box dentro do mercado municipal, então ele também, então ele é outra coisa né, essa é outra ligação que eu tenho também com esse mercado, que eu sempre vou com meu sogro, e ele, por ele já ter tido box no mercado, ele conhece todo mundo, então ali assim, eu brinco que ele para mais que tronco de enchente, porque ele para em um, conversa com outro, e conversa com outro, então pra mim é sempre um prazer ir ao mercado, que tem essa coisa não só de comprar as coisas mas tem essa parte também da convivência. Então eu já tenho o açougue que eu vou comprar uma costelinha, que eu vou comprar uma linguiça, então eu conheço o açougueiro, eu converso com ele, e aí a gente sempre brinca, então tem toda essa questão também, de ser uma coisa mais próxima

mesmo, por isso que eu falo, eu pra mim eu tenho um pertencimento alto (*risos*) a esse mercado (E06, 2023).

Então, além da renda né, que a gente tira de lá, tem, a gente tem lembrança da infância que a gente passava por lá né, então tem um significado bom na minha vida, no caso, eu gosto de trabalhar ali, eu vejo que a turma também gosta de mim, entendeu, e ali eu acho que é assim, um ajudando o outro no caso eu falei pra você, um gosta do outro. É um lugar hospitaleiro, apesar de ser um negócio, é um negócio que traz uma reciprocidade, de ajuda né, de colaboração. É no caso é o pertencimento que você tá falando. Eu tenho isso daí sim (E07, 2023).

Eu tenho certeza e acredito na pertença ao mercado porque desde a mais tenra infância eu me lembro de frequentar o mercado com meu pai, com as minhas irmãs, com minha mãe e o mercado faz parte da minha vida e eu gosto de pensar que faço parte do mercado, quanta coisa boa a gente aproveitou lá, e o mercado é sempre uma situação gostosa de ir, que a gente vai no mercado para fazer compra, para rever os amigos para comer alguma coisa diferente, então essa é minha relação de pertença, eu não me vejo sem o mercado municipal e veio na minha lembrança que a minha mãe de saudosa memória eu perdi a pouco tempo neh, a última vez que nós fomos eu e ela, nós fomos comer pastel e a pedido dela, que ela estava com vontade de ir ao mercado comer pastel (suspiros) então assim isso faz parte de... é ..das lembranças e o mercado só traz lembrança boa e... e um lugar que só traz lembrança boa mora no coração da gente e o mercado jamais vai sair do meu coração neh, mesmo que eu não vá ele vai estar presente na minha vida, tá bom, esta é a minha relação de pertença com o mercado, é ali é infância, juventude, adolescência, é um local que marca a vida da gente e que a gente sempre tem vontade de voltar, pra rever os amigos, né, pra comer alguma coisa, fazer alguma compra (E08, 2023).

De pertencimento? Ah, não é tão alto ainda né, mas assim justamente pelo fato de que ter pouco tempo, que moro na região, mas eu gosto muito de mercados né, na região eu acho aqui, é um lugar mais legal de você ir pra achar produtos um pouco mais diferenciados, assim (E10, 2023).

Consideramos que, nesse sentido, o pertencimento está inerente ao discurso dos envolvidos com o lugar do mercado, as narrativas remetem a uma historicização, com o desejo de estar e voltar sempre ao espaço do mercado, seja para fazer compras ou para se socializar com as pessoas que atuam naquele lugar.

Com base no texto sobre pertencimento, a Figura 32 representa a frequência de palavras que surgiram no discurso dos participantes.

Figura 32 – Nuvem de palavras sobre pertencimento



Fonte: Elaborada pela autora, 2023

As palavras que apareceram com maior frequência representam que o lugar do mercado faz parte da história de vida de cada um, sendo que os momentos da infância foram marcados na memória, ora por ser um lugar social, onde a comida traz uma afetividade com relação ao lugar, ora por ser um lugar de tradição,] onde a família estava presente durante as compras semanais, onde as trocas resultam em laços de amizade e pertencimento.

Considerando este espaço como um lugar tradicional da cidade, no ano de 2018, com o intuito de promover uma maior valorização e divulgação do turismo e cultura no município, bem como a preservação do patrimônio histórico, promovendo oportunidades de negócios voltados para o turismo, o então prefeito, José Bernardo Ortiz Monteiro Junior, em parcerias com demais instituições, dá início à construção do Plano Diretor de Turismo, com o propósito de fomentar o crescimento turístico da cidade. No entanto, não houve uma efetiva divulgação dessas ações para a comunidade, apenas a inserção de placas de sinalização nos pontos turísticos do

município. E, entre esses atrativos turísticos, o mercado municipal foi inserido (Figura 33).

Figura 33 – Placas de Atrativos Turísticos



Fonte: Acervo Pessoal (2020).

No ano de 2020, uma crise mundial na saúde pública foi responsável por drásticas mudanças no dia a dia da população e consequentemente para os planos de crescimento turístico de Taubaté.

No dia 11 de março de 2020, Tedros Adhanom, diretor geral da Organização Mundial de Saúde (OMS), declarou que a organização elevou a crise mundial da saúde, para a pandemia de Covid-19. Essa mudança de classificação se deu por conta da disseminação geográfica rápida do vírus (Brasil, 2020).

Magalhães e Morigi (2021) afirmam que a necessidade do distanciamento físico acarretou impactos na vida social, provocados pelo esvaziamento dos espaços públicos das cidades. Os autores reforçam que:

aulas foram suspensas em escolas e Universidades, estabelecimentos comerciais, bares e restaurantes foram fechados, deslocamentos através de transporte público e por serviços de aplicativos diminuíram drasticamente, e a circulação de pessoas nas ruas, praças e parques foi desaconselhada (Magalhães; Morigi, 2021, p 09).

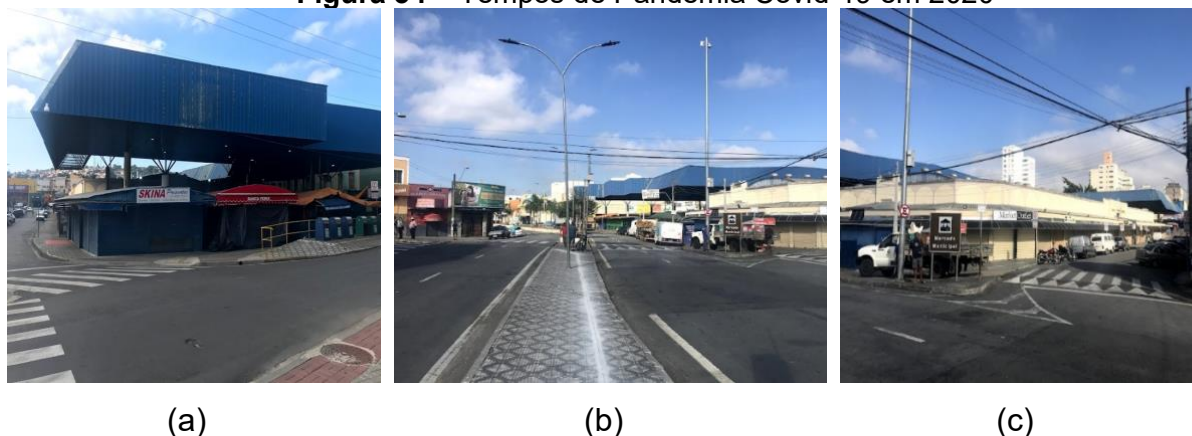
Tais impactos se refletiram também na economia do país, segundo os autores Magalhães e Morigi (2021, p. 10) “queda da produção de setores inteiros que dependiam de circulação e concentração de pessoas”, o que afetou diretamente diversos setores:

Além dos transportes, comércio de rua, feiras, trabalhadores informais e do comércio ambulante, também os espaços de cultura e do lazer

foram afetados, vendo-se subitamente sem público. Nesse cenário, de ineditismo das circunstâncias do acontecimento, houve a inauguração de um novo mundo, sem precedentes: novos modos de viver o cotidiano, novas maneiras de trabalhar, novas formas de consumir e de manter o sustento para setores inteiros da economia, necessidade de desenvolver novos projetos e aperfeiçoar mecanismos tecnológicos para viabilizar o trabalho remoto, formas novas de planejar, conceber e organizar o tempo, novos modos de convívio e novas sociabilidades foram sendo constituídas (Magalhães; Morigi, 2021, p. 09).

Com essas mudanças globais, o regional também foi afetado. Em Taubaté, com a necessidade da reclusão das pessoas em suas moradias e conseqüentemente mudanças no comportamento de compras da população, o vazio urbano pode ser observado nas Figuras 34a, 34b e 34c. Registram-se também que as barracas situadas no espaço do mercado, em virtude da crise, precisaram fechar durante os meses do isolamento social.

Figura 34 – Tempos de Pandemia Covid-19 em 2020



Fonte: Acervo Pessoal (2020).

A pandemia refletiu diretamente no comportamento de compras da população, o que pode ser confirmado pelas narrativas dos entrevistados:

A pandemia trouxe conseqüências sim, porque a gente, que nem no caso que eu falei pra você, eu ia assim uma ou duas vezes na semana no mercado, e com isso eu parei de ir né, porque, por causa da doença, então ficou difícil a ida no mercado. Eu, dificultou sim (E01, 2023).

É nesse caso nós precisamos se adequar à utilização de máscaras, é, álcool em gel, manter um distanciamento, e eu preferia agora ir à feira bem no início da manhã que tinha menos público (E02, 2023).

O tempo do Covid foi muito difícil né. Além da gente ter ficado alguns tempos parado, sabendo que assim, mesmo a gente trabalhando com alimentício, tendo tivemos umas duas semanas parado, isso trouxe

consequência muito para os feirantes. Aí depois teve a consequência de as pessoas terem medo de comprar, de vir até o mercado, de estar no momento com a população, então a gente teve um momento muito difícil, tanto na no ambiente, que a gente não sabia como lidar com a situação, o que fazer, como tratar, como limpar, como não ter muito contato, então a gente teve que se adaptar a todo esse momento pra gente conseguir andar ... uma sensação de medo [...] [...] A gente teve uma queda muito grande de cliente. Que na verdade, até então as pessoas não conhecia o mercado. Supermercado, na verdade. Eles acabaram vendo que "é mais cômodo eu ir no supermercado, porque eu ia lá? É mais fácil eu agora, fica mais fácil", acabamos perdendo cliente por comodidade. "É mais fácil ali". Então a gente acabou tendo essa perda e tá difícil de voltar (risos) (E03, 2023).

Olha, foram quase, ou mais de dois anos, depois que tava liberado já pra vir, sair, que eu consegui vir aqui, foi bem difícil pra mim, é, vir quando ainda tava a pandemia e liberado, eu esperei muito tempo, foi bem complicado, mas eu acho que foi ruim aqui também aqui pro pessoal né, que não podia receber, não podia vender, mas agora se Deus quiser tá tudo legal né, tudo ok (E04, 2023).

Com pandemia da Covid, a forma que fazia minhas compras tiveram a mudança né, que passou a ser delivery, a gente deixou de frequentar mais o mercado, e aí, é... esse elo de ir comprar uma fruta, de ir lá no mercado, diminuiu (E05, 2023).

Então eu percebo algumas mudanças, durante a pandemia foi bem complicado mas mesmo assim eu não deixei de ir ao mercado, é ia menos, e ia lógico, com máscara, com todas as proteções, mas o que eu acho que ficou da pandemia, e o que eu acho que é positivo, primeiro essa questão, as pessoas se preocuparem mais com higiene. Então eu vejo, mesmo na produção do pastel ali, todo mundo de máscara, e hoje qualquer lugar que você vai consumir alguma coisa tem álcool gel, então e as pessoas usam o álcool gel, criou-se esse costume, então eu não acho que ficou, depois da pandemia, é lógico né que provavelmente algumas barracas deixaram de existir ali por causa da pandemia, pessoas que não conseguiram se manter né, mas é hoje, que as coisas estão razoavelmente de volta à normalidade, eu eu vejo assim aspectos positivos, eu não vejo que ficaram assim é, que não ficou nada que tenha dificultado a .. a ida ao mercado ou a frequência do mercado, eu acho que hoje tá bem tranquilo e essas coisas que ficaram eu vejo de forma positiva (E06, 2023).

Ah, teve sim né, no caso a renda diminuiu muito né, porque praticamente as barracas ficaram paradas, não pode abrir barraca mais né, então diminuiu bem a renda (E07, 2023).

Ah, com certeza né. Na época da pandemia a gente evitou muito esse contato, apesar de que precisávamos sair, mas aí era uma era uma corrida muito rápida, solitária, a gente abreviava a visita ao mercado, ia com máscara, com todos os EPIs, evitando assim o contágio, e que graças a Deus não aconteceu conosco (E08, 2023).

Não, não, eu continuei indo, com os cuidados, com máscara, higienizando a mão sempre, né, porque entre ir no mercado e ir pro mercadão, a gente continuava indo né, e tava todo mundo seguindo as regras. Não interferiu não (E09, 2023).

[...] é realmente mudou um pouco, deixei de frequentar, eu pedia mais pra entregas em casa justamente pra evitar circulação, e, nesse período realmente, por um bom período eu deixei de frequentar (E10, 2023).

Na pandemia os portões foram fechados, só um portão dava acesso ao interior do mercado e um fiscal controlava o número de pessoas que entravam. Nós víamos que muitas pessoas não respeitavam as regras do uso da máscara, muitos a usavam debaixo do nariz. Foi um período sombrio, perdemos muitos amigos aqui do mercado e muitos clientes também (E11, 2023)

As Figuras 35a, 35b e 35c ilustram as narrativas da população sobre a Covid-19, com destaque para a fala dos entrevistados E07, E08 e E1, respectivamente:

Figura 35 – Cenas do cotidiano em tempos da Pandemia Covid-19



Fonte: Acervo Pessoal (2021).

Em 2021, à medida que a situação da pandemia foi sendo controlada, a partir da vacinação, houve a flexibilização e a diminuição das restrições do funcionamento de estabelecimentos públicos e privados. Com o novo cenário, a população retornou a frequentar o espaço do mercado. Esse retorno da população pode ser observado nas Figuras 36a, 36b e 36c, que representam cenas do cotidiano nos arredores do mercado. Na área externa, observa-se que o distanciamento das barracas foi mantido,

o uso das máscaras e um número menos expressivo de pessoas frequentando o espaço.

Figura 36 – Tempos da Pandemia Covid-19 nos arredores do mercado em 2021



(a)

(b)

(c)

Fonte: Acervo Pessoal (2021).

Nas Figuras 37a, 37b e 37c, as cenas exibem o interior do mercado, e o que se constata é que os estabelecimentos não podiam liberar o consumo de alimentos no local; vê-se o uso de máscaras dos atendentes e uma baixa circulação de pessoas.

Figura 37 – Tempos da Pandemia Covid-19 no espaço interno do mercado em 2021



Fonte: Acervo Pessoal (2021).

No ano de 2022, o atual prefeito, José Antônio Saud Júnior, sanciona e promulga a Lei nº5754 de 5 de setembro de 2022, que atualiza o Plano Diretor de Turismo do Município de Taubaté aprovado pela Lei nº 5.401, de 3 de maio de 2018, mantendo o mercado municipal como um atrativo turístico e insere a Feira da “Breganha” e o mercado municipal como patrimônio cultural do município de Taubaté, por meio de uma emenda à Lei Orgânica do município de Taubaté nº 80, datada de 9 de novembro de 2022

Essas ações no âmbito público fortalecem a importância desse espaço no município. Assim, ao analisar o dia a dia do Mercado Municipal de Taubaté, pode-se perceber, com base no conceito de Lefebvre, (2000), que este espaço é vivido, carregado de representação, repleto de símbolos e imagens que os frequentadores descrevem e tentam, cotidianamente, dominar. Sujeitos que se ocupam do espaço de diferentes maneiras, os frequentadores do mercado, que vão em busca de produtos com qualidade e preço justo, circulam entre as bancas escolhendo onde comprar e, dependendo do tratamento, acabam estabelecendo uma relação de fidelidade e amizade com os feirantes e os comerciantes que, com sua fala e empatia, estabelecem estas relações com seus clientes e funcionários (Lefebvre, 2000).

As mudanças socioeconômicas que ocorrem podem ser observadas nos diferentes períodos de desenvolvimento da cidade, inclusive no período da crise sanitária. Abreu (2004) aponta que durante esses processos os elementos urbanos sofrem transformações e, em consequência, o espaço intraurbano vai adquirindo

novas formas. A paisagem urbana se modifica, construções e lugares são eliminados, outros se transformam, resistem às críticas e se mantêm resilientes, outros se reorganizam. No Mercado Municipal de Taubaté essas mudanças foram perceptíveis, no entanto, o mantiveram fortalecido por ser reconhecido como um lugar de pertencimento coletivo, um lugar de tradição.

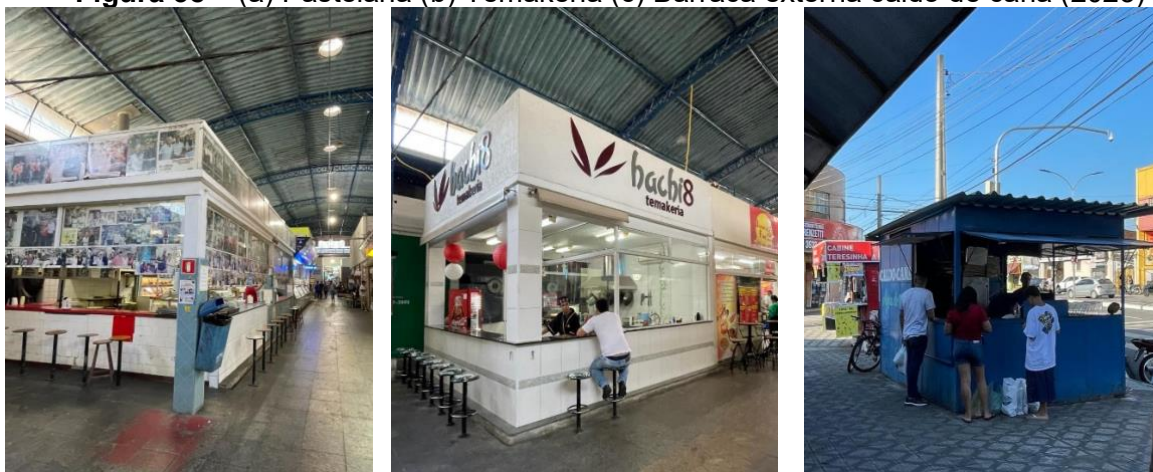
No capítulo 6 as discussões discorrem a partir da compreensão do espaço do mercado municipal como um espaço social, que além de sua contribuição para o desenvolvimento econômico da região urbana na qual está inserido, se apresenta como um espaço identitário, presente na memória individual e coletiva da população, onde os saberes e fazeres são transmitidos entre gerações por meio da oralidade.

7 O MERCADO MUNICIPAL DE TAUBATÉ E O SABER POPULAR

É sabido que o Mercado Municipal de Taubaté já foi considerado uma referência regional na década de 1950 no quesito venda de mercadorias, no entanto, como este lugar se manteve “vivo” na cidade até os dias atuais? Quais os fatores que o tornaram um lugar de tradição e representatividade para a população? Para compreender esse espaço, objetiva-se analisar as narrativas da população frequentadora do lugar, tendo como base os conceitos dos autores Pierre Mayol (2008), Milton Santos (2008), Henri Lefebvre (2000) que corroboram sobre espaço social; Jacques Le Goff (1990), Maurice Halbwachs (1990) Michael Pollak (1992), sobre memória coletiva e individual; Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1997), sobre tradição; Jesús Contreras e Mabel Gracia (2011), Massimo Montanari (2013), que validam os conceitos sobre alimentação; ainda, Michael de Certeau e Luce Giard (2018), que ratificam os saberes e fazeres; e por fim Carlos Rodrigues Brandão, que dá o aporte sobre a educação em ambientes fora da sala de aula, o saber popular. Tais conceitos, atrelados às narrativas, certificam que o Mercado Municipal de Taubaté é um ótimo exemplo de tais práticas.

O mercado em estudo reúne, em suas práticas cotidianas, diferentes modalidades de serviços, entre eles o comércio de alimentos in natura (ingredientes como verduras, frutas, legumes, carnes, aves, peixes, entre outros), alimentos processados e semiprocessados (diferentes tipos de farinhas, chás, bebidas, charcutaria, queijos) e preparações que podem ser consumidas *in loco* (variedades de salgados, como coxinha, esfirra, pastéis, comida japonesa, doces de frutas, frutas in natura e caldo de cana), conforme Figuras 38 (a), (b) e (c).

Figura 38 – (a) Pastelaria (b) Temakeria (c) Barraca externa caldo de cana (2023)



Fonte: Acervo Pessoal (2023).

Esses diferentes serviços associados ao ir e vir dos consumidores produzem uma variedade de relações ali vivenciadas, tendo como premissa as reflexões sobre as trocas de saberes-fazeres das práticas alimentares e a arte da hospitalidade que consiste em receber bem seu cliente e conquistá-lo por meio das narrativas e da oferta de seus produtos, como discutido por Certeau, Giard e Mayol (2008). Essas ações se dão entre os permissionários, comerciantes, feirantes, funcionários e a população frequentadora do lugar.

Tais relações contribuem não só para as trocas das práticas alimentares, mas possibilitam também o fortalecimento dos vínculos sociais, culturais e históricos que evidenciam o processo de formação identitária e a ocupação do espaço do Mercado Municipal de Taubaté como um lugar de pertencimento da população. Para Certeau, Giard e Mayol (2008), tradicionalmente o mercado é:

um importante ponto de referência sociológico para a compreensão das relações humanas no interior da prática do bairro. Nenhuma cidade, nenhum povoado pode prescindir dele. Ao mesmo tempo que é um lugar de comércio, é um lugar de festa (nas pequenas cidades provincianas, "refrões" acompanham freqüentemente os mercados semanais), a meio caminho entre o pequeno comércio de rua e o grande shopping, ou o supermercado, sem que os elementos que o constituem se confundam com um ou outro desses termos. Oferece uma profusão de bens de consumo que vai além do que pode oferecer um comerciante, sem cair no "distribucionismo" dos supermercados (Certeau; Giard; Mayol, 2008, p. 158).

O espaço dos mercados, por muitos anos, foi considerado como um lugar de troca de mercadorias, no entanto, tais trocas implicavam não somente no ato da

compra e venda de produtos, mas a relação de sociabilidade entre os vendedores e compradores dessas mercadorias. O mercado, tradicionalmente, pode ser entendido como um importante ponto de referência do ponto de vista sociológico, e a sua existência em uma cidade vai além de um lugar de compra e venda. Ao mesmo tempo que é um lugar de comércio, onde as relações humanas acontecem nas práticas do dia a dia, estabelecendo um vínculo entre o comerciante e o frequentador (cliente) deste lugar (Certeau; Giard; Mayol, 2008).

Para a compressão desse lugar como um espaço social, parte-se do estudo de Santos (2012, p. 54), embasado na teoria de Henri Lefebvre, que define o espaço social a partir da tríade “a forma, a estrutura e a função”. Santos (2012) reforça que a interpretação desses conceitos isoladamente é um erro, afirmando que:

A interpretação de um espaço ou de sua evolução só é possível por meio de uma análise global que possa combinar simultaneamente estas três categorias analíticas - forma, estrutura, função - porque a relação é não só funcional como estrutural. Lefebvre (1961, p. 161), por sua vez, considera que forma, estrutura e função "conseguem identificar-se completamente e são consideradas mais ou menos equivalentes aos termos de um todo' existente ou uma 'totalidade'" (Santos, 2012, p. 55).

Segundo Lefebvre (2000), o mercado se caracteriza por ser um espaço social; que nele circulam pessoas, objetos, signos e símbolos. Lefebvre (2000), afirma que cada mercado, ao longo dos anos, se consolida a partir das redes de compra e de venda de mercadorias e se materializa nas cidades, por edifícios definidos. Com base nesses conceitos, podemos observar que o Mercado Municipal de Taubaté se consolidou como um espaço de representações sociais, pois está nas narrativas da população, como um lugar marcado na memória e presente no cotidiano da vida cidadina.

Le Goff (1990, p. 423) afirma que o conceito sobre memória surge “nas ciências humanas (fundamentalmente na História e na Antropologia), e se ocupa mais da memória coletiva do que das memórias individuais”. O autor reforça ainda que a memória tem “como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas” (*idem*), corroborando assim a valorização das relações entre memória e história e espaço.

Essa mesma paisagem se encontra em movimento ao longo dos anos; se a direção das ruas é invertida, se o calçamento é modificado, se as construções são redefinidas, observamos uma mudança na paisagem. O traçado da cidade é composto por objetos naturais e de objetos fabricados, isto é, objetos sociais combinados com a acumulação da atividade das diversas gerações que fizeram parte daquele município (Santos, 2012).

Visto que a paisagem, como o espaço, “se modifica para acompanhar as transformações da sociedade” (Santos, 2012, p. 54) e apoiado nas narrativas da população, o aporte teórico nos conduz à compreensão desse lugar como um espaço social, de saber popular e de representatividade para a população. Diante disso, as técnicas metodológicas utilizadas foram observações participantes e a etnografia do local. As imersões nesse espaço aconteceram entre os anos de 2018 e 2023. Para tanto, mantiveram-se alguns pressupostos teóricos e metodológicos voltados para a discussão sobre memória, tradição e alimentação, tendo como aporte a memória coletiva e individual dos entrevistados. Nas seções 7.1 e 7.2 as discussões estão pautadas na oralidade, por meio das transcrições das entrevistas e em registros fotográficos, para a percepção das mudanças na paisagem, no espaço e nos serviços oferecidos no Mercado Municipal de Taubaté.

7.1 O mercado à luz de quem o conhece

Nas dinâmicas do cotidiano do Mercado Municipal de Taubaté, observa-se que a tradição é mantida nas práticas dos feirantes, por meio da forma de exposição dos seus produtos (Figura 39a e 39b).

Figura 39 – (a) Exposição dos produtos no passado (s/d) (b) Exposição dos produtos atualmente (2023)



(a)



(b)

Fonte: (a) Arquivo público do município de Taubaté (s/d)²⁰ e (b) Acervo Pessoal (2023).

No Mercado Municipal de Taubaté, diversas são as formas de vendas das mercadorias. As frutas, legumes e verduras são vendidos por unidades, por quilograma, por dúzia e separados em bacias. A modalidade de venda por bacias já foi registrada no ano de 2013 e se mantém até os dias atuais (Figura 40a e 40b). Na modernidade outras formas de separar e embalar os produtos foram inseridas, e o uso de saco plástico passou a ser utilizado (Figura 40c), sendo um formato que agiliza a venda, pois o consumidor escolhe os seus produtos e estes já estão embalados.

Figura 40 – (a) Exposição das frutas para serem vendidas por bacia no passado (s/d) (b) Exposição das frutas para serem vendidas por bacia atualmente (c) Novo formato de venda de frutas em embalagens plásticas (2023)



(a)



(b)



(c)

Fonte: (a) Arquivo público do município de Taubaté²¹, Lucas Lewin (2013) e (b) e (c) Acervo Pessoal (2023).

²⁰ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

²¹ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

A tradição do ervateiro, exímio conhecedor das ervas e seus benefícios, está representada nas Figuras 41 (a) e (b), a Figura 41c ilustra a exposição das ervas nas bancas. Oliveira e Assis (2012, p. 124) discutem em seu estudo a importância desses vendedores no mercado de Taubaté, “o característico trabalho dos ervateiros, produtores e comerciantes de ervas e preparados, que utilizam a sabedoria popular no combate aos males que atingem a saúde”. Na Figura 40a o Sr. José Sirilo de Oliveira utiliza o cartaz como forma de marketing para divulgar seus produtos, raízes e folhas. O Sr. José expõe sua trajetória como vendedor; no cartaz há a informação que ele tinha 64 anos, explicando que desde sua infância, aos 7 anos, já tinha contato com as ervas medicinais, desta forma foram 57 anos vendendo seus produtos e sendo reconhecido no espaço do mercado municipal.

Figura 41 – (a) Ervateiro vendendo seus produtos no passado (s/d) (b) ervateira vendendo suas ervas (2018) (c) ervas em exposição (2023)



Fonte: (a) Arquivo público do município de Taubaté (s/d)²²; (b) Acervo Pessoal (2018) e (c) Acervo Pessoal (2023).

A tradição não está inserida apenas nos detentores de sabedoria popular, mas está nas preparações, nas modalidades de vendas, nas escolhas dos ingredientes, e podem ser observadas ao caminhar pelos espaços do Mercado Municipal de Taubaté. A tradição tem como característica a regularidade, estabelecendo práticas fixas e formais como repetição. Segundo Hobsbawm e Ranger (1997) o conceito de “tradição inventada” é:

²² Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas: tais práticas de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica automaticamente; uma continuidade em relação ao passado (Hobsbawm; Ranger, 1997, p. 9).

Partindo do conceito de Hobsbawm e Ranger (1997), percebe-se que a tradição está nas narrativas dos entrevistados e ela é mantida e passada de gerações a gerações. Os trechos das narrativas coletadas referem-se à tradição com um viés para alimentação. Para os entrevistados, comer pastel e tomar caldo de cana faz parte de um ritual nas idas ao mercado. Ainda sobre alimentação, comprar peixes no mercado municipal representa tradição para os taubateanos:

É super **tradicional** acredito que muitas famílias é vão concordar com o que eu digo, que é o **pastel com caldo de cana** (E02, 2023, grifo da autora).

Eu acho que é o **pastel**, não sei, eu gosto muito de vir comer **pastel**, acho que é **tradicional** você vir no sábado de manhã, tomar um café, comer um **pastelzinho** com sua família, eu acho que é isso (E04, 2023, grifo da autora).

Que eu considero **tradição** nesse lugar, eu acho que é o **peixe**, embora eu não consuma muito, eu acho que é o **peixe** e o **pastel**, toda vez que eu, que eu falo com meus amigos sobre a feira, ou é pra ir comer um **pastel** ou pra comprar **peixe** (E05, 2023, grifo da autora).

[...] eu considero **tradição**, primeiro né, de sempre ter produtos de qualidade e preço bom, e outras coisas que eu considero também muito **tradicionalis** são as **pastelarias**, que tem várias ali dentro e tem, e eu percebo que tem um público assim, é, que é muito assim, cliente mesmo né, e que sempre tá ali [...] (E06, 2023, grifo da autora).

Ah, **tradição** são as barracas de **caldo de cana**, as barracas de **pastéis**, as **peixarias** né, que vendem **peixe** a granel aí, uma demonstração colocada em gelo, né sem uma... refrigeração até que adequada, mas primária, não tem uma geladeira, tem um berço de gelo onde são depositados os peixes (E08, 2023, grifo da autora).

Acho que considero **tradição** os **pastéis** né (E09, 2023, grifo da autora).

[...] realmente é as **pastelarias** é, eu gosto muito das **peixarias** também, apesar de não ter tantas lá, mas eu prezo muito pela qualidade de peixes assim, né e na região eu acho que eu não consigo achar em maior quantidade assim, qualidade (E10, 2023).

Para os comerciantes e permissionários, a tradição está no ato de herdar o comércio; junto com o negócio que é passado de geração a geração, vem o aprendizado do empreender:

Bom, isso iniciou há 10 ano atrás, há 11 anos atrás, perdão. Quando eu me casei. porque veio de **tradição** de família e a gente acabou entrando nesse **ramo junto com eles** (E03, 2023, grifo da autora).

Alguns entrevistados relataram o espaço como tradição, a Feira da Barganha (Figuras 42) ou Breganha, como é chamada popularmente pelos taubateanos, é um espaço que se iniciou há mais de um século nos arredores do mercado municipal, e antigamente era reconhecida por ser uma feira de escambo, troca de mercadorias (TAUBATÉ, 2021).

Figura 42 – Feira da Barganha



Fonte: Acervo Pessoal (2023).

Atualmente se perdeu esta característica de troca, mas se mantém como um atrativo turístico da cidade e um lugar de tradição. As narrativas da população ratificam esta afirmação:

A **tradição** é a **Breganha** né, você vê aquelas pessoas lá, apesar de eu não ir encontrar as coisas na **Breganha**, mas você vai e você vê aquele pessoal lá, bastantes pessoas idosas já, tá lá, e as banca, aquelas senhorinhas que ficam vendendo chá, aquelas coisas, que eu desde pequena que eu ia lá eu via eles vendendo, e continua do mesmo jeito, do mesmo jeito, aquilo lá não evoluiu, a as trouxinha de chá, aquelas coisas que eles vendem lá (E01, 2023, grifo da autora).

[...] então, é a famosa **tradição** né, que é tão gozado, não só da minha família, que a gente atende as clientes aqui, que falava assim "eu

vinha com meu pai quando eu era pequeno". Às vezes, vai falar assim "às vezes pra mim é até mais fácil eu ir estacionar o carro no supermercado que eu não pago um estacionamento, eu não pago um, eu tenho, se eu vou comprar um tomate eu já compro o sabão em pó, eu já compro tudo lá, mas a qualidade do mercado municipal, de vir aqui, e trazer a minha filha hoje, que eu vinha com meu pai, até semana passada eu vinha com meu pai, hoje eu trago a minha filha pra ver o que é vir no mercado, andar na "**Breganha**" (E03, 2023, grifo da autora).

[...] E parte da **Breganha**, apesar de ter diminuído, para mim também é bem **tradicional** no Mercado Municipal de Taubaté (E06, 2023, grifo da autora).

A **Breganha** eu acho que é uma **tradição** legal ali. Que anos e anos né. [...] E se mantém, não acaba. Muita gente gosta, muita gente não gosta, mas tá ali, entendeu. [...] Com certeza é uma... uma **tradição** forte da nossa cidade né (E07, 2023, grifo da autora).

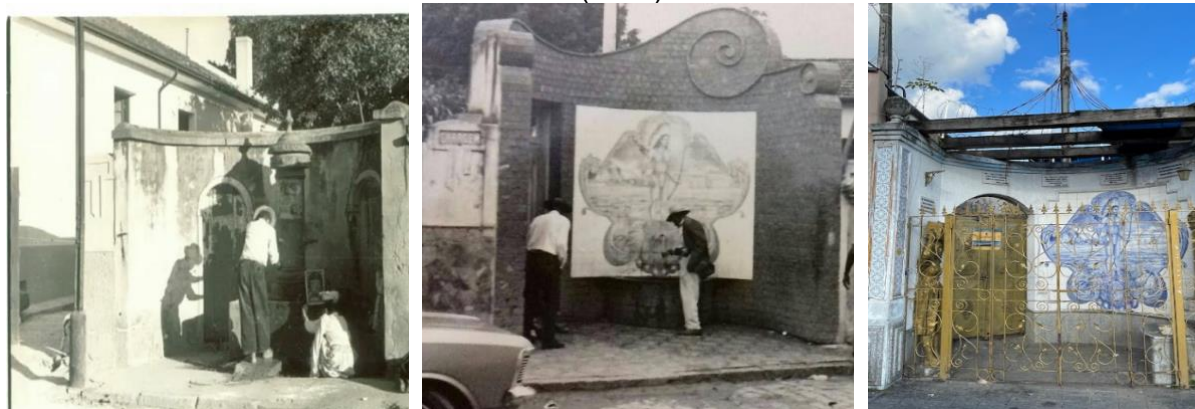
Outro espaço retratado como tradição está representado nas Figuras 43a e 43b, imagens em que se pode observar a Bica do Bugre em funcionamento, sendo utilizada pela população da cidade, prática tradicional de buscar e beber água na bica. A retórica foi materializada em uma mensagem escrita em uma pedra e se encontra no local com os seguintes dizeres: "1945 - Todos os que tomarem água desta biquinha, jamais poderão se esquecer de Taubaté e hão de um dia voltar (autores dos dizeres: Ferreira & Martins)".

Na Figura 43c podemos observar que o lugar da bica ainda existe, é propriedade da prefeitura municipal, mas perdeu sua funcionalidade, pois a fonte de água secou e nos últimos anos era abastecida por água encanada da Sabesp; no entanto, com a racionalização do uso da água em dias atuais, a bica foi fechada. Ainda assim, a Bica do Bugre, localizada no entorno do mercado, está na memória da população. Descrita nas narrativas, ela é considerada uma tradição na cidade:

"No mercado existe um local chamado Bica do Bugre, que é tradicional no mercado, que eu tenho uma memória afetiva de quando eu ia com meu pai nessa feira, nós parávamos nesse local pra beber água" (E02, 2023)

"Outras tradições são a bica, hoje infelizmente tá fechada, tá desativada, tinha a Bica do Bugre, que tinha uma lenda né, que quem tomasse a água daquela bica nunca mais sairia de Taubaté, ou se saísse voltava, também tem isso, mas é, que é a parte folclórica. Então o mercado traz muita coisa, a Breganha onde você compra desde uma agulha até sei lá, peça de carro, no mercado" (E08, 2023)

Figura 43 – Bica do Bugre (a), no passado (s/d), por volta dos anos 70 (b) e (c) no presente (2023)



(a)

(b)

(c)

Fonte: (a) Arquivo público do município de Taubaté²³ (a) e (b), (s/d) e (c) Acervo Pessoal (2023).

De acordo com Halbwachs (1990), toda memória coletiva tem por suporte um grupo limitado no espaço e no tempo. É impossível revivê-la de forma íntegra, mas podemos recolocá-la dentro dos quadros nos quais a história dispõe os acontecimentos. Para o autor:

Apesar da variedade dos lugares e dos tempos, a história reduz os acontecimentos a termos aparentemente comparáveis, o que lhe permite ligá-los uns aos outros, com variações sobre um ou alguns temas. Somente assim, ela consegue nos dar uma visão em ponto pequeno do passado, apanhado num instante, simbolizando em algumas mudanças bruscas, em alguns avanços dos povos e dos indivíduos, lentas evoluções coletivas. É desse modo que ela nos apresenta uma imagem única e total (Halbwachs, 1990, p. 86).

Pollak (1992, p 201) concorda com Halbwachs (1990) e reforça que a memória deve ser entendida como um “fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes”. A memória está relacionada aos acontecimentos “vividos pessoalmente ou aqueles vividos ‘por tabela’, ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer” (*idem*). Além dos acontecimentos, a memória é constituída por pessoas e pelos lugares. O autor afirma que:

Existem lugares da memória, lugares particularmente ligados a uma lembrança, que pode ser uma lembrança pessoal, mas também pode não ter apoio no tempo cronológico. Pode ser, por exemplo, um lugar

²³ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

de férias na infância, que permaneceu muito forte na memória da pessoa, muito marcante, independentemente da data real em que a vivência se deu (Pollak, 1992, p. 202).

Assim, o fortalecimento da memória coletiva, alicerçada na memória individual, apoia-se nas lembranças e nas imagens do passado para refletir sobre o entrecruzamento do novo e do antigo, compondo a cultura e preservando a memória social. Nas entrevistas, quando se questionou sobre os fatos que foram marcantes no Mercado Municipal de Taubaté e que estão guardados na sua memória, as narrativas dos participantes reportavam à memória afetiva, relacionadas à alimentação e à família:

[...] que eu tenho uma memória afetiva de quando eu ia com meu pai nessa feira, nós parávamos nesse local pra beber água (E02, 2023).

Tenho várias lembranças, até momentos tristes né. A gente vê assim, o momento triste foi da minha sogra né, que há pouco estava com a gente aqui, e a gente acaba, e hoje a gente não tem mais ela. Então esse momento foi muito triste pra nós. E alegre são vários momentos, puxa vida, tem muitos, muito gostoso estar aqui no mercado. Eu amo isso aqui, misericórdia (risos) (E03, 2023).

eu vinha quando criança com meu pai, então isso me trouxe muita recordação de quando eu era criança né, fazer o mercado com o meu pai, trazer coisas de outra cidade pra vender aqui né, eu acho que isso tudo a gente guarda muito na memória, uma história, é, pessoal que vem né, pessoas simples da roça que vêm trazer sua mercadoria, eu acho que é isso (E04, 2023).

[...] eu não sou de Taubaté, mas meu sogro e minha sogra que já é falecida, eles são de Taubaté e eles moravam na rua Carolina Naressi, que é uma das ruas do entorno do mercado, então por isso que eu vou ao mercado lá, e continuo vindo ao mercado porque, tem essa memória afetiva do lugar [...] (E06, 2023).

Então no caso é a minha infância, que todo domingo né, era eu, meu pai, ou minha mãe, ia comer um pastel, tomar um caldo de cana, então isso daí ficou marcado, entendeu (E07, 2023).

Minha memória própria não, mas meu pai contava com bastante vividez, sempre com riqueza de detalhes, quando na época, em 1940 houve uma grande enchente em Taubaté, e ele foi carregado né, pela enchente, e quase morreu, ele só não morreu porque foi laçado por algumas pessoas, porque ele tava sendo levado, e isso aí marcou muito a vida dele. E ele sempre mostrava o trajeto que ele fez, rodando na água, como se fosse um verdadeiro rio[...] (E08, 2023).

A partir destas narrativas percebe-se uma relação entre o lugar do mercado municipal e a memória individual e coletiva dos frequentadores desse espaço. Amparado nos conceitos de memória de Halbwachs (1990), fez-se necessário inicialmente entender a influência que este lugar exerce sobre o grupo de pessoas frequentadoras e o processo de adaptação desse espaço na cidade de Taubaté. Para Halbwachs (1990), nas cidades do interior, a vida é mais regulada e ritmada, seguindo as tradições locais:

[...] é nas cidades menores, um pouco afastadas das grandes correntes, [...] [...] onde a vida é ainda regulada e ritmada como o era entre nós há um ou dois séculos que as tradições locais são mais estáveis, e que o grupo urbano aparece melhor, tal como é, e em outros lugares, em menor grau, quer dizer, como um corpo social que, em suas divisões e em sua estrutura, reproduz a configuração material da cidade na qual está encerrado. Sem dúvida, a diferenciação de uma cidade resulta na origem de uma diversidade de funções e costumes sociais; mas, enquanto o grupo evolui, a cidade, em seu aspecto exterior, muda mais lentamente. Os hábitos locais resistem às forças que tendem a transformá-los, e essa resistência permite perceber melhor até que ponto, em tais grupos, a memória coletiva tem seu ponto de apoio sobre as imagens espaciais (Halbwachs, 1990, p. 136).

Como um lugar de férias na infância, o lugar de mercado também se mostrou representativo para a população, independente do tempo ou da vivência em que se deu a permanência naquele lugar. Mas certamente a paisagem composta pela sua estrutura física, o seu entorno, com os casarios, o monumento, o relógio, a feira da barganha, a Bica do Bugre, deu aporte para a memória coletiva e serviu de alicerce para que o entrevistado trouxesse uma lembrança de um período por ele vivido em sua infância, ou até mesmo por uma outra pessoa de seu convívio social ou familiar (Pollak, 1992).

Ao caminhar no centro urbano de Taubaté, onde se situa o mercado, observamos que esse lugar é carregado de simbologias. Algumas marcas estão presentes nas paredes das construções, outras na paisagem, que inclui a fisionomia das pessoas, frequentadoras daquele lugar.

O ato de caminhar acalma a alma, e Hillman (1993) afirma que esta atividade proporciona um ritmo orgânico às atividades mentais. Segundo ele,

A linguagem do caminhar acalma a alma, e as agitações da mente começam a tomar um rumo. Caminhando, estamos no mundo, encontramos-nos num lugar específico e, ao caminhar nesse espaço,

tornamo-lo um lugar, uma moradia ou um território, uma habitação com um nome. [...] (Hillman, 1993, p. 53).

Certeau (2008) afirma que o ato de caminhar é, para o espaço urbano, o que a fala é para a linguagem, no nível mais elementar:

[...] O caminhar tem uma tripla função enunciativa: é um processo de apropriação do sistema topográfico por parte do pedestre [...]; é uma atuação especial do lugar [...] e implica relações entre contratos pragmáticos na forma de movimentos (Certeau, 2008, p.177).

O exercício do caminhar é como escrever um texto. Cada imagem que observamos quando cruzamos uma esquina, atravessamos uma rua ou subimos em uma calçada, representa um novo olhar. Nossos percursos nunca são os mesmos, cada dia, cada olhar e cada lugar carregam histórias que tornam sua interpretação única (Certeau, 2008).

Caminhar na cidade de Taubaté, indo ao encontro do mercado municipal, possibilita conhecer o sistema topográfico do local, no entanto, para muitos, essa tarefa de observar o espaço da cidade muitas vezes passa despercebida, devido à pressa no caminhar diário.

Observar as dinâmicas proporciona uma apropriação das imagens que integram a paisagem eclética do mercado, e ouvir as narrativas complementam essa composição. Comparando as fotografias antigas do entorno do mercado, podem-se observar as alterações que ocorreram ao longo dos anos nos elementos arquitetônicos que compõem o espaço público. Alguns lugares merecem destaque, em função do estado de degradação em que se encontram (Reis Filho, 1994), são eles: a Bica do Bugre (Figura 43); a Praça Campos Salles (Figura 44) e o Monumento Comemorativo ao I Centenário da elevação de Taubaté à categoria de cidade (Figura 45).

Não foi possível identificar a data da imagem da Praça Campos Salles (44a). As construções imponentes representam o Período Imperial de grande prestígio, proporcionando uma qualidade de vida aos moradores de Taubaté (Abreu, 2004). A Figura 44b representa a Praça na atualidade, com a descaracterização das fachadas dos casarões, cobertos por *outdoors* de propaganda do comércio local. Observa-se também o Camelódromo na Figura 44c, comércio popular que surgiu para regularizar a atividade econômica informal ali presente.

Figura 44 – Praça Campos Salles no passado (a) (s/d); Praça Campos Salles no presente (b) Camelódromo (2023)



(a)

(b)

(c)

Fonte: (a) Arquivo Público do Município de Taubaté²⁴, Foto Serra (s/d) e (b) Acervo Pessoal (2023).

A Figura 45a representa o Monumento Comemorativo ao I Centenário da elevação de Taubaté à categoria de cidade, ainda como um patrimônio histórico. Na Figura 45b podemos observar a transformação do patrimônio. O grafismo no monumento (45c) demonstra que as paisagens urbanas estão tendo seu uso reinventado, ora por descuido do patrimônio público, ora por uma nova intervenção artística

Figura 45 – Monumento Comemorativo ao I Centenário da elevação de Taubaté à categoria de cidade: no passado (a), s/d); (b) e (c) no presente (2023)



(a)

(b)

(c)

Fonte: (a) Arquivo Público do Município de Taubaté (s/d), (b) e (c) Acervo Pessoal (2023).

²⁴ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

A Figura 46a mostra que o Largo do Santana no passado era um local de encontro e de venda de mercadorias dos produtores rurais. A Figura 46b representa o mesmo local no presente, com suas edificações antigas demolidas e a construção de novos estabelecimentos de comércio popular. A região ainda mantém a tradição da venda de mercadorias pelos produtores locais.

Figura 46 – Largo do Santana: (a) No passado (s/d); (b) No presente (2023)



(a)

(b)

Fonte: (a) Arquivo Público do Município de Taubaté (s/d)²⁵, (b) Acervo Pessoal (2023).

Assim, as imagens apresentadas e as narrativas nos apresentam um pouco do contexto do mercado de Taubaté. Conhecer esse lugar é vivenciar o encanto que esse espaço nos oferece; caminhar por suas calçadas é entender as dinâmicas da cidade moderna, relembrando a história no passado. É um sentimento de pertencimento coletivo, que se mistura com a tristeza de olhar o descaso que o poder público tem para com a manutenção daquele lugar.

Não se trata de uma visão romântica do passado, materializado em elementos urbanos, mas, sim, de um passado que deu origem às narrativas locais, com as transformações observadas em sua paisagem e a manutenção de hábitos e práticas sociais que são amplamente difundidas na cidade como tradição.

²⁵ Foto tirada pela autora quando visitou o Arquivo Público em 2018.

7.2 Como a “cidade” se alimenta: Um olhar a partir do Mercado Municipal de Taubaté sobre alimentação e saber popular.

As dinâmicas em torno da alimentação passam por diferentes processos: a cultura alimentar, as técnicas de cultivo no campo, a logística de transporte e venda e as técnicas de preparo do alimento. Graham (2013, p. 19) afirma que “nenhuma cidade alimenta a si mesma”; para o autor esse processo envolve uma série de ações e pessoas:

uma cidade depende de uma grande quantidade de gente de fora para plantar ou cultivar alimentos, e sobretudo para transportá-los, e de intermediários para comprá-los e revendê-los aos consumidores (Graham, 2013, p. 19).

Dias Júnior (2018) afirma que é comum na sociedade brasileira:

[...] reconhecer um povo, uma comunidade por aquilo que ela come e/ou não come. A comida fala numa sociedade e fala sobre a sociedade. Muitas vezes um alimento se torna o estereótipo daquela sociedade, se identifica tanto com ela que passa a ser aquilo pelo qual ela é conhecida (Dias Júnior, 2018, p. 150).

Contreras e Gracia (2011) consideram que a alimentação é um fenômeno pautado em condições biopsicosocioculturais. Entendida dessa forma, a alimentação é responsável pela sobrevivência humana, especialmente pelas necessidades fisiológicas, e é organizada em uma cadeia de produção, distribuição, transformação e consumo permeada por símbolos e outros elementos socioculturais (Contreras; Gracia, 2011). Essa cadeia alimentar é destacada na abordagem de Poulain (2004), que alega ser a alimentação um fenômeno constituído entre utilitarismo e simbolismo. Para o autor, uma cadeia alimentar está inserida no contexto mais amplo do espaço social alimentar e é influenciado por condicionantes materiais (fisiológicos, ecológicos, geográficos, tecnológicos, econômicos etc.) e condicionantes sociais, culturais e históricos.

Neste ponto é válido destacar o Slow Food enquanto uma tendência na alimentação contemporânea. O movimento Slow Food é uma filosofia alimentar que surgiu na Itália em 1986 capitaneado por Carlo Petrini, como uma reação ao rápido ritmo de vida e à cultura do *fastfood* que se espalhava pelo mundo. Seu objetivo é promover uma alimentação saudável, sustentável e justa, valorizando a tradição culinária local, o prazer de comer e a convivência em torno da mesa. O Slow Food se

opõe ao modelo hegemônico de produção agroindustrial ao propor o resgate da agricultura familiar, dos produtos artesanais, das receitas tradicionais e dos ingredientes locais, que são considerados mais saborosos e nutritivos, além de estarem ligados à cultura e à identidade de cada região (Petrini, 2003). Além disso, o Slow Food preza pelo respeito ao meio ambiente e aos direitos dos trabalhadores rurais, combatendo o uso de agrotóxicos, a exploração e a precarização do trabalho no campo. Promove também a educação alimentar e a valorização dos hábitos alimentares saudáveis, como o consumo de alimentos frescos, orgânicos e sazonais, em vez de produtos industrializados e ultraprocessados (Petrini, 2003). Percebe-se uma inclinação dos entrevistados às premissas do movimento *Slow Food* mesmo sem menção direta a ele:

Eu acho assim, que você pega uma fruta mais fresca, você tem ... dá o direito de você escolher a fruta que você quer, o legume, a verdura, e eu acho assim que... muitas pessoas que vêm da roça que você vê que é uma verdura, um legume orgânico, e no supermercado você não tem isso, né? (E01, 2023).

[...] É, eu vejo pequenos produtores vendendo seus produtos, que são cultivados na região, que podem compartilhar o que sobra dos produtos no fim da feira com as pessoas que precisam se alimentar de maneira saudável (E02, 2023).

Olha, eu gosto de ir no mercado pra poder valorizar os produtores rurais de Taubaté, acredito que os produtos seja menos... é... menos agrotóxicos, e não mudaria o hábito de ir no mercado, porque eu gosto de encontrar os feirantes [...]. É, eu vejo pequenos produtores vendendo seus produtos, que são cultivados na região, que podem compartilhar o que sobra dos produtos no fim da feira com as pessoas que precisam se alimentar de maneira saudável (E02, 2023).

Ah, eu gosto de vir no mercado porque eu acho que me lembra roça, e eu como eu morava na roça, eu gosto de ter esse contato ainda com a... com o mercado né, de ter os produtos fresquinhos (E04, 2023).

[...] essas coisas de roça também, eu sempre, o pequeno produtor, pra mim sempre tem, apesar de ter aquelas bancas gigantes e que são mais assim, do dia a dia mesmo né, que é nessa parte aumentada sempre tem os pequenos produtores, o pessoal que você vê que é de roça mesmo e que tá ali levando o seu produto pra vender, então isso pra mim é bem característico sempre, do mercado [...] (E06, 2023).

Estudo realizado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e pelo Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), no ano de 2010, apontavam que nos próximos dez anos, as atividades relacionadas ao setor de alimentação precisavam se adequar ao perfil do novo consumidor, pois fatores como

o aumento do poder aquisitivo, maior acessibilidade às informações nutricionais, aumento de escolaridade, alteração no número de pessoas do núcleo familiar e envelhecimento da população contribuíram para mudanças nas escolhas em relação ao alimento a ser consumido (FIESP; ITAL, 2010).

No Brasil, novas tendências na alimentação foram elencadas neste estudo, entre elas, destacam-se a conveniência e praticidade, confiabilidade e qualidade, sensorialidade e prazer, saudabilidade e bem-estar, além de sustentabilidade e ética (IBOPE Inteligência, 2010). No mercado de Taubaté, percebem-se esses movimentos nos boxes internos. No ano de 2014, o espaço era ocupado por uma pastelaria Figura 47a, onde atualmente funciona uma loja de produtos naturais, Figura 47b, reforçando o destaque para a tendência relacionada à saudabilidade e ao bem-estar. O novo tipo de comércio visa atender a esta nova demanda do atual consumidor de alimentos.

Figura 47 – Box Interno do Mercado Municipal de Taubaté (a) no ano de 2014 (b) atualmente em 2023



(a)



(b)

Fonte: (a) Santos II (2023) e (b) Acervo Pessoal (2023).

Segundo Maciel (2001, p. 150), uma maneira de iniciar a compreensão das condicionantes socioculturais e representações sociais relacionadas ao ato de comer é por meio da análise dos hábitos alimentares, considerando aspectos como “o que se come”, “como é preparado (vivo, cru, assado, apodrecido, cozido, etc.)”, “quando se come e o quê” (em relação a comidas cotidianas ou de ocasiões especiais), e “com quem”. Esses hábitos alimentares sofrem influência dos processos de socialização pelos quais o indivíduo passa desde o nascimento. Todos estão inseridos em um espaço social alimentar já existente e são educados de acordo com os princípios sociais que regem os hábitos alimentares. Esses hábitos são entendidos como parte da identidade social do grupo.

Bourdieu (1979), a partir de um estudo extenso sobre os hábitos, afirma que o gosto é um fator identitário para uma classe social. Para o autor, a classe social possui um *habitus* que regula os interesses e predisposições dos indivíduos a adquirir determinados elementos materiais ou simbólicos. Bourdieu (1979) ainda argumenta que o gosto é influenciado por vários tipos de "capitais", como o econômico, o cultural e o simbólico, e que o gosto é usado como uma estratégia de distinção social entre as classes.

Seymour (1983) concorda com Bourdieu (1979) e afirma que nosso gosto e comportamento de consumo são expressões de nossa classe social. O autor destaca que as classes sociais distintas podem ser identificadas pela maneira como

expressam seus gostos na música, arte, vestimenta, decoração da casa e, no que tange a esta pesquisa, no consumo e preparo de comidas e bebidas.

A construção social do gosto resulta da articulação entre experiências individuais e coletivas no consumo de capitais materiais e/ou simbólicos. Quando relacionada com a alimentação, essa construção se dá por meio da socialização e sociabilização em torno dos alimentos e bebidas. Dessa forma, diversos aspectos sobre a utilização dos alimentos são selecionados, discutidos, repassados, e tais elementos só serão reconhecidos em sua totalidade pela comunidade que participou da construção desses símbolos. Trata-se de um fenômeno que permite as sensações de integração e pertencimento a uma comunidade. A partir das falas dos entrevistados, nota-se que o mercado é um local que permite tanto processos de sociabilização quanto de socialização:

[...] e fins de semana eu gosto de vir com a minha família pra passear um pouquinho porque eu acho importante eles conhecerem a cultura do local né (E04, 2023).

[...] porque você vê pessoas de várias, de vários tipos, e ... cada um com o seu jeito, sua maneira de falar, e eu acho isso muito legal (E05, 2023).

[...] pra mim é sempre um prazer ir ao mercado, que tem essa coisa não só de comprar as coisas mas tem essa parte também da convivência. Então eu já tenho o açougue que eu vou comprar uma costelinha, que eu vou comprar uma linguiça, então eu conheço o açougueiro, eu converso com ele, e aí a gente sempre brinca [...] sempre que eu vou ao mercado eu ando ele por inteiro, então eu não sou assim de "ah, eu vou aqui num lugar compro isso, vou aqui e compro isso, e coisa", por isso que eu fico bastante tempo lá, então é um lugar assim que realmente eu me sinto assim pertencendo mesmo a esse local, porque ele pra mim ele é muito íntimo, pra mim, eu conheço ele, é muito bem, conheço é o entorno dele [...] (E06, 2023)

Quando pensamos na cultura alimentar, percebemos um elo entre natureza e cultura. Voltando as nossas origens, tínhamos uma sociedade que se aproveitava dos recursos naturais, basicamente caçava e coletava até esgotar os recursos naturais do território e partia-se para outros lugares. À medida que estas sociedades foram aumentando, houve a necessidade de conseguir um volume maior de alimentos, surgiram então as sociedades que dominavam a agricultura e a domesticação dos animais, produzindo assim sua própria comida (MONTANARI, 2013). Essas

transformações contribuíram para uma mudança significativa na economia e sua relação com o homem e o território:

Essa passagem da economia de predação para a economia de produção representou uma mudança decisiva na relação entre homens e território e na cultura dos homens. Isso, contudo, não excluiu, por longo tempo, formas "mistas" de provisão alimentar que duraram milênios, mesmo depois da introdução das práticas agrícolas na idade neolítica. Além disso, os dois modelos continuaram a constituir, também em época histórica, dois modos diversos de entender a relação entre homem e meio ambiente, polos extremos de uma dialética de múltiplas implicações materiais e simbólicas que, de alguma forma, chegou até nós (Montanari, 2013, p. 21-22).

Montanari (2013, p. 135) reforça que há “várias formas de identidade sugeridas e comunicadas pelos hábitos alimentares, uma que hoje nos parece óbvia é a do território”. No campo da alimentação, o autor enfatiza que o território constitui um valor de referência absoluto nas escolhas alimentares, conhecido como “o comer geográfico”.

Refletindo sobre esse conceito do comer geográfico, faz-se necessário conhecer a cultura de determinado território e estabelecer uma ligação por meio de sua cozinha, tendo como premissa seus pratos, suas receitas e seus produtos locais. Neste sentido, Montanari (2013, p. 135-136) afirma que “os pratos locais, ligados a produtos locais, evidentemente existem desde sempre. Sob tal ponto de vista, a comida é, por definição, mais diretamente ligada aos recursos do lugar”, e o melhor lugar para conhecer os produtos locais é o mercado municipal da cidade.

[...] Pastel e caldo de cana, quem vem no mercado domingo e não comeu pastel e caldo de cana não é mercado! (risos) (E03, 2023).

[...] em algumas bancas ou comércios em torno, você encontra coisas que remetem ao nordeste, ao norte, é, sobretudo a gente gosta muito de comprar goma de tapioca. [...] (E05, 2023)

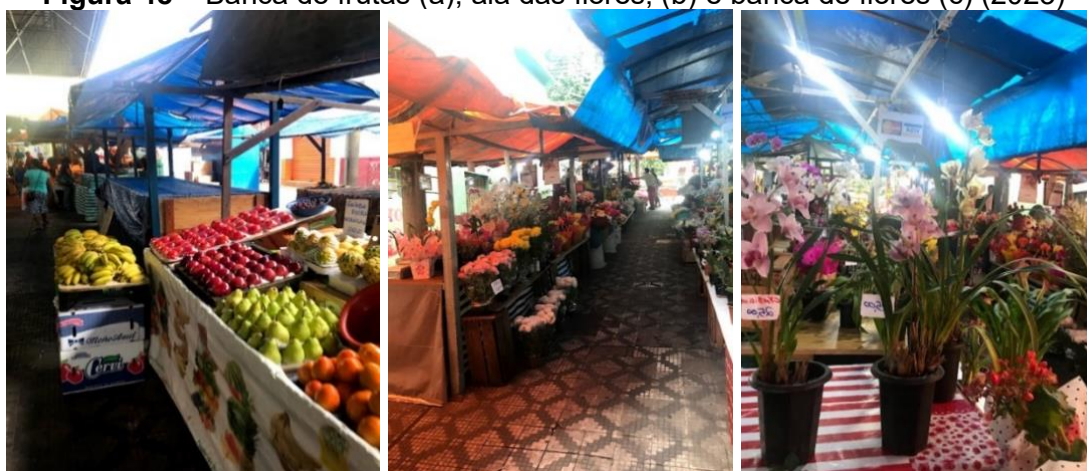
[...] tem algumas produções que a gente só encontra no mercado de Taubaté, por exemplo, tem uma senhora lá que faz um biscoitinho que é feito de torresmo e fubá, que geralmente é feito com fubá molhado, esse biscoito, eu sei porque o meu sogro faz esse biscoito, e só lá que eu encontro esse biscoito, esse biscoito eu nunca encontrei em nenhum outro lugar. [...] mas é a questão de alguns produtos também, por exemplo, paçoca mais caseira, desde sempre eu sempre comprei no mercado de Taubaté, e outra coisa que pra mim é muito assim, característico do mercado de Taubaté, é a carne de porco. Carne de porco de boa qualidade [...]. [...] essas questões desses, desses ingredientes, e a questão do pastel ali que a produção é sempre feita

da mesma maneira, a maneira como as pessoas trabalham ali, sempre do mesmo jeito [...]. (E06, 2023).

Ah, eu acho que é Taubaté ali né, eu acho que tem muito disso né, tem algumas coisas que só aqui tem, bolinho caipira, é uma coisa que eu não conhecia de São Paulo, aqui é uma coisa que a gente encontra ali, a coisa do pastel, a coisa do caldo de cana, da forma como era, então eu acho que tem muito a cara de Taubaté (E09, 2023).

Retomando o conceito de caminhar, percebemos que o caminhar pelo mercado municipal de uma cidade significa conhecer a cultura da população, seus hábitos alimentares, sua história. Como bem definido por Hillman (1993), o “ato de caminhar acalma a alma”, mas também aguça os sentidos: a visão, quando deparamos com as bancas de frutas cuidadosamente arrumadas por cores e tamanhos (Figura 48a), ou quando passamos pela ala das flores, que exalam sua beleza e seu perfume, ativando um novo sentido, o olfato, Figura 48b e 48c.

Figura 48 – Banca de frutas (a), ala das flores, (b) e banca de flores (c) (2023)



(a)

(b)

(c)

Fonte: Acervo Pessoal (2023).

Por meio do tato, percebemos as texturas firmes dos legumes e a fragilidade das verduras, a granulometria dos diversos grãos, o áspero das buchas naturais, o liso das cascas das frutas e o delicado dos filés de peixes e frutos do mar (Figuras 49a, 49b e 49c).

Figura 49 – Banca de verduras (a), box de grãos e diversos (b) box de peixes e frutos do mar (c) (2023)



(a)



(b)



(c)

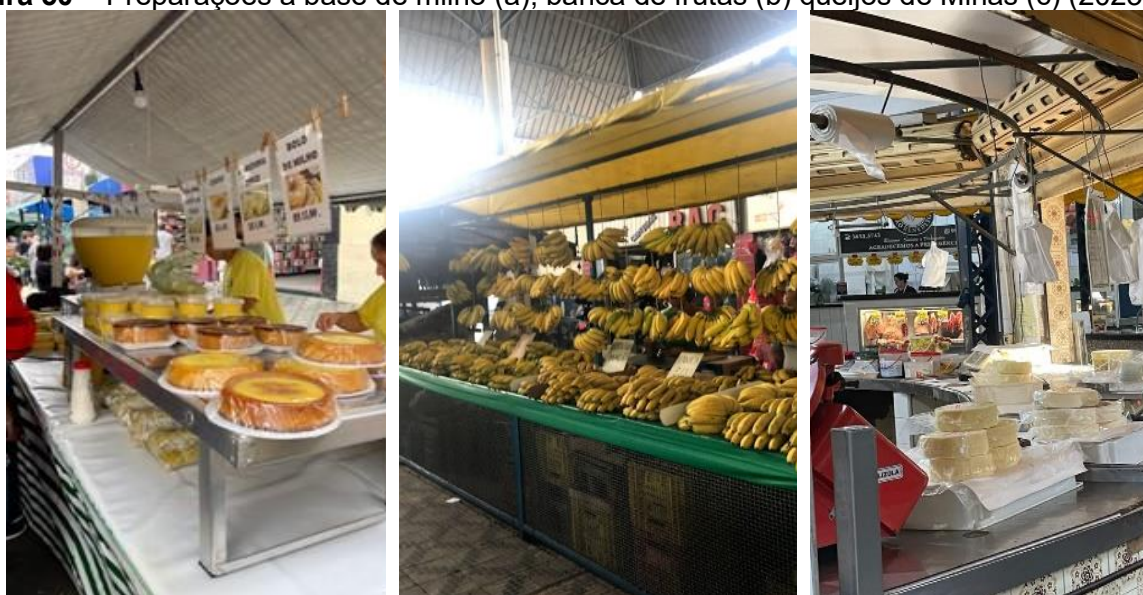
Fonte: Acervo Pessoal (2023).

O paladar é o mais marcante de todos os sentidos. No Mercado Municipal de Taubaté, podemos experimentar os sabores das diversas preparações do milho verde, o dulçor das frutas (Figuras 50a e 50b), além de degustar os diferentes tipos de queijo, vindos de várias regiões do nosso estado e de Minas Gerais (Figura 50c).

A audição está presente quando escutamos os sons ao mastigar alguns alimentos, como a crocância da massa do pastel, as castanhas e amendoins torrados e também os sons que pairam sobre os espaços das feiras e do mercado, onde os feirantes em diversas entonações de vozes disputam seus clientes, oferecendo a melhor fruta, verdura ou outro alimento.

No mercado de Taubaté, o ato de se alimentar está presente nas narrativas da população, seja no presente ou no passado, nos registros da memória de cada indivíduo. Identificam-se os espaços de memórias que despertam múltiplas sensações relacionadas a este mercado e ao seu entorno, além dos trajetos na aquisição de ingredientes bem como a relação social com os permissionários e feirantes. Neste sentido, como explicado na metodologia, foram realizadas entrevistas com os permissionários, feirantes e a população frequentadora do mercado, em dias e horários alternados, buscando uma diversidade de pessoas de diferentes idades, sexo e de padrões de consumo.

Figura 50 – Preparações à base de milho (a), banca de frutas (b) queijos de Minas (c) (2023)



(a)

(b)

(c)

Fonte: Acervo Pessoal (2023).

Durante as entrevistas, realizou-se uma viagem no tempo e no espaço, que acionou recordações mais antigas sobrepondo-se às lembranças mais recentes. Identificaram-se mudanças espaciais nos trajetos e na paisagem urbana bem como autorreflexão, motivadas pelas vivências no mercado que remeteram a situações da infância, da adolescência e da vida adulta. Essa percepção está na fala dos entrevistados. Por exemplo, E01 afirma que em sua lembrança o ato de beber caldo de cana foi marcante em sua história com o lugar do mercado:

O que marcou pra mim no mercado, o mercado marca pra mim, que eu ia, quando era pequena ia com o pai lá, e tinha um senhor que ele foi patrão do pai, e aí quando a gente ia no mercado, meu pai passava lá, e eles trabalharam junto né, e a primeira coisa que ele fazia era pôr garapa pra gente tomar, caldo de cana, e eu não gostava, e por educação né, eu tomava porque o pai falava que a gente tinha que tomar por educação, porque o senhor vinha todo contente pra dar a garapa pra gente, e a gente tinha que tomar. E isso marcou pra mim até hoje, quando eu vou no mercado, e vejo isso” (E01, 2023).

Para o entrevistado E06, outros fatores foram referenciados quando se trata da relação de alimentação no mercado:

Então, em relação a minha frequência, é tem duas coisas pra mim que são muito marcantes assim, é do mercado de Taubaté. Primeiro a banca do pastel, eu, é religioso, sempre que eu vou ao mercado eu

vou é praticamente tomo só um cafezinho antes de sair de casa e como um pastel lá, é certeza de comer um pastel. E também dependendo, a não ser quando — mesmo quando é à tarde, no período da tarde também, é tenho esse costume também de comer um pastel também, mas geralmente mais na parte da manhã. E também que me marca também no mercado, então o pastel é uma coisa que é assim, sempre né, [...]. [...] Sempre acha e sempre, então por exemplo, ah, se eu quiser é no final do ano, se eu quiser fazer uma leitoa, chegou no mercado tem lá pra escolher. Se eu for em outros lugares, em outros mercados, eu vou ter que — ou até em outros fornecedores — eu vou ter que encomendar uma leitoa pra ir, ter a leitoa. Mercado de Taubaté não, você chega mais no final do ano, tem um monte de leitoa, de tamanhos variados, então isso, essas coisas pra mim é sempre me marcaram muito, [...]. [...], aquela, uma questão que parece meio esquisita assim né, que só aceita dinheiro, não aceita cartão, e isso assim desde sempre né, então hoje agora mais recentemente eles estão aceitando pix, já é um avanço (risos) (E06, 2023).

Com base em suas lembranças, E08 retrata suas idas ao mercado em um passado longínquo, pautado em suas memórias afetivas, e faz um relato de forma temporal, desde sua primeira infância, passando pela adolescência e finalizando seu comentário na vida adulta. No seu discurso, a presença dos alimentos está evidente, de forma a fortalecer a tradição do ir ao mercado à cultura alimentar, ou seja, a ida ao mercado não é só para comprar o alimento, mas também para o saborear *in loco*:

Com certeza, parece brincadeira eu falar, mas com um ano de idade, no colo do meu pai, que era um frequentador assíduo também do mercado, e depois eu fui crescendo né, e era toda semana ele me levava, então naquela época era as guloseimas né, pastel, garapa, e depois, fiquei jovem, fiquei adulto e continuei nessa tradição de fazer minhas compras semanais no mercado, né, de verduras, carnes e também tomar um caldo de cana e comer um pastelzinho (E08, 2023).

Para Certeau, Giard e Mayol (2008, p. 234), “cada hábito alimentar compõe um minúsculo cruzamento de histórias”, fato que pode ser observado nas narrativas da população frequentadora do Mercado Municipal de Taubaté.

No "invisível cotidiano", sob o sistema silencioso e repetitivo das tarefas cotidianas feitas como que por hábito, o espírito alheio, numa série de operações executadas maquinalmente cujo encadeamento segue um esboço tradicional dissimulado sob a máscara da evidência primeira, empilha-se de fato uma montagem sutil de gestos, de ritos e de códigos, de ritmos e de opções, de hábitos herdados e de costumes repetidos. No espaço solitário da vida doméstica, longe do ruído do século, faz-se assim porque sempre se fez assim, quase sempre a mesma coisa, cochicha a voz das cozinheiras; mas basta viajar, ir a outro lugar para constatar que acolá, com a mesma certeza tranquila da evidência, se faz de outro modo, sem buscar muitas explicações,

sem se preocupar com o significado profundo das diferenças ou das preferências, sem pôr em questão a coerência de uma escala de compatibilidades (do doce e do salgado, do adocicado e do acre, etc.) e a validade de uma classificação dos elementos em não comestível, repugnante, comível, deleitável e delicioso (Certeau; Giard; Mayol, 2008, p. 234).

A partir do conceito de “invisível cotidiano”, de Certau, Giard e Mayol (2008), pode-se traçar um paralelo com os discursos dos participantes desta pesquisa e entender o cotidiano das pessoas que transitam nesse lugar. Elas retratam gostos peculiares, alicerçados em sua cultura alimentar indígena, apreciam sabores intrigantes, como a farofa de içá²⁶, uma formiga da região.

É um local de aprendizagem né, principalmente o folclore, Taubaté é uma cidade com bastante folclore, é as tradições, aqui tem a tradição da farofa de içá, do da paçoca, que é coisa de interior, da roça. Então a gente aprende muito. Às vezes troca até receita sobre isso (E08, 2023)

Sabe-se que Taubaté se originou de uma antiga aldeia de índios Guaianás, e a cultura que prevalece na cidade é a cultura caipira, formada pelos indígenas, primeiros paulistas e mamelucos. De acordo com Ribeiro (1987), essa cultura foi reconhecida por inúmeros historiadores, reforçando que os hábitos dessa população se destacam por “o falar o geral; o andar a pé descalço ou com simples alpercatas, percorrendo enormes distâncias; o comer de cócoras; o tomar banho todo dia; o embalar-se na rede; o apreciar as iguarias do bugre” (Ribeiro, 1987, p. 113).

Essas iguarias, segundo Holanda (1994), retratam a predominância do cardápio indígena na dieta paulista. O autor destaca que esse tipo de alimento se mostrou presente na mesa do paulistano por décadas, e migrou do meio rural para o urbano, fortalecido por um hábito cultural, que vai, no caso da içá, desde a coleta nos quintais até a sua torra, quando exala um aroma forte e característico da formiga que é usada como ingrediente.

A içá torrada venceu todas as resistências, urbanizando-se mesmo, quase tão completamente como a mandioca, o feijão, o milho e pimenta da terra. Pretendeu-se que os jesuítas, no intuito de livrarem as lavouras da praga das saúvas, tivessem contribuído para

²⁶ Chama-se popularmente de içá as fêmeas aladas de um grupo formado por várias espécies do gênero *Atta*, família *Formicidae*. Informação disponível em: https://slowfoodbrasil.org.br/arca_do_gosto/ica/. Acesso em: 22 abr. 2023.

disseminar entre paulistas o gosto por essa iguaria. Nada há de inacreditável em tal suposição, uma vez que já os primeiros escritos de missionários inacianos em terra brasileira mencionam a içá como prato saboroso e saudável. Nos meses de setembro e outubro, em que saem aos bandos essas formigas aladas, buscava-as com sofreguidão, nos seus quintais [...] (Holanda, 1994, p. 56-57).

Atualmente houve algumas transformações no método de conservação da içá; por ser um ingrediente sazonal, a coleta se faz nos meses de setembro a novembro. Após a limpeza, as formigas são congeladas e vendidas a preços superfaturados, no entanto, o taubateano, ainda mantém a tradição; aprecia muito essa iguaria e sabe que no mercado de Taubaté vai encontrá-la para comprar nas bancas externas dos produtores locais.

Silva (2014, p. 83) reforça que no estado de São Paulo, “o cardápio da rua era dominado por petiscos baseados nas “iguarias de bugre” (iças torradas, pinhão cozido, amendoim, etc.) e na farinha de milho (bolos, pastéis, cuscuz, etc.)”. A essas preparações que ainda são comercializadas no Mercado Municipal de Taubaté, juntaram-se outras preparações igualmente importantes, que surgiram a partir dos ingredientes citados. São elas: a pamonha, o curau, a paçoca, o bolinho caipira, a broa, entre outras. São preparações reconhecidas pela população como pratos regionais, e seus métodos de preparo e escolha dos ingredientes são passados de gerações a gerações. Para Dias Júnior (2018) a função da oralidade está presente nas feiras, assim como nos mercados, e é por meio da oralidade que os saberes são repassados, assim como as informações sobre os alimentos são compartilhadas nesses espaços. Certeau, Giard e Mayol (2018) afirmam que a função da oralidade em uma sociedade é promover a comunicação:

A oralidade constitui também o espaço essencial da comunidade”
Numa sociedade não existe comunicação sem oralidade, mesmo quando esta sociedade dá grande espaço à escrita para a memorização da tradição ou para a circulação do saber (Certeau; Giard; Mayol, 2018, p. 336-337).

Assim, entende-se que o lugar do Mercado Municipal de Taubaté é um espaço de sociabilidade e que a aprendizagem se dá a partir da oralidade. Percebe-se ainda que, por meio da pesquisa de campo, identifica-se o mercado municipal como um lugar de educação.

Ninguém escapa da educação. Em casa, na rua, na igreja ou na escola, de um modo ou de muitos, todos nós envolvemos pedaços da

vida com ela: para aprender, para ensinar, para aprender-e-ensinar. Para saber, para fazer, para ser ou para conviver, todos os dias misturamos a vida com a educação (Brandão, 2007, p. 3).

Durante a entrevista, os participantes, aos serem indagados sobre o que aprenderam no mercado, relataram diversos conhecimentos adquiridos; nos trechos selecionados, a educação estava presente em suas falas:

Ah, a gente vê, a gente aprende como eles trata as pessoas, a educação de um feirante pro outro, é, como eles armazena os alimento, e o respeito às pessoas mais idosa, que eles dá mais atenção, e tem outros que já não dão, eu acho que isso aí pra mim marca muito (E01, 2003).

Puxa vida, além de aprendizagem a lidar com o público, com pessoas né, você aprende a lidar com vários tipos de pessoas, tanto aquela você fala "bom dia" e ele vem todo sorridente, quanto aquelas você fala "bom dia" e já vem com uma cara feia como dizendo "não me atenda" (risos), então você acaba aprendendo a lidar tanto com essas pessoas como das outras né. E o sorriso no rosto é sempre gostoso, daí fala "nossa, já mudei meu dia porque você tá toda sorridente", isso é bom (E03, 2003).

Nas práticas do cotidiano do mercado municipal, pode-se interpretar, a partir das narrativas dos entrevistados, que o saber popular é passado para os indivíduos frequentadores daquele lugar. Esse aprendizado se dá a partir das trocas de conhecimento entre o frequentador (consumidor) e o permissionário ou feirante (ambos comerciantes). Como mencionado, o processo de transmissão da aprendizagem nesse espaço se dá a partir da oralidade; assim os comerciantes passam os seus saberes e fazeres por meio da fala, e a população os adquire por meio da escuta e observação, processo que se revela claramente na fala dos entrevistados:

[...] eles falam assim "eu não sei", principalmente gente mais nova, "eu não sei escolher", aí a gente vai na intenção de ensinar eles a escolherem [...] (E03, 2023).

[...] Então, é primeiro aprendi a questão do... do cuidado das pessoas com a com os alimentos, e com algumas produções também, é, mais tradicionais né, então no mercado de Taubaté eu consigo perceber [...] [...] mas tem também muitos pequenos produtores, e a gente conversa, eles gostam de conversar, e conversam sobre as produções deles também né (E06, 2023).

Então, eu considero sim, é... O que a gente aprende aqui, um ajuda o outro, entendeu? Ninguém faz uma coisa sozinho, todo mundo tá fazendo igual, então é isso [...] [...] perguntam, a gente vende vários tipos de legumes né, então a pessoa quer saber se a batata é mais

dura, se essa é mais doce, então a gente passa a explicação pra elas, entendeu? (E07, 2023).

Certeau (2008) em sua obra define o fazer a partir de usos e táticas. Traçando uma analogia entre sua obra e o espaço do mercado municipal, entende-se que para o comerciante aquele lugar é um lugar de trabalho, e para a população frequentadora é um lugar de compras, atrelado ao lazer. Assim, quando as atividades se homogeneízam, elas se intrincam, reforçando uma à outra. Desta forma o saber fazer a partir dos conceitos de Certeau (2008) podem ser relacionados entre as ações produzidas nesses espaços (produzir, mapear e impor) e as táticas (formas de utilizar, manipular e alterar).

De certa forma a oralidade é um dos meios meio de transmissão do conhecimento no espaço do mercado. A conversa está em todo lugar, e é responsável por organizar as ideias dos indivíduos que ali circulam. Certeau, Giard, Mayol (2018) são brilhantes em sua afirmação:

Uma cidade respira quando nela existem lugares de palavra, pouco importa sua função oficial — o café da esquina, a **praça do mercado**, a fila de espera nos correios, a banca do jornaleiro, o portão da escola na hora da saída (Certeau; Giard; Mayol, 2018, p. 338, grifo da autora).

Brandão (2007) afirma que o saber pode ser transmitido além das escolas; para ele a transferência de conhecimento pode ser passada de geração a geração:

A educação existe onde não há a escola e por toda parte pode haver redes e estruturas sociais de transferência de saber de uma geração a outra, onde ainda não foi sequer criada a sombra de algum modelo de ensino formal e centralizado. Porque a educação aprende com o homem a continuar o trabalho da vida (Brandão, 2007, p. 06).

O processo mencionado por Brandão fica claro quando o conhecimento está atrelado à forma de gerir seu próprio negócio, e o aprendizado é passado entre as gerações:

Está sendo passado a minha vida né, porque hoje o meu filho, além dele querer ficar aqui no mercado, ele, vem aprender com o meu marido que hoje passa seu conhecimento pra ele, e ele ama esse espaço, eu vejo que vai passar pra mais uma geração, já estamos na quarta — quinta geração né [...] [...] que vem desde a bisavó, a avó, mãe, e agora o nosso filho né (risos) (E03, 2023).

Bom, eu acho que é um lugar sim de aprendizagem, ainda mais para as crianças né, que eles veem as pessoas fazendo a feira, buscando

ali o seu pão do dia a dia né, comprando, vendendo, e eu acho que é isso, o empreendedorismo do pessoal né (E04, 2023).

Quando meu pai envelheceu, eu sendo o filho mais velho, me vi na necessidade de assumir o comércio da família. Meu pai me ensinou a negociar, a comprar, a conhecer os produtos e a vender, a forma como tratar o cliente, quando ele faleceu, percebi o grande aprendizado que ele me deixou (E011, 2023).

Assim como não se espera da palavra uma função oficial de ensinar, os saberes e fazeres que permeiam as práticas vivenciadas no mercado municipal não têm presunção de ensinar, no entanto é a partir destas operações que tais saberes são transmitidos para a população. Neste sentido, Certeau, Giard e Mayol (2018) discorrem sobre a operatividade:

A cultura se julga pelas operações e não pela posse dos produtos. Na arte, entender um quadro é reconhecer os gestos que lhe deram origem, a "pincelada", o "pincel", a "paleta" do pintor. A arte da cozinha é totalmente produção, a partir de uma escolha limitada de ingredientes disponíveis, numa combinação de gestos, de proporções, de utensílios e de meios de transformação ou de cocção. Da mesma forma a comunicação é uma cozinha de gestos e de palavras, de idéias e de informações, com suas receitas e suas sutilidades, seus instrumentos auxiliares e seus efeitos de vizinhança, suas distorções e seus malogros (Certeau; Giard; Mayol, 2018, p. 339).

Nos mercados, as trocas de conhecimento acontecem por meio das narrativas entre os permissionários, feirantes e os consumidores frequentadores desses espaços (Santos; Cardoso, 2016). Certeau (2008) salienta ainda que as "maneiras de fazer", estão relacionadas com a cultura local:

[...] se multiplicam com a extensão dos fenômenos de aculturação, ou seja, com os deslocamentos que substituem maneiras ou "métodos" de transitar pela identificação com o lugar. Isso não impede que correspondam a uma arte muito antiga de "fazer com". Gosto de dar-lhes o nome de usos, embora a palavra designe geralmente procedimentos estereotipados recebidos e reproduzidos por um grupo, seus "usos e costumes". O problema está na ambigüidade da palavra pois, nesses "usos", trata-se precisamente de reconhecer "ações" (no sentido militar da palavra) que são a sua formalidade e sua inventividade próprias e que organizam em surdina o trabalho de formigas do consumo (Certeau, 2008, p. 93).

No mercado municipal, entende-se o processo de compras como uma aquisição cultural, que vai além do vender/comprar alimentos. É, por exemplo, o discernimento do feirante em entender para qual preparação o ingrediente vai ser

utilizado e informar o melhor produto a ser adquirido, de modo que o processo de transmissão do saber popular se dá a partir das trocas de informações. Nas narrativas dos participantes fica evidenciado esse movimento:

Com relação ao alimento, as pessoas, tendem a buscar um conhecimento do tipo "ah, como que eu reconheço melhor a cebola, quando a cebola tá boa, ou o alho ou o tomate [...] [...] "olha, se você apertar aqui você vai ver que é uma cebola que tá legal, pra você usar, utilizar", "o tomate, olha, é pra quê? É pra salada? É pra vinagrete, é pra molho?", a gente acaba ensinando a eles qual a qualidade que eles precisam levar né. [...] É interessante porque o tomate tem suas fases, e, cada tempo de amadurecimento dele é para uma preparação (E03, 2023).

Ah, sim porque você acaba conhecendo um tempero diferente, né um legume diferente, uma forma de preparo diferente, então sim, é um espaço de aprendizagem (E09, 2023).

[...] eu gosto de frequentar o mercado de todas as cidades que eu vou, porque você conhece um pouco da cultura local, dos costumes [...] (E10, 2023).

Nesse aspecto, pode-se perceber que, tanto o Mercado Municipal de Taubaté quanto a feira que acontece em seu entorno, compõem um espaço de aprendizagem, e que os saberes são transmitidos por meio da oralidade. Assim, no cotidiano, com a repetição das práticas, ajuda na construção do saber, e a vivência contribui para a transmissão desses saberes populares, entre os permissionários, feirantes e a comunidade frequentadora desse lugar.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta tese, buscamos investigar o Mercado Municipal como elemento estruturador do espaço intraurbano de Taubaté, entendendo-o como um espaço social, construído a partir de percepções, experiências e as narrativas de pessoas que circulam e trabalham naquele lugar. E, a partir de tal vivência, analisar a significação deste espaço como lugar de pertencimento para a população vinculado à tradição, na cidade.

A pesquisa permitiu analisar a origem dos mercados, compreendendo-se que, em sua grande maioria, estiveram diretamente atrelados às feiras livres. Neste contexto, é interessante observar que estudar a origem dos mercados públicos é também entender parte das feiras livres, pois um surgiu em decorrência do outro, e ambos podem existir concomitantemente, como é caso da feira livre que acontece ao redor do Mercado Municipal de Taubaté durante os finais de semana. Assim como o mercado é composto por edifícios e formas espaciais, as feiras, nos arredores, compõem o seu espaço, possuindo também estruturas, no entanto, mais simples e menos elaboradas. Ambos os elementos se integram, e foi perceptível, neste estudo, que a compreensão do espaço do Mercado Municipal pela população compreende tanto a área edificada do mercado quanto a feira que acontece ao seu redor, incluindo a feira da Barganha.

Com as imagens fotográficas, presentes na elaboração desta tese, foi possível identificar as transformações do espaço que compõe o entorno do mercado municipal e os reflexos sociais nos diversos períodos ao longo da história.

A partir da análise qualitativa das imagens, pode-se constatar um importante registro das ações no tempo e no espaço, e podem ser observadas significativas mudanças históricas e sociais a respeito da memória do Mercado Municipal da cidade de Taubaté. Ao comparar o passado com a atualidade, é notória a percepção, em seu entorno, das transformações espaciais, que ficam evidenciadas a partir das alterações na malha urbana, entre elas, a canalização do córrego do Convento Velho, transformação das ruas em avenidas de mão dupla, mudança na pavimentação (de paralelepípedo para asfalto), construção dos calçadões das ruas, facilitando o acesso

das pessoas que circulam pelo mercado, construção de rotatórias e retornos, para facilitar o acesso ao equipamento urbano.

A paisagem do entorno também foi modificada, muitas construções do século XIX foram demolidas, algumas tornaram-se estacionamentos, outras foram modificadas, seus espaços receberam outra funcionalidade, passaram de uso residencial para comercial

Com base nos documentos históricos pesquisados, conclui-se que o Mercado Municipal de Taubaté muito contribuiu para o desenvolvimento econômico da cidade, e mantém a sua permanência de forma resiliente na região central do município. Isso em função da sua simbologia, sua funcionalidade e da sua representatividade como um lugar de pertencimento para a população, no entanto, as constantes transformações que ocorreram em sua estrutura física e no seu entorno descaracterizaram a construção original.

Monumentos e elementos construtivos que compunham a paisagem do centro histórico na região do Mercado foram gradativamente se deteriorando, ficaram abandonados, ou simplesmente sumiram, o que sugere que o poder público, ao longo dos anos, não deu ao mercado municipal, e para o seu entorno, a devida valorização como um equipamento público urbano que compõe a história de Taubaté.

Estas transformações foram evidenciadas nas narrativas dos frequentadores do mercado, que o consideram como um lugar de pertencimento, aprendizagem e transmissão de conhecimento popular, sendo fortalecido por sua simbologia, representatividade e funcionalidade. Mesmo com a chegada dos supermercados, shopping centers e hipermercados, não houve interferência na rotina de compras semanais de muitos moradores, que continuam adquirindo produtos para o abastecimento de seus lares no “Mercadão”.

As análises do espaço do Mercado Municipal de Taubaté incorporam práticas que vão além do processo comercial, revelam processos de socialização de saberes, fazeres e experiências, que não só valorizam a excelência na venda dos produtos, como também mantêm a tradição do saber se relacionar, de forma hospitaleira, acolhendo seu cliente e o envolvendo em todo o processo de compra, desde a escolha, a forma de armazenamento e preparo do alimento.

Ao desenvolver essa Tese, nosso propósito era mostrar a importância do espaço do mercado, não só como um equipamento urbano que se originou da antiga feira ao redor da igreja e se tornou um espaço comercial, mas como um espaço social, onde as relações humanas se sobrepõem às relações comerciais, levando em consideração as contribuições de saberes, de fazeres e processos culturais que transitam deste espaço da cidade, para outros locais, ou até mesmo outras cidades.

Compreendeu-se que o Mercado Municipal de Taubaté é reconhecido pelos frequentadores como um lugar de pertencimento, um lugar de aprendizagem, onde as trocas de informações sobre as necessidades alimentares, os símbolos da história, a cultura, a educação e o empreendedorismo estão nas narrativas da população.

Vivenciar este espaço, não mais como consumidora, mas como pesquisadora, foi um grande desafio para a autora. Primeiramente foi necessário estranhar aquele lugar, um lugar de pertencimento desde a infância. Então, nessa etapa da pesquisa, as idas ao mercado não significavam mais a rotina semanal de compras dos alimentos, mas a busca por informações que ajudassem a trilhar o “novo”, o significado do espaço na história da cidade a partir da paisagem e da memória da população.

Estar no mercado, que anteriormente significava ser mais um número, passou a ter um novo sentido para aquelas pessoas que circulavam por ali. Em um primeiro momento, selecionaram-se as pessoas, objetivando mesclar indivíduos jovens, adultos e idosos, para entender qual era a percepção daquele lugar nas diferentes etapas da vida. Chamou a atenção que, no discurso da maioria dos entrevistados, a ida ao mercado tinha um grande significado com a família: “quando eu ia ao mercado com meu pai”, “minha mãe falecida a pouco tempo, gostava de me levar para comer pastel”, “quando era pequena ia com o pai lá”.

No decorrer das entrevistas, passamos por algumas dificuldades, como a negação dos entrevistados em assinar o TCLE, o que implicaria em não poder oficializar a narrativa. No entanto, mesmo negando a assinatura, o indivíduo sentia a necessidade em falar sobre sua vida e a sua relação com o mercado. Nesses momentos, foi percebido que o medo de assinar a documentação estava relacionado ao receio de perder a permissão do uso de seu box, ou de uma ação que o comprometesse com a justiça.

Essas negativas foram importantes no processo, e mostraram a necessidade de explicar aos participantes que a pesquisa não era política e tampouco buscava informações relacionadas às questões financeiras.

Então, ao buscar respostas de cunho social, relacionadas à memória e à história de vida, entre o entrevistado e o lugar de mercado, as conversas fluíram, e alguns entrevistados teceram elogios e gratidão quanto ao trabalho que estava em desenvolvimento:

antes de tudo, na verdade eu queria ter falado isso no começo, porque pra nós quando vem uma pessoa pra saber mais sobre o mercado, é um privilégio, porque a gente ainda espera, tem a esperança que as pessoas voltem à tradição de Taubaté, voltem a frequentar o mercado, porque isso aqui é uma tradição familiar né, vem dos antigos, então é gostoso você escutar "a minha geração vinha aqui". Então eu tenho agradecimento, somente gratidão, a palavra certa é essa, de você ter esse, esse carinho pelo mercado municipal de Taubaté. E isso pra gente faz diferença" (E03, 2023).

O desenvolvimento da pesquisa no espaço do mercado foi retratado inicialmente com o propósito de investigar o entorno do mercado municipal e fazer um comparativo a partir dos registros fotográficos da cidade no passado. Por meio dessas análises, houve a constatação de que o rural prevalecia sobre o urbano e este espaço servia como um lugar de troca de alimentos excedentes no campo, bem como ponto de parada para as tropas de animais cargueiros que se deslocavam entre as cidades da região.

Posteriormente, a pesquisa nos aponta o crescimento urbano da cidade, apresentando a expansão territorial e as alterações da centralidade. Esse crescimento estava relacionado às diversas fases econômicas da cidade, ao longo das quais novas dinâmicas expandiram e diluíram o crescimento da cidade para regiões além da rodovia Presidente Dutra e em direção ao novo shopping.

No entanto, para a população, a região central, onde está localizado o mercado, se mantém presente nas narrativas, o que sugere, que o espaço do Mercado Municipal de Taubaté representa uma série de relações que vão além da troca econômica que o espaço comercial pode preconizar.

Nessa etapa, compreender as muitas relações de sociabilidade, descritas nas entrevistas foi de suma importância para analisar a valorização deste espaço pela população. A oralidade foi fundamental no processo para entender a relação comerciante/consumidor, ações que se voltam para a descrição de seus produtos, a forma de escolha dos alimentos, as receitas e demais informações em torno da alimentação. Os resultados obtidos durante os meses de observação participante, apoiada nas transcrições das entrevistas, subsidiou levantar as informações

referentes à cultura alimentar e a transmissão do saber popular a partir da importância desse espaço como um lugar de encontro, enriquecido pelo conhecimento popular, que demonstra como a “cidade” se alimenta.

Por fim, valida-se a hipótese de que o Mercado Municipal de Taubaté exerceu um papel importante no processo de estruturação da cidade, não só como um elemento urbano irradiador da organização urbana e da centralidade histórica, mas como um lugar que carrega valores e concentra formas específicas de saber e fazer, inclusive, transmitindo-as entre gerações. Este espaço, que é subordinado ao poder público, apesar de estar inserido em algumas diretrizes municipais, ocupa, entretanto, um lugar de menor importância na história local, e somente em 2022 foi reconhecido como patrimônio cultural do município de Taubaté.

REFERÊNCIAS

ABRAVÍDEO E MUSEU DA PESSOA. **A Tecnologia Social da Memória:** Para comunidades, movimentos sociais e instituições registrarem suas histórias. São Paulo, 2009.

ABREU, Maria Morgado de. **Taubaté:** De núcleo irradiador de bandeirismo a centro industrial e universitário do Vale do Paraíba. Taubaté: Editora Santuário, 1991.

ABREU, Maria Morgado de. **História de Taubaté através de textos.** Taubaté: Rubens Artes Gráficas, 2004.

ALONSO, Angela. Métodos qualitativos de pesquisa: uma introdução. *In:* SESC SP E CEBRAP. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais:** Bloco Qualitativo. São Paulo: Sesc São Paulo/CEBRAP, 2016.

ALMANACH. **O Estado de São Paulo:** para o ano de 1896 (SP). Anno I. São Paulo: J. Filinto & C. Editores, 1896.

ANDRADE, Antônio Carlos de Argôllo. **Taubaté dos Viajantes.** Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2022a.

ANDRADE, Antônio Carlos de Argôllo. **Taubaté na História Nacional.** Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2022b.

ARAÚJO, James Amorim. Sobre a cidade e o urbano em Henri Léfèbvre. **GEOUSP - Espaço e Tempo**, n. 31, p.133-142, 2012.

AUGÉ, Marc. **Não lugares:** Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

BASSANEZI, Maria Sílvia C. Beozzo (org.). São Paulo do Passado: **Dados Demográficos.** – 1890. Campinas: NEPO-UNICAMP, 1998. Disponível em: <https://www.nepo.unicamp.br/publicacoes/censos/1890.pdf>. Acesso em: 18 maio 2023.

BENEVOLO, Leonardo. **História da cidade.** São Paulo, SP: Perspectiva, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **La distinction. Critique sociale du jugement.** Paris: Editions de Minuit, 1979.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico.** Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

BRASIL. **Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus.** Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em: 12 jan. 2023.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O espaço urbano**: Novos escritos sobre a cidade. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Crise urbana**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

CASAL, Manuel Aires de. **Corografia Brasílica ou Relação historico-geografica do Reino do Brazil**. Rio de Janeiro: Impressão Régia, 1817.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**: 1. Artes de Fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A Invenção do Cotidiano**: 2. Morar. Cozinhar. Petrópolis: Vozes, 2008.

CESAR JÚNIOR, Carlos Eugenio Monteclaro. **Conhecendo Taubaté**: uma análise urbana. Taubaté: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2013.

COLEMAN, James Samuel. *Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling*. **Humas Organization**. v. 17, p. 28-36, 1958.

COMTUR. **Conselho Municipal de Turismo de Taubaté**. Taubaté, s/d.

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. Rio de Janeiro: Ática, 1989.

CORTONESI, A. Cultura de subsistência e mercado: a alimentação rural e urbana na baixa Idade Média. *In*: FLANDRIN, J-L.; MONTANARI, M., (org.). **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

COULANGES, Fustel de. **A cidade Antiga**. São Paulo: Editora das Américas S.A, 1961.

CROZARIOL, Marco Aurélio. **Aquarela de Jean Baptiste Debret (1768-1848) da cidade de Taubaté/SP, 1827**. [s.l.], 6 out. 2012, Facebook: @marcoarelio.crozariol. Disponível em:

https://web.facebook.com/photo?fbid=421670717881087&set=a.421670714547754&_rdc=1&_rdr. Acesso em: 25 mar. 2021.

DIAS JÚNIOR, Carlos Alberto Corrêa. **Da feira e da cozinha**: consumo, identidade e linguagem em torno da comida na Feira Municipal de Cametá-Pa. 2018. 210 f. Tese (Doutorado em Antropologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.

FIESP; ITAL. **Brasil Food Trends 2020**. São Paulo: Gráfica Ideal, 2010.

FERNANDES, Suellen. Taubaté quer assumir prédio da estação ferroviária no centro. **G1 Vanguarda**, 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2012/08/taubate-quer-assumir-predio-da-estacao-ferroviaria-no-centro.html>. Acesso em: 4 maio 2023.

FLEGEL, Georg; VAN VALCKENBORCH, Lucas. **Allegory of Autumn**. 1593. 1 pintura. 5 000 × 3 141 pixels. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Georg_Flegel_-_Aleg%C3%B3ria_jesene_-_O_5457_-_Slovak_National_Gallery.jpg?uselang=pt-br. Acesso em: 18 nov. 2021.

FRANÇA. Carolina Rebouças; REZENDE. Vera F. A permanência e o desaparecimento dos mercados municipais e feiras livres nos espaços urbanos centrais das cidades do Rio de Janeiro e de Salvador. *In: III Seminário Internacional Urbicentro – URBIC*, 3., 2012, Salvador. **Anais...**, Salvador: UFBA, 2012. Disponível em <http://www.ppgau.ufba.br/urbicentros/2012/ST225.pdf>. Acesso em: 30 out. 2017.

FRUGOLI JUNIOR, Heitor. **Centralidade em São Paulo**: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: EDUSP, 2006

FUNDAÇÃO SEADE. **Dados demográficos**. Disponível em: <https://pib.seade.gov.br/municipal/>. Acesso em: 25 mar. 2023.

GRAHAM, Richard. **Alimentar a cidade**: das vendedoras de rua à reforma liberal (Salvador, 1780-1860). São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOODMAN, Leo A. *Snowball sampling*. **The Annals of Mathematical Statistics**. v. 32, p. 148-1970, 1961.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 1990.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 2006.

HERNÁNDEZ S, Jesús Contreras. Patrimônio e Globalização: o caso das culturas alimentares. *In: CANESQUI, AM.; GARCIA, RWD. (org.). Antropologia e nutrição*: Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. p. 128-145.

HILLMAN. James. **Cidade & Alma**. São Paulo: Estúdio Nobel, 1993.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Caminhos e fronteiras**, 3.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1900. Rio de Janeiro: IBGE, 1900.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1920. Rio de Janeiro: IBGE, 1920.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1934. Rio de Janeiro: IBGE, 1934.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1940. Rio de Janeiro: IBGE, 1940.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1950. Rio de Janeiro: IBGE, 1950.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1970. Rio de Janeiro: IBGE, 1970.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1980: dados gerais, migração, instrução, fecundidade, mortalidade. Rio de Janeiro: IBGE, 1980.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 1991. Rio de Janeiro: IBGE, 1991.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 2000. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo demográfico**: 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Malha Municipal**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/malhas-territoriais/15774-malhas.html>. Acesso em: 10 nov. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Panorama das Cidades**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/taubate.html>. Acesso em: 25 mar. 2023.

IBOPE INTELIGÊNCIA. O perfil do consumo de alimentos no Brasil. *In*: FIESP E ITAL. **Brasil Food Trends 2020**. São Paulo: Gráfica Ideal, 2010.

JUNQUEIRA, Antônio Hélio; PEETZ, Márcia da Silva. **100 anos de feiras livres na cidade de São Paulo**: years of street markets in the city of São Paulo. São Paulo: Via Imprensa, 2015.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Tradução Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins do original: *La production de l'espace*. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000.

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

LENCIONI, Sandra. **Globalização e Estrutura Urbana**: O processo de metropolização do espaço: Uma nova maneira de falar da relação entre Metropolização e Regionalização. São Paulo: Fapesp, 2004.

LODY, Raul. **Brasil bom de boca**: Temas da antropologia da alimentação. São Paulo: Editora Senac, 2008.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documento de pesquisa. *In*: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 137-55

MACIEL, Maria Eunice. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? **Horizontes Antropológicos**, v. 7, n. 16, p. 145–156, 2001.

MAGALHÃES, Nara Maria Emanuelli; MORIGI, Valdir José. Apresentação do Dossiê Cidade, Mídias, Memória e Cotidiano em Tempos de Pandemia. **Tomo**: revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, n. 38, p. 9-16, jan./jun. 2021.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Etnografia como prática e experiência. **Horizontes Antropológicos**, v. 15, n. 32, p. 129-156, jul./dez. 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINELLI, Maria Lúcia. **Pesquisa Qualitativa**: um instigante desafio. São Paulo: Editora Veras, 2003.

MARTINS, José de Souza. **A sociabilidade do homem simples**: cotidiano e história na modernidade anômala. São Paulo: Hucitec, 2000.

MARTINS, Valter. **Mercados Urbanos**: transformações na cidade. Campinas: Editora Unicamp, 2010.

MATTOS, Carmem Lúcia Guimarães de. **A abordagem etnográfica na investigação científica**. Campina Grande: EDUEPB, 2011.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora Senac, 2013.

MÜLLER, Nice Lecocq. Taubaté: estudo de geografia urbana. **Revista Brasileira de Geografia**, v. 27, n 1, p. 71-109, jan/mar. 1965. Disponível em: <https://rbg.ibge.gov.br/index.php/rbg/article/view/1936> Acesso em: 20 mar.2023.

MÜLLER, Nice Lecocq. **O Fato urbano na Bacia do Rio Paraíba**. Rio de Janeiro: Fundação IBGE, 1969.

MUMFORD, Lewis. **A cultura das cidades**. Belo Horizonte: Itatiaia Ltda, 1961.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone. A arquitetura dos mercados públicos. Tipos, modelos e referências projetuais. **Arquitextos**, ano 12, n. 138.02, 2011.

NOGUEIRA, Antônio Velozo (ed.). Formicida Capanema e Cal de Pedra. **O Liberal Taubateense**, Taubaté, 1888.

OLIVEIRA, Eliane Freire de; ASSIS, Francisco de. Na parede da memória: representações midiáticas da história de Taubaté-SP na imprensa. **Revista Ciências Humanas**, v. 5, n 1-2, p. 109-126, jan./dez. 2012. Disponível em: <https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/43/36>. Acesso em: 2 abr.2023.

ORTIZ, José Bernardo. **São Francisco das Chagas de Taubaté: Livro 1º - Origens**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1988.

ORTIZ, José Bernardo. **São Francisco das Chagas de Taubaté: Livro 2º - Taubaté Colonial**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1996.

ORTIZ, José Bernardo. **Atas do Conselho da Intendência Municipal: Atas da Câmara Municipal Taubaté. Tomo I**. Taubaté: Imprensa Oficial do Estado S.A - IMESP, 1998.

PAZZINE, Fabiana. Vale de viajantes: II. **Almanaque Urupês**, 2012. Disponível em: <https://almanaqueurupes.com.br/index.php/2012/09/19/vale-de-viajantes-ii/>. Acesso em: 28 mar. 2021.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Muito além do espaço: por uma história cultural do urbano. **Estudos Históricos**, v.8, n 16, p. 279-290, 1995.

PETRINI, C. **Slow food: The case for taste**. New York: Columbia University Press, 2003.

PINTAUDI, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **CIDADES**, v. 3, n. 5, p. 81-100, jun/set. 2006. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/viewFile/505/537> Acesso em: 31 maio 2019.

PIRENNE, Henri. **As cidades da idade média: ensaio de história econômica e social**. 4. ed. [s.l.]: Europa-América, 1977.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, v. 5, n.10, p. 200-212, 1992.

PORTELLI, Alessandro. História Oral e Poder. **Mnemosine**, v. 6, n. 2, p. 2-13, 2010. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/mnemosine/article/view/41498> Acesso em: 27 maio 2023.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

PRADO, José Benedito. **Taubaté: cidade, educação, cultura e ciência**. São Paulo: Nova América, 2005.

REIS FILHO, Nestor Goulart. **São Paulo e outras cidades: produção social e degradação dos espaços urbanos**. São Paulo: Hucitec, 1994.

REIS, Hélio Monteiro dos. **Tanque da Aguada: A história do Mercado Municipal de Taubaté**. Taubaté: Gráfica Santuário, 2013.

REIS, Nestor Goulart. **Notas sobre urbanização dispersa e novas formas de tecido urbano**. São Paulo: Via das artes, 2006.

RENNÓ, Raquel. **Do mármore ao vidro: Mercados públicos e supermercados, curvas e reta sobre a cidade**. São Paulo: Annablume, 2006.

RIBEIRO, Berta. **O Índio na Cultura Brasileira**. Rio de Janeiro: Unibrade/UNESCO. 1987.

RIERA-MELIS, A. Sociedade feudal e alimentação (séculos XII-XIII). *In*: FLANDRIN, J-L.; MONTANARI, M (org.). **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

ROSA, Miriam Debieux. **Psicanálise, política e cultura: a clínica em face da dimensão sociopolítica do sofrimento**. 2015. 151f. Tese (Livre-Docência– Departamento de Psicologia Clínica) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SAINT-HILAIRE. Auguste de. **Segunda viagem a São Paulo e quadro histórico da Província de São Paulo**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002.

SALGUEIRO, Teresa Barata; CACHINHO, Herculano. As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. *In*. CARRERAS, Carles; PACHECO, Suzana Mara Miranda (org.). **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Maria del Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS II, Luiz Claudio dos. **Mercado Municipal em janeiro de 2014**. Taubaté, 8 maio 2023. Facebook: @ luizclaudio.busologotaubate. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3407231669517055&set=pcb.6931473600199394>. Acesso em: 20 maio 2023.

SANTOS. Suellen Nascimento dos; CARDOSO. Denise Machado. Na feira também se aprende: transmissão de saberes no setor de farinhas no complexo Ver-o-Peso. *In: LEITÃO, Wilma Marques (org). Ver-o-Peso: estudos antropológicos no mercado de Belém.* v. 2. Belém: Paka-Tatu, 2015. p. 191- 2016.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado.** 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, Milton. **A Natureza do espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Editora da universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo:** Globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

Santos, Milton. **Pensando o espaço do homem.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil:** território e sociedade no início do século XXI. 9. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEYMOUR, Diane. The social functions of the meal. **International Journal of Hospitality Management**, v. 2, n. 1, p. 3–7, 1983.

SERVILHA. Mateus de Moraes; DOULA, Sheila Maria. O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras. Cascavel: **Revista Faz Ciência**, v.11, n.13, p. 123-142, jan./jun. 2009. Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/7610>. Acesso em: 2 jul.2019.

SILVA. João Luiz Máximo da. Alimentação e transformações urbanas em São Paulo no século XIX. **Almanack**, n. 07, p.81-94, jan/jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/alm/a/sLcjbghLLtMQxN8SmxXTJcP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 jan. 2023.

SOARES, Cyro José. **Mercados do Brasil:** de norte a sul. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

SOTO, Maria Cristina Martinez. **Pobreza e conflito:** Taubaté - 1869 -1935. São Paulo: Abbablumme, 2001.

SOUSA, Celeste Ribeiro de. “Pertencimento/não pertencimento” Franz Kafka: um exemplo a ser lembrado. **Estudos Avançados**, v. 35, n. 103, p 63-80, set/dez. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/grCFcy854YdKpL4PsXGmRzB/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 10 dez. 2022.

SPIX, Johann Baptist von, **Viagem pelo Brasil (1817-1820).** Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2017.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **Capitalismo e urbanização**. São Paulo, SP: Contexto, 1988.

TAUBATÉ. Câmara. Lei nº 4, de 9 de abril de 1952. Regulamenta o funcionamento do mercado municipal. **Câmara Municipal de Taubaté**, Taubaté, 1952. Disponível em:

http://camarasempapel.camarataubate.sp.gov.br/Arquivo/Documents/legislacao/HTML_IMPRESSAO/L41952.html. Acesso em: 14 out. 2022.

TAUBATÉ. Lei n. 721, de 12 de agosto de 1963. Aprova alinhamento da Av. Desembargador Paulo de Oliveira Costa. **Câmara Municipal**, Taubaté, 1963. Disponível em:

<http://camarasempapel.camarataubate.sp.gov.br/Arquivo/Documents/legislacao/html/L7211963.html>. Acesso em: 25 mar. 2021.

TAUBATÉ: elevação à vila. **Almanaque Urupês**, 2019. Disponível em: Imagem disponível em: <https://almanaqueurupes.com.br/index.php/2019/12/04/upgrade-no-povoado/>. Acesso em: 25 mar. 2021.

TAUBATÉ. Prefeitura. **Plano Diretor de Turismo**. Taubaté: Comtur, 2021.

TUAN, Yi-Fu. de. **Topofilia: Um estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente**. São Paulo: DIFEL, 1980.

VAN VALCKENBORCH, Lucas. **Poultry Seller (Market Scene)**. [1580]. 1 pintura. 5 000 x 3 301 pixels. Disponível em:

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lucas_van_Valckenborch_-_Poultry_Seller_\(Market_Scene\)_-_O_5608_-_Slovak_National_Gallery.jpg?uselang=pt-br](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lucas_van_Valckenborch_-_Poultry_Seller_(Market_Scene)_-_O_5608_-_Slovak_National_Gallery.jpg?uselang=pt-br). Acesso em: 18 nov. 2021.

VAN VALCKENBORCH, Lucas. **Winter**. [1595a]. 1 pintura. 3,176 x 2,204 pixels. Disponível em:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lucas_van_valckenborch,_inverno,_1595_c_a._02.JPG. Acesso em: 18 nov. 2021.

VAN VALCKENBORCH, Lucas. **Meat and Fish Market (Winter)**. [1595b]. 1 pintura. 1 070 x 698 pixels. Disponível em:

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lucas_van_Valckenborch_-_Meat_and_Fish_Market_\(Winter\).jpg?uselang=pt-br](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lucas_van_Valckenborch_-_Meat_and_Fish_Market_(Winter).jpg?uselang=pt-br). Acesso em: 18 nov. 2021.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Editora Senac, 2001.

VARGAS, Heliana Comin; SILVA, Diego Vernille da. Revisitando o papel dos mercados públicos em São Paulo. **Arquitextos**, São Paulo, ano 20, n. 236.07, 2020. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/20.236/7620>. Acesso em: 28 out. 2022.

VECA, Alberto, Imagens da alimentação na arte moderna. *In*: FLANDRIN, J-L.; MONTANARI, M. (org.). **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

VIDAL, Celma Chaves Pont. Os mercados públicos e a História da cidade: Belém no final do século XIX e início do século XX. *In*: LEITÃO, Wilma Marques (org). **Ver-o-Peso**: Estudos antropológicos no mercado de Belém. Belém: Paka-Tatu, 2016. p. 17-37.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

WEBER, Max. **Conceito e categoria da cidade**: O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

**APÊNDICE I – ROTEIRO DE ENTREVISTA DOS PROFISSIONAIS I
(permissionários e feirantes)**

Parte I - Identificação do profissional

Data: ____/____/____ Horário:

Início: _____ Término: _____

Local: _____

Parte II - Informações relacionadas ao perfil sócio demográfico e o desenvolvimento científico e cultural dos participantes

Código n°: _____

Idade _____ Estado civil: _____ Sexo: _____

Formação: _____

Categoria _____ profissional _____ de _____ atuação:

Tempo de atuação no mercado municipal anos: _____

Que tipo de estabelecimento que possui?

() bancas em dia na feira

() box na área interior do mercado

() box na área exterior do mercado

() comércio na área do entorno do mercado

(_____) outro (especificar)

Carga horária de trabalho expressa em

horas: _____

Perguntas norteadoras para realização da entrevista

1. Como iniciou sua atividade como comerciante no mercado?
2. Em quais dias da semana você trabalha neste local?
3. Quanto tempo você fica no mercado diariamente?
4. Você considera este espaço como um lugar de aprendizagem? Se sim, o que você aprendeu e ensinou neste lugar?
5. Você considera que seus conhecimentos sobre seu negócio foram e serão passados a gerações?
6. Que fatos foram marcantes na história do mercado que estão guardados em sua memória?
7. Qual o significado deste lugar para você?
8. Você acompanhou as mudanças ocorridas no entorno do mercado?
9. As mudanças ocorridas no entorno trouxeram consequências para sua atuação no mercado? Explique estas mudanças e suas consequências.
10. Você mudaria seu comércio para uma outra localização na cidade?
11. Qual sua relação de pertencimento com este lugar?
12. Para você o mercado é valorizado pela administração pública? Se não, que atenção deveria ser dada ao mercado?

APÊNDICE II – ROTEIRO DE ENTREVISTA DA COMUNIDADE (população frequentadora do mercado municipal)

Parte I - Identificação

Data: _____ / _____ / _____ Horário: _____

Início: _____ Término: _____

Local: _____

Parte II - Informações relacionadas ao perfil sociodemográfico e o desenvolvimento científico e cultural dos participantes

Código n°: _____

Idade _____ Estado civil: _____ Sexo: _____

Formação: _____

Categoria profissional de atuação: _____

Tempo que frequenta o mercado municipal anos: _____

Periodicidade de frequência no mercado/ dias por semana: _____

Que estabelecimento costuma frequentar no mercado?

- () bancas em dia na feira
- () box na área interior do mercado
- () box na área exterior do mercado
- () comércio na área do entorno do mercado
- () outro (especificar) _____

Perguntas norteadoras para realização da entrevista

1. Com qual idade você começou a frequentar o mercado municipal?
2. Em quais dias da semana você costuma a vir a este local?
3. Quanto tempo você fica no mercado fazendo as compras?
4. Você considera este espaço como um lugar de aprendizagem? Se sim, o que você aprendeu neste lugar?
5. Que fatos foram marcantes na história do mercado que estão guardados em sua memória?
6. Você acompanhou as mudanças ocorridas no entorno do mercado?
7. As mudanças ocorridas no entorno trouxeram consequências para sua atuação? Explique essas mudanças e suas consequências.
8. Por que você dá preferência em fazer suas compras neste mercado?
9. Você mudaria seu hábito de comprar no mercado para um comércio em outra localização na cidade?
10. Qual sua relação de pertencimento com este lugar?
11. Para você o mercado é valorizado pela administração pública? Se não, que atenção deveria ser dada ao mercado?

APÊNDICE III – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Dados de identificação

Título do Projeto: De não lugar a lugar: Narrativas urbanas sobre o Mercado Municipal de Taubaté

Pesquisador Responsável: Cláudia Maria de Moraes Santos

Equipe executora: Claudia Maria de Moraes Santos e Sandra Maria Fonseca da Costa

Instituição a que pertence o Pesquisador Responsável: Universidade do Vale do Paraíba

Telefones / E-mails para contato: (12) 9618-2177 / claudia.mmsantos@hotmail.com

Nome do participante: R.G.

Idade: _____ anos CÓDIGO: EI

O (A) Sr. (ª) está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa que tem como tema/título “De não lugar a lugar: Narrativas urbanas sobre o Mercado Municipal de Taubaté”, de responsabilidade da pesquisadora Cláudia Maria de Moraes Santos. Este estudo tem por objetivo analisar a teoria de não lugar e aplicar o conceito para entender a significação do Mercado Municipal de Taubaté como elemento estruturador do espaço urbano, um lugar vinculado à tradição e suas narrativas urbanas ao longo dos anos e averiguar se este espaço, de natureza histórica, repleto de simbologia e representação da forma de viver e de se relacionar, particular das localidades estudadas, estão contemplados nos instrumentos urbanísticos, como o Plano Diretor e a Lei Orgânica do município. Esperamos, com esta pesquisa, que as informações enriqueçam o campo científico, proporcionando o entendimento dos conceitos de lugar e não lugar atribuído ao mercado e entender como a população frequentadora do mercado de Taubaté o reconhece, além de contribuir para o debate acadêmico sobre questões relativas ao processo de transformação ocorridas na região central de Taubaté, onde o mercado municipal se estabelece como espaço de manutenção da memória social.

Sua participação consistirá em uma entrevista, na qual responderá a um roteiro formado por perguntas diretas que o(a) senhor(a) responderá livremente. Somente após sua autorização é que as suas respostas serão gravadas por meio de gravador digital. Informamos que o senhor pode se negar a gravar o áudio, mas será um critério

de exclusão para sua participação neste estudo. A entrevista deve durar entre uma e duas horas e poderá ser feita em mais de um dia, se for melhor para o(a) Sr(a). Após essa etapa, as entrevistas serão transcritas e analisadas pela pesquisadora, sendo que, após cinco anos, serão apagadas da mídia digital (gravador) e as transcrições das entrevistas, destruídas. Os dados obtidos a partir de sua participação somente serão utilizados para fins dessa pesquisa.

Durante sua participação, podem ocorrer riscos ligados às fortes emoções, provocados por lembranças boas e ruins, ligadas às suas experiências com o processo de urbanização da cidade e as transformações ocorridas ao longo dos anos no entorno do mercado municipal, além de risco de constrangimento durante a entrevista. Para minimizar os riscos, será garantido um local privado para o(a) sr.(a) responder o questionário e a liberdade para não responder questões que o(a) senhor(a) considere constrangedoras. Estarei atenta aos sinais verbais e não verbais de desconforto que o senhor (a) possa apresentar. Devo lhe informar que será garantida a não violação e a integridade dos documentos; assim como será assegurada a confidencialidade, a privacidade dos dados e o anonimato em todo o processo de pesquisa, bem como no momento das divulgações dos dados por meio de publicação em periódicos e/ou apresentação em eventos científicos. O(A) senhor(a) terá a privacidade mantida. Para isso, utilizarei como Código de Identificação a letra E, de Entrevistado, seguido da ordem de coleta da entrevista (E1,E2, E3...). Garantimos também a proteção da imagem do(a) senhor(a) e a não utilização das informações em seu prejuízo. Se necessário, a entrevista será interrompida, podendo o(a) senhor(a) se retirar da pesquisa, sem penalização alguma e sem prejuízo algum, ou retomar a entrevista em um outro momento, quando achar mais confortável.

Garantimos o sigilo, a confidencialidade das informações que o(a) senhor(a) fornecer e a sua privacidade. A qualquer momento, o(a) senhor(a) poderá se recusar a participar e se retirar da pesquisa, sem constrangimentos, penalidades ou qualquer prejuízo. As informações e materiais obtidos nesta pesquisa não poderão ser utilizados para outras finalidades que não sejam a desta pesquisa científica.

No caso de gastos decorrentes da participação nesta pesquisa (por exemplo, transporte e alimentação), o(a) senhor(a) e o seu acompanhante serão imediatamente e integralmente ressarcidos de todas as despesas. No caso de algum dano, imediato ou tardio, decorrente desta pesquisa, o(a) senhor(a) também tem direito de ser

indenizado pela pesquisadora e/ou patrocinador desta pesquisa, bem como a ter assistência gratuita, integral e imediata.

Sempre que desejar, o(a) senhor(a) poderá entrar em contato para obter informações sobre este projeto de pesquisa, sobre sua participação ou outros assuntos relacionados à pesquisa, com o(a) pesquisador(a) responsável ou equipe executora pelos telefones (12) 99618-2177 Claudia Maria de Moraes Santos ou pelo e-mail: claqimoraes@gmail.com. Você também pode entrar em contato com o CEP – Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP), corresponsável por garantir e zelar pelos direitos do participante da pesquisa, pelo telefone (12) 3947-1111, pelo e-mail cep@univap.br ou pessoalmente na Av. Shishima Hifumi, 2911, Urbanova – Bloco 11 – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento II, sala 19, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h.

Este termo está elaborado em duas vias, rubricadas em todas as suas páginas e assinadas, ao seu término, pelo participante da pesquisa e pelo pesquisador, sendo uma das vias entregue ao participante.

Eu, _____, fui informado, estou ciente da gravação da entrevista e concordo em participar, voluntariamente, do projeto de pesquisa acima descrito.

São José dos Campos, ____ de _____ de _____

Nome e assinatura do(a) participante Nome e assinatura da pesquisadora

Testemunha

Testemunha

Este Termo de Consentimento Livre Esclarecido deve ser impresso em duas vias, sendo uma via entregue ao participante da pesquisa e outra arquivada pelo pesquisador. Em caso de mais de uma página, todas as páginas devem ser rubricadas pelo pesquisador e pelo participante.

ANEXO I – PROTOCOLO CERTIDÃO DE ANUÊNCIA



Prefeitura Municipal de Taubaté
MPA - Módulo de Protocolo e Arquivo


22/11/2019

Comprovante de Protocolo

Tipo/Processo: **72158 / 2019** Data/Hora : 22/11/2019 - 15:03:53
 Requerente : **CLAUDIA MARIA DE MORAES SANTOS**
 Tel. Contato : 12 996182177
 Usuário : **ADRIANA CRISTINA FARIA GUERREIRO**
 Assunto : **CERTIDAO DE ANUENCIA**
 Departamento : **DPAG - DIVISAO DE PROTOCOLO E ARQ.GERAL**
 Histórico :

Prefeitura Municipal de Taubaté
AV. Tiradentes, 520 Centro Taubaté SP 12030-180
CONSULTE SEU PROCESSO SOMENTE ON LINE OU NO TERMINAL DE CONSULTAS NO PRAZO DE 5 DIAS UTEIS
PELO SITE:www.taubate.sp.gov.br no menu ACESSO RAPIDO / Consulta de Processos



Prefeitura Municipal de Taubaté
MPA - Módulo de Protocolo e Arquivo


22/11/2019

Comprovante de Protocolo



Tipo/Processo: **E - 72158 / 2019** Data/Hora : 22/11/2019 - 15:03:53
 Requerente : **CLAUDIA MARIA DE MORAES SANTOS**
 Tel. Contato : 12 996182177
 Usuário : **ADRIANA CRISTINA FARIA GUERREIRO**
 Assunto : **CERTIDAO DE ANUENCIA**
 Departamento : **DPAG - DIVISAO DE PROTOCOLO E ARQ.GERAL**
 Histórico :

Prefeitura Municipal de Taubaté
AV. Tiradentes, 520 Centro Taubaté SP 12030-180
CONSULTE SEU PROCESSO SOMENTE ON LINE OU NO TERMINAL DE CONSULTAS NO PRAZO DE 5 DIAS UTEIS
PELO SITE:www.taubate.sp.gov.br no menu ACESSO RAPIDO / Consulta de Processos

ANEXO II – PROCESSO CERTIDÃO DE ANUÊNCIA**PREFEITURA MUNICIPAL
— DE —
TAUBATÉ**

Processo: 72158/2019

Req.: CLAUDIA MARIA DE MORAES
SANTOS
Ass.: CERTIDÃO DE ANUENCIA

Excelentíssimo Senhor Prefeito Municipal de Taubaté	PREFEITURA MUNICIPAL DE TAUBATÉ	
	DATA <u>22</u> / <u>11</u> / <u>19</u>	PROCESSO Nº <u>72158</u> / <u>19</u>
	FLS. <u>2</u>	
Nome do Requerente <u>Claudia Maria de Moraes Santos</u>		
Residente na Rua/Av. <u>Santa Cruz do Arco</u> nº <u>1635</u>		
Bairro <u>Santo Antônio</u>	Cidade <u>Taubaté</u>	CEP <u>12061-100</u>
Tel. (12) <u>99618-2177</u>	e-mail <u>claudia.mmsantos@univap.br</u>	
RG <u>21 929 226 - 7</u>	CPF <u>109555 808 - 03</u>	CNPJ _____
VEM REQUERER: <u>Certidão de Ausência</u>		
JUSTIFICATIVA:		
<p>Venho por meio desta solicitar permissão de realização de minha pesquisa, do curso de Doutorado da Universidade do Vale do Paraíba, no Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento - Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional. Esta pesquisa deverá ser desenvolvida durante o corrente ano de 2020, e tem como título: "De não lugar a lugar: Narrativas</p>		
EM CASO DE DEVOLUÇÃO DE IMPORTÂNCIA		
Banco _____	Agência _____	Conta nº _____
<p>Nestes Termos P. Deferimento. Taubaté, <u>22</u> de <u>novembro</u> de <u>2019</u>.</p>		
 Assinatura do Requerente		
 Priscila Braga União de Protocolo e Arquivo Geral Município de Taubaté		

Urbanas sobre o Mercado Municipal de Paulati.
 O estudo será realizado no espaço público do Mercado Municipal com a equipe de funcionários que está diretamente à gestão e manutenção do mesmo, permissionários, feirantes e população frequentadora deste mercado.

Para tal será realizada entrevista por meio de um instrumento elaborado para este fim, junto a população a ser pesquisada.

A pesquisa está sob orientação das professoras: Dra Valéria Zanetti e Prof. Dra Sandra Maria Fonseca da Costa.

Será mantido o anonimato dos pesquisados Ressaltamos que o projeto já foi submetido ao comitê de ética em pesquisa da UNIVA e as entrevistas, serão realizadas somente após todas as autorizações.

Contos de contar com sua colaboração, coloco-me à disposição para outros esclarecimentos

Em anexo segue o protocolo da inscrição do projeto com seres humanos da Plataforma Brasil

Antecipadamente agradeço sua colaboração

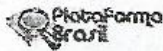
Dr. Secretário

suplico e comitente a área de comunicação

Atfvs
 25/11/2019

PROCESSO Nº

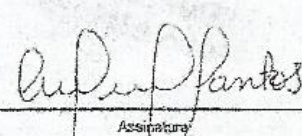
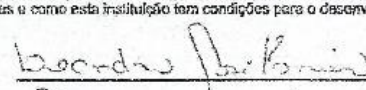

72.158/2019



MINISTERIO DA SAUDE - Conselho Nacional de Saude - Comissão Nacional de Ética em Pesquisa - CONEP

FOLHA DE ROSTO PARA PESQUISA ENVOLVENDO SERES HUMANOS

11.A.U. FIS 98

1. Projeto de Pesquisa: DE NÃO-LUGAR A LUGAR: NARRATIVAS URBANAS SOBRE O MERCADO MUNICIPAL DE TAUBATÉ			
2. Número de Participantes da Pesquisa: 30			
3. Área Temática:			
4. Área do Conhecimento: Grande Área 6. Ciências Sociais Aplicadas			
PESQUISADOR RESPONSÁVEL			
5. Nome: CLAUDIA MARIA DE MORAES SANTOS			
6. CPF: 109.555.908-03		7. Endereço (Rua, n.º): SANTA CRUZ DO AREAO, 1635 VILA AREAO chácara TAUBATE SAO PAULO 12061100	
8. Nacionalidade: BRASILEIRO		9. Telefone: (12) 3631-2985	10. Outro Telefone: 11. Email: claudia.mmsantos@hotmail.com
<p>Termo de Compromisso: Declaro que conheço e cumprirei os requisitos da Resolução CNS 466/12 e suas complementares. Comprometo-me a utilizar os materiais e dados coletados exclusivamente para os fins previstos no protocolo e a publicar os resultados sejam eles favoráveis ou não. Aceito as responsabilidades pela condução científica do projeto acima. Tenho ciência que essa folha será anexada ao projeto devidamente assinada por todos os responsáveis e fará parte integrante da documentação do mesmo.</p>			
Data: 05, 11, 19		 Assinatura	
INSTITUIÇÃO PROPONENTE			
12. Nome: Fundação Valeparaibense de Ensino		13. CNPJ: 60.191.244/0001-20	14. Unidade/Orgão:
15. Telefone: (12) 3947-1120		16. Outro Telefone:	
<p>Termo de Compromisso (do responsável pela instituição): Declaro que conheço e cumprirei os requisitos da Resolução CNS 466/12 e suas Complementares e como esta instituição tem condições para o desenvolvimento deste projeto, autorizo sua execução.</p>			
Responsável: 		CPF: 911281969-72	
Cargo/Função: <u>Diretor do IEBD</u>			
Data: 20, 11, 19		 Assinatura Leonardo Barbosa - Diretor do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento (IEBD)/Unicamp	
PATROCINADOR PRINCIPAL			
Não se aplica.			

Sra Rose - Comunicação

Solicite parecer. De
minha parte não
veja objeção

ALEXANDRE MAGNO BORGES
Secretário de Serviços Públicos

28/11/19

Ao Setor de Protocolo

DE MINHA PARTE TAMBÉM NÃO
VEJO OBJEÇÃO.

SENDO ASSIM, ESTOU DE ACORDO.


Rosaneire M. Duarte S. Santos
Matrícula 35528
Diretora de Comunicação

03/12/19

ANEXO III – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

UNIVERSIDADE DO VALE DO
PARAÍBA - UNIVAP

**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

Título da Pesquisa: DE NÃO-LUGAR A LUGAR: NARRATIVAS URBANAS SOBRE O MERCADO MUNICIPAL DE TAUBATÉ

Pesquisador: CLAUDIA MARIA DE MORAES SANTOS

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 29536819.1.0000.5503

Instituição Proponente: Fundação Valeparaibana de Ensino

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.032.978

Apresentação do Projeto:

O projeto trata de um estudo sobre a significação do mercado municipal de Taubaté como elemento estruturador do espaço urbano, buscando sua valorização pelo poder público

Objetivo da Pesquisa:

A pesquisa tem como objetivo primário:

Este estudo tem por objetivo analisar a teoria de não-lugar e aplicar os conceitos para entender a significação do mercado municipal de Taubaté, como elemento estruturador do espaço urbano, um lugar de pertencimento vinculado à tradição e suas narrativas urbanas ao longo dos anos e averiguar se este espaço, de natureza histórica, repleto de simbologia e representação da forma de viver e de se relacionar, do município analisado, estão contemplados nos instrumentos urbanísticos, como Plano Diretor e Lei Orgânica dos municípios.

E como objetivo secundário:

- Compreender como se deu a implantação do mercado no município de Taubaté.
- Entender o sentido da permanência do mercado municipal - lugar de tradição e de pertencimento da população, analisando suas narrativas nos períodos históricos e na contemporaneidade.
- Realizar uma análise da evolução e permanência dos espaços tradicionais ao longo dos anos,

UNIVERSIDADE DO VALE DO
PARAÍBA - UNIVAP



Continuação do Parecer: 4.032.978

- O orçamento foi detalhado.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O TCLE foi revisto e algumas alterações solicitadas foram devidamente efetuadas: melhorou a linguagem, reduzindo a linguagem mais técnica (porém, pedimos atenção ao apontamento feito no campo "Recomendações" deste parecer); reformulação do protocolo de tempo na entrevista; foi substituída a palavra questionário por entrevista; texto repetitivo foi retirado; e também foi retirada a colocação sobre patrocinador (uma vez que é financiamento próprio).

Recomendações:

Este CEP recomenda, no TCLE, ampliar a coloquialidade do trecho "Este estudo tem por objetivo analisar a teoria de não-lugar...", pois o conceito não-lugar pode não ser de simples entendimento para o participante. Exemplo: "Este estudo tem por objetivo entender o significado do espaço do mercado de Taubaté como...". Ainda no TCLE, como o código varia para cada participante (E1, E2, E3...), não preencher o espaço previamente.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Este CEP considera o projeto aprovado, tendo sido sanadas as pendências anteriormente indicadas.

Considerações Finais a critério do CEP:

O CEP-Univap alerta que, segundo a Resolução 466/12 (item XI), cabe ao pesquisador "elaborar e apresentar os relatórios parciais e final", sendo esta uma responsabilidade "indelével e indeclinável e compreende os aspectos éticos e legais". A Resolução 510/16, no art. 28, V, reforça que cabe ao pesquisador "apresentar no relatório final que o projeto foi desenvolvido conforme delineado, justificando, quando ocorridas, a sua mudança ou interrupção."

Segundo a carta circular n. 0226/CONEP/CNS, de 2010, o relatório final deve incluir:

- Dados do projeto: Registro CONEP e
- Título do Projeto e Dados dos participantes: total de participantes recrutados, incluídos, selecionados, excluídos, retirados/descontinuados, concluintes (em cada centro, se for o caso, e no total). Ocorrendo participantes retirados/descontinuados, indicar principais razões disto. Ocorrendo "eventos sérios", indicar as condutas adotadas. Se houve pedido de indenização por danos causados por este estudo, indicar qual o dano e conduta tomada.

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

SAO JOSE DOS CAMPOS, 18 de Maio de 2020

Assinado por:
Mauricio Martins Alves
(Coordenador(a))

ANEXO IV - SESSÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DA INTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TAUBATÉ”

Sobre a revisão do contrato para a construção de um novo mercado. Na ordem do dia, a comissão de obras públicas apresentou as bases do contrato, a saber:

Art.1. ° Os abaixo-assinados obrigam-se pelo presente contrato a construir, por sua conta, no Largo do Dr. Paula Toledo, um mercado segundo a planta que apresentam com todas as obras necessárias aos detalhes da mesma planta do edifício;

Art.2. ° A Municipalidade dará o terreno que possui no dito Largo, e a Empresa se obriga a desapropriar toda a linha de prédios, a partir do atual Barracão até a Rua Coronel Jordão;

Art.3. ° O novo mercado terá cinquenta e sete metros de frente e trinta e nove metros e quarenta centímetros de lado com a mesma arquitetura correspondente às suas quatro faces; ao fundo passará uma rua de dezesseis metros de largura, arborizada, e, depois desta rua, seguirá um barracão de ferro coberto com telha francesa com bom ar, luz e extremamente ventilado, e cuja medição será igual ao mesmo espaço ocupado pelo Novo Mercado, menos na altura, que será de cinco metros de parede; depois nova rua de 16 metros, arborizada também, e além desta até o riacho a Empresa fará o que julgar conveniente sobre o terreno que sobra;

Art.4. ° O novo Mercado será colocado bem ao centro das duas ruas laterais que, hoje, isolam a Praça do Dr. Paula Toledo, sendo os espaços em todos os lados arborizados, e a Empresa poderá colocar aqui quiosques ou qualquer outra coisa, mas que, em nada, sobreie a perspectiva geral daquele edifício, e, no riacho fará a continuação do paredão de tijolo a ligar a obra já começada, o que é de necessidade para completo nivelamento de todo o terreno;

Art. 5. ° O novo Mercado terá por toda a parte água necessária para a sua máxima limpeza, todos os melhoramentos higiênicos, compartimentos frigoríficos, etc, enfim, o que for necessário ao clima de Taubaté;

Art. 6. ° Onde venderem carnes verdes, peixes e similares, as exposições serão sobre mármore;

Art. 7. ° A construção e instalação do Mercado deve ser feita com intervenção da Comissão de Obras Públicas da Municipalidade, a qual sujeitará à aprovação da

Intendência todas as modificações que julgar convenientes introduzir nos planos das concessionárias em benefício da cidade, mas sem tocar no plano geral do edifício;

Art.8. ° A Municipalidade terá o direito, sem compromisso algum por sua parte, de exigir da Empresa, durante o tempo de sua concessão, introduzir no Mercado e suas dependências, todas as reformas que os progressos da ciência e higiene aconselharem;

Art.9. ° Será construído em primeiro lugar o barracão de ferro para poder servir na falta do atual barracão;

Art. 10 As obras principiaram seis meses depois da assinatura deste contrato e serão acabadas nos vinte e quatro meses seguintes;

Art. 11 Tudo será feito sem ônus algum para os cofres municipais, inclusive o alinhamento da rua lateral a partir de prédios de Carlos Adolfo Leonardo;

Art. 12 A Municipalidade por sua vez cede, em compensação, à Empresa as seguintes regalias: no raio de quatro quilômetros a todos os ventos, não se permite vender, a varejo, sendo nas dependências do novo Mercado o seguinte: carnes verdes ou salgadas de todas as qualidades; peixes frescos ou salgados; frutas, verduras ou similares; cereais do país e similares, a menos que os contraventores paguem à Empresa o imposto relativo municipal quando venderem no raio dos quatro quilômetros os gêneros descritos acima; e a Empresa poderá permitir aos negociantes do Mercado terem veículos apropriados à distribuição destes artigos, e os contraventores pagarão à Empresa a multa de cinco mil réis a vinte mil réis até se harmonizarem com a mesma Empresa: a Municipalidade cede mais os impostos municipais sobre cevados, açougues e fumo em rolo no raio dos quatro quilômetros, e sobre quiosques e botequins, quando estes estiverem nas dependências do novo Mercado, isto é, em terreno beneficiado pela Empresa;

Art. 13 A Empresa só poderá cobrar no barracão levantado no fundo do novo Mercado, um pequeno imposto dos expositores, que se denominará Imposto de sombra e será por qualquer gênero similar de verduras, frutas, ovos, aves, cereais e peixes salgados até cinquenta quilos, cobrará cem réis; de 50 kg a 100 kg, duzentos réis; de 100 kg a 200 kg, trezentos réis; de 300 kg a 500 kg, quinhentos réis; de 500 kg a 1000 kg, mil réis; daqui para cima poderá haver contrato entre expositores e a Empresa, e este imposto é no diário da exposição;

Art. 14 A Empresa dará à Municipalidade dez por cento (10%) da sua renda bruta e pagará dois Fiscais de nomeação municipal;

Art. 15 No Mercado novo haverá mesas de mármore para a exposição de peixes frescos, e a Empresa não poderá cobrar mais que cinco por cento (5%) *ad valorem* de cada expositor;

Art. 16 Este contrato durará quarenta anos a contar do dia da inauguração do Mercado ao serviço público;

Art. 17 Ao concluir-se este contrato o estabelecimento com todas as suas dependências, em perfeito estado de conservação, passará a ser propriedade da Municipalidade sem despesa alguma de sua parte;

Art. 18 As faltas ao disposto nos artigos anteriores serão punidas com duzentos mil réis de multa por dia, sem prejuízo de ação judicial, caso tenha lugar, seja por reparação no estabelecimento ou por entrega da escrituração;

Art. 19 Os impostos do Mercado e demais dependências e direito de senhorio que correspondam à Empresa concessionária serão percebidos por ela e válidos desde que os recibos e talões destes sejam rubricados pela Municipalidade, e na prestação de contas serão mensalmente entregues à Municipalidade os talões com a respectiva quota de dez por cento (10%) sobre a total importância;

Art. 20 A Municipalidade obriga-se a não suprimir e nem diminuir os impostos e tarifas aprovadas, enquanto durar a concessão;

Art. 21 A Municipalidade compromete-se a não autorizar a construção de outros mercados durante o tempo que durar este contrato e se algum for requerido pela necessidade pública, esta Empresa será preferível em igualdade de condições;

Art. 22 A venda no Mercado e as horas em que estará aberto, serão aquelas habituais do comércio, ou conforme o entender a Municipalidade a bem do serviço público;

Art. 23 O Mercado, objeto deste contrato, não estará sujeito a nenhum imposto municipal criado e por criar;

Art. 24 A Municipalidade terá direito de intervir sempre que julgar oportuno e necessário na arrecadação dos impostos, nos livros da Empresa, examinando a escrituração, sendo obrigação da Empresa facilitar estes meios, toda a vez que lhe seja exigido;

Art. 25 Em casos de guerra ou força maior serão levados em consideração estes fatos pela Municipalidade, para apreciação das faltas que possam dar-se por parte da Empresa;

Art. 26 Toda a sua interpretação entre a Municipalidade e a Empresa concessionária deste contrato será resolvida por árbitros nomeados por uma e outra parte, e um terceiro nomeado pelas duas para desempatar, sendo a sua decisão inapelável;

Art. 27 A Empresa concessionária poderá transferir esta concessão à outra Empresa ou a particulares, toda a vez que se comprometam a cumprir estritamente os artigos anteriores perante à Municipalidade;

Art. 28 Noventa dias depois da assinatura deste contrato a Empresa entrará para os cofres municipais com a quantia de dez contos de réis (10:000\$000) como garantia do mesmo contrato - quantia que será entregue no final de todas as obras - salvo irregularidades feitas pela Empresa no dito contrato em qualquer dos seus artigos, neste caso sofrerá a multa do artigo 18. até sanar essas irregularidades, deduzida daquela quantia;

Art. 29 Os concessionários darão, no andar superior e em uma de suas frentes, à escolha da Municipalidade, salas ou cômodos suficientes para os trabalhos municipais, no caso de assim o entender a Municipalidade;

Art. 30 Se no prazo determinado por este contrato não forem as obras principiadas a garantia do artigo 28. pertencerá à Municipalidade, e se a cláusula da exibição da garantia do mesmo artigo não for satisfeita no seu prazo ficará sem valor todo este contrato.

Terminada a leitura das bases do contrato acima transcrito, e postas em discussão e em votação, foram aprovadas pela Intendência e aceitas pelos proponentes; e em seguida foi lida a indicação seguinte que foi aprovada:

INDICAÇÃO - Indicamos que a assinatura do contrato para a construção do novo Mercado seja feita por parte da Intendência pelos cidadãos Presidente e José Ramos Ortiz. Sala das sessões, 16 de janeiro de 1892. Carneiro de Sousa, John Tindal, Laurindo Ferreira de Oliveira (ORTIZ, 1999, p. 158 a 162).