

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEMÓRIA SOCIAL

KELINE SOUSA COIMBRA

“TUDO É MERCADO”: MEMÓRIAS E PERCEPÇÕES NA REQUALIFICAÇÃO DO
MERCADO CENTRAL SÃO JOSÉ DE TERESINA/PI

RIO DE JANEIRO

2020

KELINE SOUSA COIMBRA

TUDO É MERCADO: MEMÓRIAS E PERCEPÇÕES NA REQUALIFICAÇÃO DO
MERCADO CENTRAL SÃO JOSÉ DE TERESINA/PI

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Memória Social.

Linha de pesquisa: Memória e Patrimônio

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Amália Silva Alves de Oliveira

RIO DE JANEIRO

2020

Catálogo informatizado pelo(a) autor(a)

S679 Sousa Coimbra, Keline
"Tudo é mercado": memórias e percepções na
requalificação do Mercado Central São José de
Teresina/PI / Keline Sousa Coimbra. -- Rio de
Janeiro, 2020.
192

Orientador: Maria Amália Silva Alves de Oliveira.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do
Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação
em Memória Social, 2020.

1. Identidades. 2. Memórias. 3. Políticas
Públicas. 4. Turismo. 5. Patrimônio Cultural. I.
Silva Alves de Oliveira, Maria Amália, orient. II.
Título.

KELINE SOUSA COIMBRA

“TUDO É MERCADO”: MEMÓRIAS E PERCEPÇÕES NA REQUALIFICAÇÃO DO
MERCADO CENTRAL SÃO JOSÉ DE TERESINA/PI

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Memória Social.

Aprovada em _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Maria Amália Silva Alves de Oliveira (Orientadora)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)

Prof^ª. Dr^ª. Camila Maria dos Santos Moraes
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)

Prof^ª. Dra^a Nina Pinheiro Bitar
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

AGRADECIMENTOS

Minha profunda e eterna gratidão ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (PPGMS – UNIRIO) por ter aberto às portas para mim e pela agradável acolhida, permitindo a concretização desse sonho. Pela bolsa oferecida pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES que viabilizou a minha estada no Rio de Janeiro e o investimento em cursos, eventos e materiais. Meu respeito e carinho a cada docente, colaborador, colega, e ao coordenador na época, Francisco Farias, pela convivência, atenção e troca de experiências. Jamais irei esquecer essa passagem e levarei cada momento vivido ali por toda minha trajetória profissional e acadêmica.

À doce e competentíssima professora Maria Amália Oliveira, pela orientação, por toda a paciência e disponibilidade, mesmo quando eu falhava, e por ter acolhido o meu projeto, oferecendo todo o suporte necessário para que eu conseguisse seguir adiante, mesmo diante das minhas fragilidades e minha pouca bagagem acadêmica. Estou certa que o nosso programa não poderia ter melhor representante nesse momento do que ela.

A cada pessoa e profissional que me apresentou com histórias, informações e memórias sobre o Mercado Central durante o desenvolvimento desse trabalho.

Por fim, agradeço e dedico esse trabalho aos meus pais, Miriam e Carlos, cujo amor incondicional e apoio emocional e financeiro foram indispensáveis em cada passo dessa empreitada. À minha irmã Kelita, pelo exemplo de determinação e esforço, e meu cunhado Leonardo Santana, que foram minhas pontes no Rio de Janeiro durante o processo seletivo, e por toda motivação, companhia e conselhos. Sem vocês quatro, nada disso teria sido possível e eu nunca vou conseguir retribuir o suficiente tudo que vocês têm feito por mim.

A Deus, que atendeu aos desejos do meu coração e colocou-me em lugares altos. Essa fé é o que tem tornado a minha caminhada mais aprazível, pois como minha mãe costuma dizer, a fé é a certeza daquilo que esperamos e a prova das coisas que não vemos.

RESUMO

O Mercado São José, também conhecido como Mercado Central, desde a sua fundação, que acompanhou o estruturamento de Teresina como nova capital do Piauí, consolidou-se como principal referência comercial popular da cidade, entrelaçando-se às práticas e elementos mais significativos do seu cotidiano. Entre as bancas divididas na construção principal e em seus anexos, que formam uma grande feira envolvendo um quarteirão em pleno núcleo do centro histórico e comercial da capital, encontra-se uma grande variedade de produtos à venda, expressos por diferentes aromas, cores e materiais que emolduram o espaço e sintetizam práticas e elementos que integram a cultura teresinense. Embora sua função principal de abastecimento da cidade já tenha sido superada, o epíteto de Mercado Central ainda se justifica, para além da sua localização, pela grande quantidade de transeuntes e turistas que diariamente percorrem seus corredores e que tem este local por referência cultural, o que motivou o surgimento da proposta de reabilitá-lo com o intuito de consolidá-lo como atrativo turístico, a qual se enquadra na esteira de ações e políticas públicas direcionadas ao desenvolvimento econômico e social da cidade a partir da perspectiva da sustentabilidade. Assim, entendendo que processos de turistificação e patrimonialização envolvem a seleção de memórias, gerando iluminamentos e silenciamentos, bem como envolvem a construção e afirmação de identidades, tomamos este espaço como objeto de estudo, tendo por objetivo neste trabalho explorar a ressignificação e as novas configurações do Mercado Central produzidas através da execução do seu projeto de requalificação, visando abordar os desdobramentos desse processo com e sobre a memória e as identidades locais, respectivamente, partindo da perspectiva dos profissionais que atuam nesse local. Investigando a trajetória desse espaço no tempo, analisamos as narrativas e discursos relacionados a ele até o momento em que alcança a fase de turistificação proposta pelo projeto de requalificação, circunscrevendo sua biografia cultural. Dessa forma, aliamos como ferramenta metodológica o trabalho em campo, partindo de uma orientação etnográfica, à análise documental do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS municipal que sugeriu e orientou a requalificação do Mercado.

Palavras-chave: Mercado Central de Teresina. Identidades. Memória. Políticas Públicas. Turismo.

ABSTRACT

São José Market, also known as Central Market, since its establishment which accompanied the organization of Teresina as Piauí's new capital city has consolidated as the main reference of popular commerce in the city, interlacing to the most significant practices and elements of its daily routine. Among the stalls divided along the main building and its attachments that form a great fair covering a block on the core of the historic and commercial center, it's possible to find a large variety of products for sale, expressed for different smells, colors and materials that frame this space and synthesize the practices and elements which compose Teresina's culture. Although its function as main city's supply provider has been overcome, the Central Market epithet still is justified, not only for its geographic location, but also for the huge amount of passers-by and tourists that go through its aisles on a daily basis and consider this place as a cultural reference, what motivated a project that proposed its rehabilitation as a tourist attraction, taking part in the set of actions and public policies directed to economic and social development of the city, from a sustainable perspective. Thereby, perceiving that touristification and patrimonialization processes involve the selection of memories either illuminating or silencing them, as well as building and affirming identities, we take this place as our study object, intending to focus on the ressignification and new configurations of Central Market produced by the execution of the requalification project the place underwent recently, and to analyze how this processes has interfered in local's memories and identities, from the perspective of the professionals who work in this place. Investigating its trajectory through the time, we also explored the narratives and discourses made up about this Market until the moment when it reaches its touristic phase, circumscribing its cultural biography. Thus, we employed for method the field research, based on a ethnographic perspective, and the documentary analysis of the municipal Integrated Development Plan for Sustainable Tourism which suggested and oriented Central Market requalification.

Keywords: Teresina's Central Market. Cultural Identities. Memory. Public Policies. Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização do Mercado no centro de Teresina.	51
Figura 2 - Nessa imagem de satélite em 3D, é possível ver os diferentes anexos [...].	58
Figura 3 - Antiga Praça da Constituição, atual Praça da Bandeira em 1910 [...]	99
Figura 4 - O mercado público de Teresina em suas características originais.	100
Figura 5 - Fachada principal do Mercado em 1910.	103
Figura 6 - O Mercado Público de Teresina.	103
Figura 7 - Nova entrada do Mercado Central com o título em destaque [...]	109
Figura 8 - Curiosos observam o Mercado após incêndio, em 1987.	110
Figura 9 - Edificação mais antiga do Mercado descaracterizada, antes da reforma.	118

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Escolhas dos transeuntes e visitantes da região da Praça da Bandeira [...]	39
---	----

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Condições da estrutura e dos equipamentos utilizados para a comercialização de carne no setor destinado a este fim.	41
Imagem 2 - Movimentação de pessoas próximo ao Mercado. Observa-se que parte da fachada estava envolta em tapumes em função da reforma.....	42
Imagem 3 - Enquanto a reforma era realizada, os vendedores ambulantes e mototáxis que atuavam no entorno continuaram a exercer suas atividades. Observa-se os tapumes que envolviam o local sendo usados para a exposição de mercadorias.	42
Imagem 4 - Fachada da edificação principal do Mercado durante as etapas finais da reforma.	44
Imagem 5 - Trecho da rua Firmino Pires conhecido como feira dos pássaros.	50
Imagem 6 - Banca com temperos e produtos regionais.	52
Imagem 7 - Carrinhos e bancas de vendedores ambulantes durante uma forte chuva.	59
Imagem 8 - Movimentação de ambulantes e passageiros no final da tarde próximo	60
Imagem 9 – Ponto de mototáxi em frente ao Mercado. Ao fundo, pode-se observar um profissional sentado, consumindo uma refeição, enquanto os colegas ficam próximos às suas motos.	63
Imagem 10 - Feirante selecionando pimentas próximo a sua banca.	65
Imagem 11 – Artesão talhando uma peça em madeira em frente ao seu box na parte reformada.....	67
Imagem 12 - Entrada do Restaurante Popular.	72
Imagem 13 - Setor de frigorífico do Mercado.	73

Imagem 14- Espaço onde ficavam as lojas de artesanato antes da mudança.	75
Imagem 15 - Setor de produtos rurais e ferramentas.	77
Imagem 16- Indumentária de vaqueiro em couro: visitantes podem fotografar com a mesma mediante o pagamento de uma taxa.	77
Imagem 17- Homens à mesa de um bar. Ao fundo é possível ver as paredes da edificação original reformada.	78
Imagem 18- Alimentos a granel à venda.	79
Imagem 19 - Cômodos e bancas vazias.	80
Imagem 20 - Praça de alimentação no segundo piso.	86
Imagem 21- Edificação principal do Mercado após ser reformada.	87
Imagem 22 - Sr. Simplício sentado próximo ao seu estabelecimento na entrada do Mercado.	90
Imagem 23 - Placa em banheiro da parte reformada.	91
Imagem 24- Arte santeira de São José próxima à entrada do Mercado.	92
Imagem 25- Parte da alvenaria original exposta.	93
Imagem 26- Produtos expostos nos corredores.	94
Imagem 27- 1 – Cachaças artesanais. 2 – Lembranças turísticas. 3 – Panelas e vasos em cerâmica. 4 – Artesanato em MDF.	95
Imagem 28 - 1- Memorial do Mercado. 2- Ferramentas e materiais encontrados durante a reforma.	97
Imagem 29- Sacos plásticos com água em exposição que fazia referência aos rios da cidade.	99
Imagem 30- Memorial e galeria de artes visuais fechadas para manutenção.	99
Imagem 31- Paredes descascadas. 2 – Poças formadas por águas da chuva que vazam do teto. 3 – Arcos manchados por fezes de pássaros.	101
Imagem 32- Edificação mais antiga do Mercado descaracterizada, antes da reforma.	172

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Descrição do projeto de requalificação do Mercado Central de Teresina [...]	160
Quadro 2 - Descrição das obras requalificação do Mercado Central no conjunto [...]	161

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAT – Centro de Atendimento ao Turista

CEASA – Central de Abastecimento de Frutas e Verduras

CEPRO – Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí

CRC – Coordenação de Registro e Conservação

FMC – Fundação Municipal de Cultura Monsenhor Chaves

FUNDAC – Fundação Cultural do Piauí

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

PDITS – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável

PRODETUR – Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo

SDU – Secretaria de Desenvolvimento Urbano

SECULT – Secretaria de Cultura do Piauí

SEMDEC – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo

SEMPPLAN – Secretaria Municipal de Planejamento e Coordenação

SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
2 APONTAMENTOS PARA UM OLHAR ETNOGRÁFICO SOBRE O MERCADO CENTRAL	22
2.1 O FAZER ETNOGRÁFICO COMO METODOLOGIA DE PESQUISA	25
2.2 TURISMO E ANTROPOLOGIA: APROXIMAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES	29
2.3 O ESTRANHAMENTO E O OLHAR NATIVO NO FAZER ETNOGRÁFICO	32
2.4 MEMÓRIAS E VIVÊNCIAS NO CORAÇÃO DA CIDADE	36
3 “TUDO É MERCADO”: COMÉRCIO E COTIDIANO NO MERCADO CENTRAL	47
3.1 A FACE DE QUEM FAZ O MERCADO	53
3.1.1. Camelôs, lojistas e vendedores ambulantes	56
3.1.2 Os mototaxistas	61
3.1.3 Os feirantes	63
3.1.4 Os permissionários	65
3.2 O MERCADÃO E SEUS ANEXOS	68
3.3 “MUDE O QUE MUDAR, ALI SERÁ SEMPRE O MERCADO VELHO”	86
4 CONSTRUINDO UM ATRATIVO: O PROCESSO DE REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO CENTRAL	103
4.1 A MEMÓRIA NA PÓS-MODERNIDADE NO ÂMBITO DOS ESPAÇOS URBANOS	104
4.2 TERESINA: A CIDADE, SEU PATRIMÔNIO E SUA MEMÓRIA	109
4.3 O TURISMO E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES	120
4.4 O PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL: PERSPECTIVAS E AÇÕES	127
5 TRAJETÓRIAS NO TEMPO E NO ESPAÇO	143
5.1 VÁRIOS NOMES, UM ÚNICO MERCADO	147
5.2 O MERCADO ENQUANTO PATRIMÔNIO: PERCEPÇÕES E PROCESSOS	165
5.3 “O RECENTE É VELHO E O ANTIGO É NOVO”: A ATUAL FASE DO MERCADO	171
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	178
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	185

INTRODUÇÃO

A interação e os efeitos do turismo em relação ao espaço, bem como os processos de patrimonialização têm contribuído para a ressignificação de locais, até então considerados rotineiros, em atrativos turísticos. Para além da clara pretensão econômica inerente a esses processos a partir do desenvolvimento do turismo, encontra-se também a intenção de, através de tais ações, promover a preservação e valorização de bens culturais e práticas consideradas referenciais à memória e identidade local.

Os mercados públicos, por sua vez, em face de sua diversidade e enquanto palco de sociabilidades, vêm se destacando como alvo de novas configurações para atender ao consumo dessa atividade. Originalmente designados para o abastecimento das cidades e satisfação das necessidades de seus moradores, essa função se ampliou na medida em que o fenômeno da troca inspirou às mais diversas formas de interação social (LOPES e VASCONCELLOS, 2010). Ao serem percebidos como locais populares, onde os processos de socialização e as práticas do cotidiano citadino se fazem mais claramente visíveis, esses espaços passaram a atrair visitantes e turistas, interessados em conhecer e vivenciar experiências que lhe revelem o que há de mais característico na localidade visitada.

Em contrapartida, projetos de patrimonialização e turistificação direcionados a esses espaços se multiplicaram, visando qualificá-los como oferta para atender à crescente demanda turística por atrativos de caráter cultural. Esse processo, contudo, incita algumas discussões no que tange aos interesses e à apropriação de memórias e construção de identidades, visando a turistificação, bem como os seus desdobramentos nos grupos sociais que estão relacionados.

Nesse sentido, voltamos o olhar para a cidade de Teresina, capital do Estado do Piauí, e seu principal e mais antigo mercado público. O Mercado São José, popularmente designado como Mercado Central, é atualmente composto por um conjunto de edificações públicas, cuja construção mais antiga foi instituída em meados de 1854, logo nos primeiros anos da fundação de Teresina como nova capital da então província do Piauí. Com a sua fundação, estabeleceu-se como principal referência comercial popular da cidade, tornando-se uma grande feira, tanto por sua tipologia arquitetônica, como por sua funcionalidade.

Inicialmente construído com o propósito de centralizar o comércio de carne da cidade, a diversidade de produtos ali comercializados se expandiu, expressando também a variedade

da produção regional, passando-se a ofertar desde gêneros alimentícios de primeira necessidade a produtos bastante específicos, além de artesanato, muitos dos quais produzidos com matéria prima encontrada na própria região. Com efeito, passou a se constituir como um local característico da cidade e da sua vida cultural, atraindo visitantes e compradores de localidades vizinhas, principalmente do interior do Piauí, e regiões próximas. Conseqüentemente, tornou-se também referência para turistas de várias partes do Brasil e do mundo, em busca de produtos “da terra”, ou seja, aqueles que envolveriam as características mais particulares do local, e artesanato.

Apesar da notável importância que conservou como mais antigo e tradicional centro comercial da cidade, status de referência este que apesar da construção de outros mercados conseguiu conservar (DOBAL, 1992), o Mercado, seus feirantes e a maior parte de seus frequentadores eram vistos como integrantes de um universo social que historicamente esteve associado à pobreza, insalubridade e a práticas que iam contra os preceitos urbanísticos e as condutas estabelecidas pelos grupos hegemônicos da cidade e pelo próprio poder público.

Esse cenário se ampliou na medida em que estabelecimentos mais modernos e em áreas consideradas nobres foram surgindo, tais como shopping centers. Com efeito, o Mercado ficou marginalizado e negligenciado por parte de ações públicas que só alcançavam determinados espaços e grupos citadinos, bem como as memórias a ele relacionadas costumavam ser silenciadas em discursos oficiais, restringindo-se à transmissão entre os próprios grupos que dele faziam parte.

Ao longo dos anos sua imagem se viu diretamente atrelada e reduzida aos problemas estruturais e de higiene enfrentados há tempos pelo espaço, constantemente destacados pelos discursos oficiais, e que nunca foram totalmente resolvidos, mesmo diante das sucessivas intervenções que sofreu, muitas das quais também contribuíram para sua descaracterização. Pode-se dizer que a continuidade do Mercado se converteu numa forma de resistência de permissionários e feirantes, no que diz respeito à manutenção das atividades e práticas ali realizadas e que, a despeito das condições de trabalho as quais estavam submetidos, as mantiveram vivas ao curso do tempo, alguns dos quais herdando o ofício ou transmitindo-o a outras gerações.

Um projeto, contudo, marca um outro momento na vida desse espaço e sua inserção em um novo contexto que o traria ao foco do conjunto de intervenções urbanas e ações direcionadas ao desenvolvimento da atividade turística pretendidas para a cidade, à

requalificação urbana da região central, assim como a seleção de bens culturais e memórias que se relacionariam à construção de uma identidade cultural e turística de Teresina.

Inicialmente anunciado em 2010, o projeto propôs uma intervenção na estrutura física do local, através de uma reforma que contemplaria todos os seus setores, visando a melhoria das suas condições e a estruturação do espaço para melhor acomodar permissionários, mas, principalmente, tornando-o atrativo para visitantes, ao reconhecê-lo como possuidor de potencial turístico. A proposta seria documentada e estabelecida como objetivo no âmbito do direcionamento de ações voltadas para o desenvolvimento turístico municipal pelo Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS.

Nesse documento, por sua vez, esse conjunto de ações foi denominado como “requalificação do Mercado Central”. O emprego desse termo, no entanto, não foi explicado ou justificado no Plano do ponto de vista teórico, mas fica subentendido no mesmo que ele faz referência ao conjunto de intervenções necessárias para a qualificação e instituição do local como espaço de eventos e atrativo turístico, inserido em um contexto geral que sugeria a estruturação e implementação de equipamentos turísticos na cidade, visando a dinamização da oferta turística, assim como a definição de uma imagem de Teresina enquanto destino no cenário turístico regional e nacional. Entre os resultados e impactos previstos com a execução de tal projeto, segundo o documento, foram identificados apenas aspectos positivos, tais como a valorização do patrimônio cultural, a geração de emprego e renda e a elevação no nível de satisfação dos turistas.

O início da execução desse projeto se deu no ano de 2013, quando se iniciaram as obras de reforma que priorizaram a edificação mais antiga do Mercado, na qual se concentrava o setor de artesanato. O local, antes da referida ação, embora tenha se consolidado pela comercialização de artesanato e produtos regionais, sendo bastante procurado por essa razão, e ainda por se inserir no núcleo histórico da cidade sob a influência de outras edificações de interesse cultural e turístico, via-se excluído ou pouco especificado nos principais roteiros turísticos, dos quais elaborados pelos próprios órgãos públicos, a exemplo do mapa turístico e no guia de Teresina daquele ano distribuído em hotéis e agências de viagem, no qual a existência do Mercado sequer é registrada entre os atrativos da cidade. Essas ações contribuíram para reduzir seu conhecimento apenas a moradores da região ou visitantes que já tinham conhecimento prévio sobre o local por meio de outras fontes. Do mesmo modo, isto também se aplicava a seus comerciantes, apesar de atenderem eventualmente turistas e direcionarem oferta de produtos a esse público.

Essa situação foi resultado, lançamos a hipótese, de uma combinação de fatores, dentre os quais: o estado precário em que sua estrutura física se encontrava e pelos já conhecidos problemas sanitários; a ausência de acessibilidade; pelo próprio estado de marginalização em que o Mercado muitas vezes se via, favorecido por problemas sociais recorrentes em seu entorno, como a carência de segurança pública, tráfico de entorpecentes, venda de mercadorias roubadas e a prostituição; e, apesar de se tratar de um bem cultural, a descaracterização que sofreu e que desproveu-lhe de características monumentais ou estéticas, de acordo com as considerações hegemônicas acerca do patrimônio material.

O mesmo se deu em relação ao seu próprio reconhecimento enquanto patrimônio cultural a nível oficial, uma vez que o local não é oficialmente registrado como patrimônio cultural do Estado do Piauí ou recebera atenção por parte do poder público no que diz respeito a essa questão. Evidencia-se esse fato na sua ausência quanto à inserção em mecanismos oficiais de proteção por parte dos principais órgãos, tais como a Lista de Bens Tombados do Piauí da Fundação Cultural do Piauí – FUNDAC (2009) e da de Bens Tombados e Processos de Tombamento do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (2017).

O PDITS, por sua vez, chama à atenção quanto às deficiências na promoção de Teresina em função da ausência de uma identidade própria enquanto destino turístico. A justificativa se daria em razão do fato da cidade ser considerada apenas portão de entrada do Estado, este, de acordo com o documento, já possuindo uma imagem consolidada, e também devido à carência de estrutura e planejamento que ofereçam suporte para a consolidação de tal identidade. Soma-se ainda a observância da potencialidade de Teresina para o desenvolvimento de segmentos turísticos, como o turismo cultural. Entretanto, apesar do patrimônio cultural existente na cidade, afirmou-se no mesmo documento que um dos impedimentos para tal empreendimento também estaria relacionado ao fato de não haverem expressões ou bens culturais excepcionais da localidade, ou que tivessem apelo a nível nacional.

Esta constatação, todavia, não é um caso isolado no que tange ao legado cultural de Teresina, mas dá continuidade a uma narrativa, a maioria das vezes em tom pessimista, no que diz respeito ao zelo da cidade com seu patrimônio, e que têm sido alimentada por cronistas e escritores que descreveram a capital piauiense no último século, com efeito, contribuindo para a formulação de uma imagem de cidade que ao poucos apaga sua própria

memória em detrimento de revitalizações urbanas progressistas e de especulações comerciais e imobiliárias.

A exemplo do que foi exposto, a tendência de turistificação e patrimonialização, recortando e iluminando bens culturais que costumavam ser marginalizados das políticas oficiais, mais do que uma possibilidade de desenvolvimento e geração de recursos por meio do turismo, por exemplo, relaciona-se com a questão da identidade ao se inserir também num contexto de busca por diferenciação que costuma ser orientada por dois principais propósitos: a diferenciação como destino turístico, evidenciando práticas e bens culturais característicos da cidade que possam despertar curiosidade e, conseqüentemente, atratividade de pessoas; e, num contexto mais amplo, a busca e valorização de uma identidade própria, ambicionada diante do cenário padronizado experimentado na pós-modernidade, no qual a cultura é cada vez mais propagada e assimilada, facilitada pelo processo de globalização, e as rápidas transformações espaciais e sociais vivenciadas nos centros urbanos que ameaçam o que se encontra fora dessa lógica. Esta busca, por sua vez, está relacionada com a necessidade de que:

Manter alguma identidade parece ser essencial para que as pessoas se sintam seguras, unidas (...) a costumes e hábitos que lhes deem segurança, que lhes informem de onde vêm; enfim, para que as pessoas não se percam no turbilhão de informações, mudanças repentinas e quantidade de estímulos que o mundo atual oferece. (BARRETTO, 2007, p.97)

Concordando com Meneses (2009), entendemos, pois, que o valor e os significados do patrimônio não são intrínsecos, isto é, obedientemente embutidos nas coisas em si, mas são sentidos e significações que estão inseridos nas práticas sociais. Assim, podemos compreendê-los enquanto bens:

[...] cujas propriedades, derivadas de sua natureza material, são seletivamente mobilizados pelas sociedades, grupos sociais, comunidades, para socializar, operar e fazer agir suas ideias, crenças, afetos, seus significados, expectativas, juízos, critérios, normas, etc., etc. – e, em suma, seus valores (MENESES, 2009, p.32).

Assim, o trabalho proposto tem por objetivo analisar esse processo de intervenções os quais o Mercado Central de Teresina foi objeto, desde a orientação especificada no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável municipal, e que fora intitulada como requalificação. Para alcançarmos tal finalidade, por sua vez, seguimos os seguintes objetivos específicos: delinear as narrativas construídas acerca do Mercado e as fases por ele vivenciadas ao longo da sua trajetória até chegar ao momento atual, observando o papel que

este tem ocupado no espaço e na vida social teresinense. Nesse sentido, objetivamos ainda refletir acerca dos desdobramentos desse processo no que tange à identidade cultural local, partindo das políticas públicas que balizaram tal processo nesse espaço, atentando aos discursos adotados por elas, bem como seus enquadramentos no que diz respeito às memórias relacionadas a esse espaço.

Para melhor compreender como as questões aqui apresentadas têm ocorrido na prática, por conseguinte, direcionamo-nos aos sujeitos que melhor se relacionam ao Mercado: os próprios comerciantes que o formam. Através da aproximação desse grupo ao longo da evolução do trabalho, procuramos observar como os impactos propiciados pelo processo de requalificação do Mercado ressoaram na sua rotina de trabalho, na organização do espaço e as suas perspectivas em relação a esse projeto, sobretudo no que diz respeito ao acréscimo no número de visitantes e turistas, expectado pelo mesmo.

Meu interesse pessoal pelo tema surge ainda durante a minha graduação em Turismo, no ano de 2015. Ao observar o núcleo histórico de Teresina, composto pela Praça da Bandeira e o conjunto arquitetônico de seu entorno – que inclui o Mercado, e que à época se encontrava em reforma –, sempre me chamou à atenção a aparente falta de ressonância que o local parecia ter junto à população e, por consequência, a baixa atratividade de turistas a essa região, apesar de ser importante parte da memória e da história da cidade e de incluir locais como o principal museu público, a primeira construção da cidade, o templo católico que abriga a Igreja Matriz, e o próprio mercado público. Intrigava-me o interessante contraste, passível de análise, de como o local parecia tão desaperebido, embora ali continuasse a gravitar importantes funções políticas e sociais da cidade, e sua ocupação estritamente vinculada ao funcionamento do comércio, esvaziando-se aos feriados e domingos.

Posteriormente, minha pesquisa revelou que não necessariamente moradores e visitantes da cidade eram completamente indiferentes a esse local, ao contrário, o interesse pareceu existir. No entanto, diversos fatores contribuíram para a situação, dentre as quais razões políticas, urbanas, somadas ao próprio esvaziamento do centro da cidade como um todo, tendo por exemplo eventos e atividades culturais que anteriormente ocupavam as praças públicas e que foram redirecionados para novos espaços, sobretudo privados, e, principalmente, no que diz respeito ao estado de conservação das construções mencionadas.

Ao me deparar com as propostas que resultaram na reforma do Mercado Central e com a própria execução e os resultados que a mesma tem apresentado, as quais sugeriam uma nova direção em relação a essa questão que inicialmente me gerou incômodo, contudo, novas

possibilidades de ressignificação dessa área se descortinaram, seja relacionada a um contexto mais amplo, como a ideia de revitalização e ocupação cultural do Centro de Teresina, expressa em outros instrumentos públicos, seja no que diz respeito à valorização do patrimônio cultural, tendo o turismo como ferramenta.

Em vista desses fatos, consideramos que a construção da pesquisa em apreciação melhor se caracteriza como do tipo qualitativa, considerando uma abordagem teórico-metodológica que pudesse dar conta da dimensão interdisciplinar do estudo. A elaboração se deu principalmente em duas frentes que se relacionaram constantemente, as quais também envolveram a presença em duas cidades diferentes, Rio de Janeiro e Teresina, a saber: a parte teórica, que consistiu na fundamentação teórica, a partir da pesquisa bibliográfica e na análise documental; e a parte que consideramos prática, que incluiu a presença e observação participante no próprio objeto de estudo.

Assim, empregamos a pesquisa bibliográfica para realizar o aporte teórico, o qual intersecciona diferentes campos do conhecimento, como o Patrimônio Cultural, a Memória Social, Identidade e Turismo, e também de áreas como Arquitetura e Urbanismo e Políticas Públicas. Esse método também foi utilizado para melhor conhecer e dar corpo à trajetória do objeto de estudo, mostrando-se como uma das fontes mais ricas e confiáveis de informações sobre o Mercado, apesar da relativa dificuldade, haja vista a escassez de materiais escritos que nos fornecessem pistas sobre o objeto de estudo.

Realizamos, portanto, o levantamento de fotografias, dados, documentos e informações presentes em livros, artigos, revistas e periódicos governamentais coletados em instituições como o Arquivo Público do Piauí, a Fundação Monsenhor Chaves (FMC), além da biblioteca da Casa da Cultura e a Biblioteca Estadual Desembargador Cromwell de Carvalho, relativos à história do Mercado Central, e cuja maioria se tratava de registros e discursos oficiais que nos permitiram observar as perspectivas do poder público e de seus órgãos acerca desse espaço. Realizamos ainda visitas virtuais em *websites*, como o da Prefeitura Municipal de Teresina e da Coordenação de Registro e Conservação da Secretaria de Cultura do Estado do Piauí (CRC/SECULT).

Considerando outras visões sobre o Mercado, na tentativa de delinear eventos e as narrativas construídas sobre ele ao longo dos anos, recorremos também a informações e notícias publicadas em diversos jornais impressos em circulação regionalmente e nacionalmente. Para a realização de tal pesquisa, utilizamos o termo “mercado público” e “Mercado São José”, compreendendo o período desde a década de 1850, período em que se

planejou e iniciou a construção do Mercado, até meados da década de 2000, antes do estabelecimento de outros pontos comerciais populares na área que passaram a concorrer com o local.

Nesta etapa, além de visitas ao acervo de periódicos do Arquivo Público do Piauí, consultamos ainda o acervo da Hemeroteca Digital Brasileira, componente da Biblioteca Nacional Digital do Brasil da Fundação Biblioteca Nacional. Em um segundo momento, consultamos também jornais publicados online e as notícias postadas no site da Prefeitura Municipal de Teresina no período de 2010 a 2017, através de busca simplificada empregando o termo “Mercado Central de Teresina”, “Mercado Velho” e “Mercado São José” no site de pesquisas Google, visando obter informações sobre o período que compreende a reforma do espaço e as expectativas pré e pós reforma.

Recorremos, então, à análise documental do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, editado e publicado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Teresina – SEMDEC no ano de 2010/2011, primeiro documento oficial que faz sugestão da reforma do Mercado visando a estruturação do espaço como atrativo turístico. Como suporte para entender os possíveis contextos em que o documento se relaciona e foi elaborado, lançamos mão ainda de uma breve análise sobre a Lei Municipal Nº 3.558 de 20 de outubro de 2006 que restitui o Plano Diretor de Teresina – Teresina Agenda 2015. Para fins de melhor compreensão, esclarecemos e reforçamos que o uso do termo “requalificação” ao longo desse trabalho, a despeito das diversas discussões teóricas que permeiam este vocábulo, foi empregado de acordo com o sentido exposto em tal documento, fazendo referência ao conjunto de intervenções a serem realizadas no Mercado Central com o objeto de torná-lo propício ao recebimento de turistas.

A fim de colher demais informações que sejam de interesse da pesquisa, visitamos também a Prefeitura Municipal de Teresina, mais especificamente o setor de planejamento deste órgão; a própria SEMDEC, responsável pela elaboração do plano; a Fundação Cultural Monsenhor Chaves (FMC); e a Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SDU), diretório Centro/Norte, sendo todas estas também repartições vinculadas ao governo municipal.

Nessas respectivas instituições, procuramos informações que não fossem estritamente técnicas acerca do PDITS municipal e também da reforma do local. Sem muito sucesso, pois nos deparamos com situações tais como mudança de equipe do período em que o documento foi publicado até o momento presente, no caso da SEMDEC; a maior parte dos documentos, e mesmo o projeto de reforma apresentados pelos funcionários abordados indicados para

tratar do assunto na SDU Centro/Norte incluíam apenas plantas arquitetônicas e de engenharia, portanto, técnicas, que fugiam à nossa compreensão e tampouco atenderiam aos objetivos do trabalho neste momento.

Em uma dessas visitas, encontramos a arquiteta Danielly de Oliveira Bezerra, responsável pelo projeto de reforma que sugeriu a recuperação das características arquitetônicas originais da época da fundação do Mercado, que em uma conversa nos relatou as motivações para a elaboração do projeto, cuja origem se deu a partir do seu trabalho de conclusão de curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo, e, sua posterior apresentação à Prefeitura Municipal de Teresina. A arquiteta, por sua vez, passou a integrar a equipe responsável pela reforma em sua primeira fase, que executaria a proposta expressa em seu projeto.

Por fim, associamos os levantamentos mencionados acima partindo para a pesquisa em campo através da realização de uma observação participante, cujo principal objetivo foi entender as questões norteadoras do trabalho na realidade dos profissionais que compõem o Mercado Central. Partindo das recomendações enumeradas por Valladares, realizamos essa prática aplicando a necessidade de “saber ouvir, escutar, ver, fazer uso de todos os sentidos” (VALLADARES, 2007, p.154). Essa metodologia de trabalho, por sua vez, ofereceu-nos base para a adoção de uma perspectiva etnográfica, cuja escolha entendemos que vai além do mero emprego de uma técnica ou prática de pesquisa, mas de um modo de acercamento, a qual também implica em “uma forma de ver e ouvir, uma maneira de interpretar, uma perspectiva analítica, a própria teoria em ação” (PEIRANO, 2008, p.03).

Através da realização de diversas visitas ao local e aproximação tanto quanto possível da realidade vivenciada naquele espaço, observando e ouvindo relatos de personagens a ele relacionados, atuamos em campo adotando essa perspectiva que possibilitou condições para melhor interpretação e descrição do nosso objeto de estudo, na medida em que a etnografia sugere um “mergulho profundo e prolongado na vida cotidiana desses Outros que queremos apreender e compreender” (URIARTE, 2012, p.04).

Assim, em vista do exposto, estruturamos essa dissertação a partir da organização em quatro principais capítulos. Damos início, no primeiro capítulo, dividido em dois tópicos, introduzindo uma breve explanação sobre a antropologia e seu principal método, a etnografia, escolhido para nortear a pesquisa em campo. Nesse excerto também pontuamos suas aproximações e contribuições para o estudo do turismo.

Destacamos ainda uma breve análise teórica no que diz respeito ao fazer etnográfico por nativos, ou seja, por indivíduos que se inserem no próprio universo em que estão observando, descrevendo a familiarização e o estranhamento com o mesmo, aspecto também importante na realização de um trabalho etnográfico. Acreditamos que pontuar esse tema foi importante na medida que a pesquisadora, por acreditar possuir certa familiaridade e proximidade prévia com o objeto de pesquisa, confrontou-se com questões quanto à influência que essas percepções anteriores poderiam ter sobre o trabalho, de modo que o embasamento teórico acerca do assunto auxiliou no esclarecimento das mesmas.

No último tópico desse capítulo, introduzimos então a descrição da pesquisa de orientação etnográfica realizada no objeto de estudo. Nesse aspecto, destaca-se a forte descrição espacial do local, um dos aspectos que mais chamava à atenção quando do desenvolvimento da pesquisa, bem como dos espaços que compõe o complexo que forma o Mercado Central. Antes de adentrar de fato nas observações quanto às principais questões norteadoras da pesquisa, reunimos ainda informações orais de familiares e amigos sobre o local, a fim de entender as diferentes percepções sobre o mesmo por quem costuma ou costumava usufruí-lo, e as mudanças pelos quais passou ao longo dos anos, de acordo com a memória desses indivíduos.

Estruturado em três tópicos, reunimos no segundo capítulo uma extensa descrição, englobando características espaciais e sociais que compõe o local como um todo. O principal objetivo foi observar a configuração desses aspectos no Mercado na atualidade, atentando para as suas dinâmicas, bem como observando as diferenças e interações estabelecidas entre as partes mais antigas e a parte recém reformada. Do mesmo modo, para analisarmos o turismo no local não direcionamos a nossa análise na abordagem direta ou na mensuração do número de turistas, mas centramos a observação nos próprios permissionários e comerciantes, procurando compreender o seu papel no atingimento dos objetivos propostos no PDITS para o Mercado Central

Pontuamos ainda os principais personagens, ou atores sociais, que nos deparamos durante as visitas. A ênfase, contudo, deu-se no setor alvo da primeira intervenção proposta pelo PDITS e que se encontra completamente reformada. Essas descrições foram fruto de acompanhamentos em campo ao longo de incursões realizadas no local entre os anos de 2018 e 2019, as quais foram norteadas pela ideia de Peirano (2008) que concebe a perspectiva etnográfica para além de apenas um conjunto de descrições, mas um diálogo entre teoria e

pesquisa *in loco*, cuja escrita tem por objetivo a comunicação e convencimento do leitor em relação às experiências vivenciadas.

Seguimos com o *corpus* teórico do trabalho no terceiro capítulo focando nas discussões que motivaram esse processo de ressignificação do Mercado para consolidá-lo como atrativo turístico. Para essa construção, iniciamos traçando o contexto, de uma forma geral, que influenciou essa proposição, e então realizando um recorte na realidade local, no intuito de entender o cenário que contribuiu para a ocorrência de tal processo. Assim, adotando como referencial teórico o pensamento de autores como Andreas Huyssen, Michel Pollak e Maurice Halbwachs, dissertamos brevemente sobre o despontar da memória enquanto fenômeno cultural, especificamente no contexto dos centros urbanos e da valorização do patrimônio.

Nesse excerto, apresentamos ainda uma breve discussão geral acerca do patrimônio cultural e sua relação com a identidade e a memória coletiva. Nesse ponto, pretendemos ainda lançar luz às diversas abordagens no que tange à identidade no contexto da pós-modernidade, seus conflitos e crises, delineando o cenário em que tem se caracterizado uma busca pela memória nos dias atuais e pela reconstrução e afirmação de identidades através de processos de patrimonialização, notadamente nos espaços urbanos.

Direcionamo-nos também à realidade de Teresina, descrevendo um histórico conciso da relação da cidade com sua memória, incluindo as políticas públicas direcionadas ao campo do patrimônio cultural. Ademais, tomando por parâmetro o cenário geral, observamos o atual papel do patrimônio e da memória no âmbito da construção e afirmação de suas identidades culturais, a partir da perspectiva do turismo. Debruçamo-nos, então, na análise das políticas públicas de desenvolvimento turístico e sustentável presentes nos documentos oficiais da Prefeitura Municipal de Teresina, e cujos objetivos vão ao encontro de ações de cunho patrimoniais, culturais e turísticas que incluíam o Mercado e a região do núcleo histórico da cidade, no qual este se encontra.

Os instrumentos em análise foram os desenvolvidos a partir da instituição do Plano de Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2015, promulgado pela Lei Municipal nº 3.151 de 23 de dezembro de 2002 e restituído através da Lei Municipal nº 3.558 de 20 de outubro de 2006. Nossa principal ferramenta de análise, contudo, é o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, lançado no ano de 2011. Aqui, observamos como os objetivos propostos para o local nesses documentos têm sido colocados em perspectiva e alcançados através da formulação e execução do Projeto de Requalificação do Mercado Central, apresentado neste instrumento e cuja primeira etapa se iniciou no ano de 2013.

No último capítulo, discorremos sobre a biografia do Mercado Central e as diferentes narrativas construídas a seu respeito ao longo do tempo. Traçamos, assim, a sua trajetória e caracterização, desde a sua fundação, sua relação com o desenvolvimento da cidade de Teresina enquanto capital recém fundada, perpassando ainda pelas diferentes narrativas e discursos associados a esse espaço ao longo dos anos, chegando até o período da recente reestruturação que o local foi submetido e suas novas configurações, passando de um espaço destinado à mercantilização para o momento em que ele próprio se converte em mercadoria, a partir do viés do turismo.

Para dar corpo a essa discussão, orientamo-nos pela perspectiva teórico-metodológica da biografia cultural dos objetos. Complementamos essa análise abordando algumas discussões envolvendo temas como as concepções e usos do patrimônio cultural, a cultura popular e seu emprego enquanto recurso econômico e turístico, assim como o acendimento de memórias de grupos anteriormente marginalizados dos processos de patrimonialização e de turistificação. Baseamo-nos nos pensamentos de autores como o antropólogo Arjun Appadurai, Néstor Canclíni e Hugues de Varine.

Assim, o presente trabalho se justifica pela pertinência e atualidade da análise dessas políticas públicas que abrangem aspectos sensíveis e subjetivos, como as memórias, práticas e símbolos do Mercado Central, a ações objetivas, como a construção de uma imagem turística. Entendemos ainda que o turismo, como um dos principais alvos dessas políticas, para além dos efeitos econômicos, estende suas contribuições para que memórias, outrora ignoradas do ponto de vista oficial, sejam iluminadas, bem como para a valorização das práticas de grupos e espaços historicamente marginalizados das políticas oficiais de patrimonialização e turismo.

2 APONTAMENTOS PARA UM OLHAR ETNOGRÁFICO SOBRE O MERCADO CENTRAL

A principal característica que podemos destacar para melhor definir um mercado público é a sua capacidade de gerar sociabilidades. Como espaços comumente abertos e inerentemente públicos, a profusão de elementos, símbolos e práticas que compõem esses

espaços, inspiram outras atividades, para além das econômicas, e possibilitam o estabelecimento de encontros entre diferentes atores sociais orientados pela multiplicidade de trocas que então se estabelecem, com o propósito de concretizar um negócio.

Com efeito, apesar das transformações nas formas de comércio nos centros urbanos e, conseqüentemente, as mudanças que lhes atravessaram, a persistência no tempo de mercados públicos logrou a conservar tal habilidade para a propulsão de interações sociais, as quais remontam à forma mais elementar de sociabilidade nas localidades urbanas, sendo mesmo a própria gênese das suas partes centrais e, portanto, podem atuar como lentes por meio das quais podemos chegar a conhecer o cotidiano e as formas de socialização da vida urbana.

Este pressuposto pôde ser observado no que diz respeito ao Mercado Central de Teresina, o primeiro e mais conhecido mercado público da cidade, aqui elegido como nosso objeto de estudo. Contudo, para aprofundarmos nas questões que suscitaram esse trabalho, a análise documental e bibliográfica não se mostraram suficientes, embora também fundamentais, instigando-nos a necessidade de uma metodologia que melhor desse conta do que seria observar as suas dinâmicas e ocorrências na prática, o que nos direcionou para o desafio de lançarmo-nos em campo com o propósito de ir ao encontro de tais questões. Assim, encontramos na Antropologia e na sua principal ferramenta de análise, a etnografia, os direcionamentos mais adequados aos nossos objetivos.

No que diz respeito à pesquisa no turismo, tal metodologia, ou como melhor se pode caracterizá-la, o “fazer” etnográfico, evidencia-se por seu caráter empírico e reflexivo, contrastando com as técnicas estatísticas, caracteristicamente mais objetivas e quantitativas, usualmente empregadas para analisar esse fenômeno. Isso se deve, em grande parte, ao modelo de observação participante introduzido no referencial trabalho do polonês Bronislaw Malinowski nas ilhas Trobriand, caracterizado pela convivência diária mais ou menos prolongada, participando da vida do grupo que em análise e na “assimilação de categorias inconscientes que ordenam o universo cultural investigado” (DURHAM, 1978, p.12).

Esta contribuição, por sua vez, abarca a apreensão de significados e estruturas que envolvem a vida social, não alcançados pelas metodologias de investigação anteriores marcadas por contatos curtos e superficiais com os grupos em estudo, de modo a exceder seus limites prescritivos, provando-se revelador para a compreensão de comportamentos, ações e hábitos dos grupos sociais em análise. Adicionalmente, esse estudo do outro alcança

o campo cultural do próprio pesquisador, considerando o seu papel ao longo do processo de pesquisa, ao passo que também é um meio de conhecer a si mesmo em face a outrem.

A etnografia trata-se, portanto, de um aprofundamento no estilo de vida do outro que se deseja conhecer, que requer o uso sensível e acurado dos sentidos do pesquisador em sua experimentação e detalhamento, buscando compreender o papel da cultura na atuação e percepção de um grupo acerca do mundo, por meio do alcance de temas gerais, ao passo em que se procede à uma análise meticulosa de temas menores (CHIESA e FANTINEL, 2014).

Inicialmente direcionada a tipos específicos de sociedade, entendidas como exóticas em relação à cultura do pesquisador, tendo por exemplo as primeiras descrições focadas a comunidades nativas e tribais vistas como “primitivas”, o percurso da antropologia ao longo dos tempos se transformou, e passou a alcançar grupos dentro da própria sociedade do pesquisador. Assim também, o emprego desse método se aproximou e difundiu-se entre outros campos de estudo, demarcando novas possibilidades nas formas de colocá-lo em prática.

Assim, em face do exposto, dedicamos esse capítulo para discorrer sobre o bucólico e complexo espaço que constitui o Mercado Central. Aqui expomos o que vimos, ouvimos e vivenciamos ao nos lançarmos à experiência de pesquisar este local a partir de uma perspectiva etnográfica, perspectiva esta a qual também me desafiei em adotar, na medida em que o objeto de estudo me apresentava seus próprios desafios.

Dirigi-me, então, ao meu campo de estudo, tendo em vista as informações preliminares que colhi através de pesquisa biográfica sobre esse espaço, as quais também irei expor nesse capítulo. Observá-lo, contudo, não foi tarefa das mais fáceis. Se por um lado a rotina comercial do local parece se repetir diariamente, mantendo uma constância que se estende há décadas, na prática, as trocas realizadas entre pesquisadora e objeto nos revelaram uma variedade de ocorrências e eventos que nos surpreenderam no Mercado e no seu entorno

Essas observações foram acrescidas às memórias e histórias que ouvi de meus familiares e das minhas próprias memórias e experiências pessoais como teresinense, na qual a paisagem onde o Mercado se encontra se fez presente desde a minha infância, assim como ao longo dos quatro anos da minha graduação em Turismo, período o qual transitava com frequência na região, e a qual também aprendi a enxergar a partir de outras lentes que delinearão a minha trajetória acadêmica até chegar ao presente trabalho.

Analisar o Mercado Central e entender o papel que ele desempenha no cotidiano da cidade, revela-se uma empreitada complexa por conta da sua própria dimensão, comportando uma grande quantidade de permissionários, estabelecimentos comerciais e restaurantes em seu interior que comercializam uma grande variedade de produtos e que mesclam práticas antigas e modernas que marcam a passagem do local no desenrolar dos anos.

Do mesmo modo, essa observação vai muito além de limitar a análise apenas ao conjunto de imóveis específicos com seus limites bem definidos e que fora designado para abrigar o Mercado, mas demanda que observemos todo o complexo comercial que se expandiu e desenvolveu em seu entorno devido à sua influência, compreendendo outras lojas, feirantes e vendedores autônomos situados em cerca de três quarteirões, em pleno núcleo do centro comercial, histórico e administrativo de Teresina.

Diante disso, devido à amplitude dessa análise e aos objetivos estabelecidos para essa pesquisa, definimos que a área de pertinência para realizarmos esse trabalho em campo seria a edificação principal, que atualmente abrange principalmente o setor de artesanato, e que fora a principal contemplada pela execução da reforma e da primeira etapa das obras previstas para o seu projeto de requalificação.

2.1 O FAZER ETNOGRÁFICO COMO METODOLOGIA DE PESQUISA

A antropologia, enquanto ciência social cujo principal objeto de estudo é a natureza humana e a amplitude da sua diversidade cultural tem por cerne a etnografia, não meramente como uma metodologia de pesquisa, mas como sua principal ferramenta de identificação e de investigação, diferenciando-a, e sendo o instrumento pelo qual a teoria antropológica se desenvolve e refina-se, a partir do confronto com novos dados e experiências, resultantes de uma observação sistemática. De fato, pode-se afirmar que a antropologia é uma vivência que é indissociável da pesquisa empírica (PEIRANO, 1992, 2014; PEREIRO e FERNANDES, 2018).

Pereiro e Fernandes (2018) descrevem que, se o que na antiguidade era compreendido como antropologia baseava suas conclusões acerca da natureza humana e da sua existência em deduções, as quais partiam de teorias gerais para chegar a conclusões particulares uma vez que estas integrariam àquelas, na atualidade as suas inferências se situam no conhecimento humano e da diversidade cultural e fazem o caminho inverso, passando a

observar temas particulares para compreender temas maiores a partir da imersão possibilitada por meio da pesquisa em campo, ou seja, procurando ver o universal no cotidiano e o cotidiano no universal.

Esta, por sua vez, pode ser caracterizada como uma forma de investigação sociocultural que emprega uma abordagem comparativa, cujo processo de conhecimento se baseia na experiência direta do pesquisador, que também é o principal instrumento de coleta de dados, com a realidade do seu objeto de estudo, *in loco*, procurando desvendar seus significados no âmbito do contexto sociocultural em que se inserem. Seu arcabouço metodológico é composto por procedimentos e técnicas operacionais que auxiliam na produção e na organização desse conhecimento, e que envolve ainda características como: a existência do sentimento de estranhamento e a curiosidade; a interpretação e a transcrição da realidade vivenciada por meio da descrição. A experiência de intercâmbio cultural propiciado por tal prática pode apontar caminhos que auxiliem na resolução de questões que afetem as realidades estudadas.

Na antropologia, por conseguinte, essa é a principal metodologia adotada pelos antropólogos para a realização da etnografia, e é a compreensão da sociedade estudada a partir de dentro dela, através dessa aproximação, o principal diferenciador da prática etnográfica (LEPLATINE, 2003). Embora possa ser orientada pelos modelos e normas que usualmente orientam o trabalho de campo, a etnografia se diferencia ainda das demais metodologias de pesquisa por se revestir de um caráter personalizado, o qual Pereiro e Fernandes (2018) entendem como artesanal, que marca o saber-fazer dos pesquisadores.

Estes, por sua vez, na medida em que conduzem a pesquisa, são também agentes ativos nessa construção, participando subjetivamente da realidade que está sendo observada e descrita de forma holística, ou seja, da forma mais completa possível. Assim, o papel do pesquisador pode ser caracterizado como “uma pessoa que estuda outras pessoas, é um sujeito que estuda outros sujeitos humanos (objeto de estudo), o que implica uma intersubjetividade na forma de produzir o conhecimento” (PEREIRO; FERNANDES, 2018).

Além disso, o fazer etnográfico se diferencia por outros aspectos, tais como: ser indutivo, posto que se baseia na construção de modelos gerais ou de teorias explicativas, ao invés de testar hipóteses de modelos já existentes; ser multifatorial, podendo utilizar-se de outras técnicas para a realização da coleta de dados, como qualitativas e/ou quantitativas; e, por ser dialógico, de modo que as interpretações e conclusões do pesquisador podem ser

discutidas durante o processo de elaboração, inclusive por informantes, membros da comunidade estudada que o auxiliaram durante a incursão em campo (AGROSINO, 2009).

Clifford Geertz enfatiza a importância da etnografia como o principal exercício da antropologia, e compreende que o seu objeto se constitui em “uma hierarquia estratificada de estruturas significantes (...) superpostas de inferências e implicações através das quais o etnógrafo tem que procurar o seu caminho continuamente” (GEERTZ, 1989, p.05-06), e cuja análise implica em escolher entre essas estruturas de significação.

A etnografia é ainda um produto de pesquisa, na forma de uma narrativa. Composta por três fases principais, a saber: situar-se, observar e descrever. A combinação desses fluxos e das demais propriedades inerentes à trajetória do pesquisador em campo, implicam que a etnografia se constitua em um relato de um percurso (SILVA, 2009). Nesse sentido, a escrita está diretamente relacionada ao fazer etnográfico. Para Clifford (2008), essa relação se dá desde o início até o fim do trabalho de pesquisa, e baseia-se, minimamente, no propósito de traduzir a experiência vivenciada em campo para uma forma textual.

Em síntese, a etnografia se fixa a partir da interpretação e da compilação dos seus resultados na forma de uma descrição densa, a qual consiste em apreender e então apresentar essa gama de estruturas complexas descritas por Clifford Geertz (1989). Essa interpretação se fundamenta na tentativa de descobrir a ordem estrutural e apreender os significados para os sujeitos envolvidos na realidade sociocultural analisada.

Este autor infere ainda que a descrição etnográfica possui três características: é interpretativa; ela capta e interpreta o fluxo do discurso social; e essa interpretação tem a ver com salvar o que é apreendido de ser extinto, formatando-o em formas possíveis de serem pesquisadas. Uriarte (2012), em complemento, descreve-a ao esclarecer as características desse modo de aproximação, dividindo-a em fases: a primeira seria um mergulho profundo no repertório de teorias e informações já existentes. Sobre essa fase, Peirano (1992, 2008) entende que a teoria é tanto fundamental como inseparável da etnografia, perpassando-a em sua totalidade. É por intermédio desta prática que os conceitos resultantes do confronto entre a teoria prévia que o pesquisador porta e levará para o campo de pesquisa, e a então observação *in loco* do grupo social estudado são desafiados.

A segunda fase, que é efetivamente o ir a campo, lançando mão de registros mediante o uso dos sentidos, como ver e ouvir, é a ação em que o pesquisador adentra o universo

daquilo em que está pesquisando, munido da teoria pré-adquirida, que é indispensável nessa etapa e que irá combinar-se aos dados coletados em campo, seja para afirmar ou para indicar novas possibilidades. A duração das incursões – que requerem uma estada prolongada – e os objetivos da pesquisa, por sua vez, são as características mais significativas desse método e que o distingue de outros, como o estudo de caso (MAINARDES, 2009).

Essa parte é a que constituirá o escopo do trabalho, uma vez que a imersão total é a experiência que caracteriza o fazer etnográfico, compreendendo uma “verdadeira aculturação invertida, na qual, longe de compreender uma sociedade apenas em suas manifestações exteriores, devo interiorizá-la nas significações que os próprios indivíduos atribuem a seus comportamentos” (LAPLANTINE, 2003, p.122). Os fatos da pesquisa de campo, no entanto, não estão meramente disponíveis e prontos para serem colhidos, mas se apresentam de forma bastante complexa (GEERTZ, 1989). Nesse sentido, Mainardes (2009) sublinha que cabe ao investigador, destituído de preconceitos e inclinado à descoberta, desvendar a melhor forma de se situar, interagir e relacionar-se com o grupo e os fatos investigados, percebendo os princípios éticos, bem como os distanciamentos e aproximações adequados para garantir o acesso aos dados a serem coletados.

A observação em campo, por sua vez, como o principal método que compõe o trabalho etnográfico, possibilita a sua materialização, ao tempo em que não se resume a ela. Sendo de viés qualitativo, ela segue procedimentos e regras, podendo admitir também a contribuição de outros enfoques epistemológicos ou técnicas como o quantitativo, resultando em uma abordagem mista, de acordo com as necessidades e o contexto da pesquisa. Não obstante, ela se baseia na experiência do pesquisador, sendo os interesses pessoais e sociais que irão nortear e redimensionar a pesquisa, assim como desvelar e apontar os caminhos a serem seguidos, principalmente ao longo da vivência no campo de trabalho, porquanto “o conhecimento antropológico não procede dos laboratórios e, sim, de culturas e grupos humanos” (PEREIRO; FERNANDES, 2018, p.137).

A terceira etapa é o exercício criativo da escrita das experiências de forma coerente e linear, resultando na interpretação proposta. Não se trata apenas da redação de descrições, muitas das quais em estado bruto, ou do excesso de detalhes (MAGNANI, 2009), mas do resultado de um *feedback* entre teoria e prática, combinadas através da linguagem (PEIRANO, 2008). Por outro lado, conforme compreende Peirano (1992), é importante levar em consideração algumas questões na prática da pesquisa antropológica, tais como a

inexistência de um cânone definido que estabeleça regras a serem seguidas, embora haja práticas comuns que direcionem a um modelo ideal.

Deve-se considerar ainda que o pesquisador não pode ter controle sobre todos os elementos que envolvem a pesquisa. Laplatine (2003) assume que a busca etnográfica tem algo de errante, o que implica que, mesmo os erros e tentativas frustradas que o pesquisador comete enquanto em campo, devem ser levadas em consideração, assim como a ocorrência de eventos inesperados. Da mesma forma, interferências podem ocorrer durante o desenvolvimento da mesma, posto que, a despeito de outros fatores, ela depende “da biografia do pesquisados, das opções teóricas da disciplina em determinado momento, do contexto histórico mais amplo e, não menos, das imprevisíveis situações que se configuram no dia a dia no local da pesquisa, entre pesquisador e pesquisados” (PEIRANO, 1992, p.09).

Em referência às práticas de pesquisa das demais áreas do conhecimento, sobretudo das exatas, nas quais as metodologias empregadas são definidas e elucidadas o bastante para lhe conferir confiabilidade, a etnografia, embora fuja à rigidez de tais métodos, também necessita de suficiente esclarecimento acerca do seu processo de elaboração e das condições em que o pesquisador obteve os resultados coletados, a fim de evitar a manipulação e invenção de dados. Para Malinowski, é a clareza e a honestidade com que o relato etnográfico é produzido que o fundamenta, de modo que haja o entrelaçamento entre os dados coletados e o critério do pesquisador na validação científica do seu trabalho:

Ao meu ver, um trabalho etnográfico só terá valor científico irrefutável se nos permitir distinguir claramente, de um lado, os resultados da observação direta e das declarações e interpretações nativas e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu próprio bom-senso e intuição psicológica (1978, p.18).

Diante destas considerações, procederemos a seguir a uma breve discussão sobre as aproximações e contribuições que a antropologia e o seu método de pesquisa podem oferecer para o estudo e compreensão de questões relacionadas ao turismo.

2.2 TURISMO E ANTROPOLOGIA: APROXIMAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES

O interesse pelo turismo como objeto de estudo foi motivado pela sua ascensão acentuada a partir do século XX e sua consolidação como uma indústria promissora, urgindo à necessidade de entendimento sobre esse fenômeno, bem como de análises que

contribuíssem para o planejamento e gestão do setor. Jafari (2005) observou que as primeiras, das quatro principais perspectivas de investigação do turismo ao longo do tempo e que coexistem na atualidade, – as quais ele classificou como apologética, precatória, adaptativa e científico-cêntrica – priorizavam apenas os impactos que poderiam decorrer da atividade turística, fossem eles bons ou ruins, e que influenciaram sobremaneira nas formas como ela foi percebida pelo público em geral.

A partir da perspectiva adaptativa, por sua vez, as discussões excederam essa dicotomia e passaram a buscar alternativas ao desenvolvimento turístico equilibrado e em conformidade com os atores que o integram. Essas teorizações lançaram as bases para a plataforma científico-cêntrica, que se empenhou na fundamentação de um corpo científico sobre os estudos do turismo, compreendendo-lhe como um sistema que deve ser analisado em toda a sua estrutura, ou seja, de forma totalizadora, e não apenas abarcando sua dimensão econômica.

Estes novos rumos da investigação turística, com efeito, foram frutos da expansão e da importância que essa atividade passou a apresentar a nível global, notadamente nas últimas décadas do século XX, assim como o seu caráter de fenômeno sociocultural, que tornou impraticável que o turismo continuasse a ser ignorado ou analisado somente a partir destas visões (BARRETO, 2003; PEREIRO; FERNANDES, 2018). Assim, ele passou a situar-se em um contexto multidisciplinar, admitindo as relações e contribuições de outros campos de estudo. Nesta seara, estreitou-se a aproximação do turismo com as ciências humanas, dentre as quais a antropologia, que se revelou crucial à compreensão da diversidade turística.

Relacionando o turismo à antropologia e, conseqüentemente, à sua principal ferramenta de pesquisa, encontramos-nos diante de dois campos de estudo cujas aproximações despontam uma variedade de possibilidades de diálogos e contribuições mútuas. Isto é possibilitado porque ambas as áreas têm por premissa o ser humano. O aspecto econômico é não mais do que uma das dimensões significativas que constituem o sistema turístico (JAFARI, 2005) o qual, não obstante, é uma atividade humana complexa que se fundamenta na movimentação de pessoas, perpassando diferentes aspectos da realidade social que podem ser analisados a partir do ponto de vista antropológico.

Apesar dessa clara similaridade entre esses dois campos de estudo, sua efetiva aproximação é recente, e ainda tem por desafio superar o arcabouço científico sobre o turismo que ainda se embasa, em grande parte, nas concepções econômicas e voltadas ao

levantamento de impactos, costumeiramente abordado pelas perspectivas já mencionadas. Do mesmo modo, foi necessário superar ainda a resistência e a discriminação que essa área sofreu por parte dos próprios antropólogos, ao ser considerada como irrelevante, e as perspectivas estritamente negativas que foram adotadas nos primeiros trabalhos que se lançaram à tentativa de aproximar tais campos de estudo (BARRETO, 2003).

Segundo Pereiro e Fernandes (2018), as aproximações entre antropologia e turismo se salientam nas várias semelhanças entre ambas, como entre o papel do próprio antropólogo e do turista, que se lançam em viagens e tecem representações sobre suas experiências e os locais visitados, embora de maneiras diferentes. São os aspectos que tocam as questões socioculturais, contudo, o principal foco da antropologia no turismo, como enumera Guardado (2015 apud PEREIRO; FERNANDES, 2018), tais como, o contato cultural entre turistas e anfitriões, as transformações econômicas, espaciais e sociais, a apropriação e comercialização da cultura, entre outros.

Estes autores sintetizam ainda as interações entre a antropologia e o turismo, que geralmente se dão em torno de quatro principais pontos de contribuição: o primeiro seria a perspectiva metodológica, por meio do emprego da etnografia e do método comparativo; o segundo, a abordagem conceitual ou epistemológica-teórica-conceitual, na medida em que a antropologia privilegia a adoção de uma visão holística do turismo e do significado das ações dos agentes que integram esse sistema; o terceiro contributo seria o uso da etnografia como ferramenta de evidência científica e fonte de conhecimento sólida e, por último, a deontologia antropológica, a partir do suporte na elaboração de políticas e práticas que orientem o desenvolvimento turístico, de modo a minimizar as desigualdades e efeitos negativos que possam surgir dele (PEREIRO; FERNANDES, 2018; PEREIRO; PINTO, 2010).

Com efeito, entendendo que a atividade turística configura um fato social total e que a forma como os grupos sociais constroem o seu olhar turístico pode constituir uma maneira de observar a sociedade como um todo (URRY, 2001), a sua aproximação com a antropologia resulta em grandes contribuições, sendo “útil para pensar e aprender a pensar o turismo” (PEREIRO; FERNANDES, 2018, p.214).

Diante do exposto, consideramos pertinente, no presente trabalho, a contribuição da antropologia e, principalmente, da etnografia enquanto prática de pesquisa significativa no intento de analisar um grupo social e compreender suas dinâmicas sociais, incluindo as decorrentes do turismo, como em nosso objeto de estudo. Não obstante, as contribuições da

antropologia servem à análise dos diversos elementos e significações que integram o sistema turístico, concordando com Pereiro e Fernandes em seu entendimento de que “a antropologia do turismo não se pode reduzir à antropologia dos turistas, mas sim, confrontar-se com o turismo enquanto sistema ou objeto complexo e enquanto fenômeno social total” (PEREIRO; FERNANDES, 2018, p.203).

Isto posto, inspiramo-nos no fazer etnográfico e procuramos utilizar os principais atributos desse campo de estudo para responder às questões relacionadas à nossa pesquisa, conforme será explicitado a seguir.

2.3 O ESTRANHAMENTO E O OLHAR NATIVO NO FAZER ETNOGRÁFICO

A opção por realizar uma reflexão sobre o Mercado Central, mais do que adentrar o universo de um objeto de estudo cujas questões atuais me pareciam pertinentes no âmbito da pesquisa acadêmica em turismo e memória social, sugeriam iluminar aspectos da minha própria memória que se relacionam com esse espaço. Tendo isso em vista, achei oportuno introduzir nosso relato sobre ele dedicando esse excerto para traçar a trajetória de encontros e vivências que tive com o mesmo ao longo da minha vida e como teresinense.

Porém, tratar de um objeto ao qual tenho certa familiaridade também me suscitou algumas questões no que diz respeito às influências que a minha condição de nativa – e aqui, entenda-se como pertencente à localidade em que o objeto estudado faz parte – poderiam ter ao longo da pesquisa, sobretudo no fazer etnográfico, haja vista a existência de uma relação de afeto e de impressões já formuladas acerca deste espaço e que poderiam, em algum momento da pesquisa eclipsar a adoção de um olhar mais crítico quanto a determinados aspectos no contexto da discussão em que me propus a abordar.

Essa discussão não é recente na própria antropologia, ao contrário, a defesa acerca da necessidade de uma distância mínima entre pesquisador e objeto a fim de promover uma reflexão consistente sobre a diversidade cultural do objeto estudado, garantir a manutenção da objetividade e da neutralidade na execução da pesquisa há muito tem sido sustentada, porém também superada (VELHO, 1978).

Dois fatores, no entanto, contribuíram para que eu sanasse tais questões e pudesse enxergar a familiaridade com o objeto de estudo como algo natural no processo etnográfico,

e do ponto de vista da sua viabilidade e das possibilidades que essa proximidade poderia trazer para o trabalho, ao invés das possíveis dificuldades. A primeira, crédito à orientação da professora Maria Amália, que esclareceu que os contatos com o espaço trariam o estranhamento necessário para a minha análise, reforçado, principalmente, pelo fato de que há pouco mais de 1 ano já não mais resido na região metropolitana de Teresina, e passei a limitar minha presença na cidade a apenas algumas semanas no ano durante os períodos de férias.

Esse distanciamento e a inserção em uma nova realidade, como atual moradora da cidade do Rio de Janeiro, contribuiriam para que, influenciada por novos contatos, eu passasse a adquirir outras percepções ao voltar a me deparar com esse espaço que anteriormente me era tão rotineiro, e estranhá-lo. Em segundo, devo a duas leituras basilares que tratam desse assunto: *O ofício do etnólogo, ou como ter “Anthropological Blues”*, de Roberto DaMatta e *Observando o familiar* de Gilberto Velho, cujos trabalhos se encontram publicados no livro *A Aventura Sociológica*, publicado no ano de 1978.

Na sua reflexão, DaMatta (1978) entende que a tarefa do etnólogo implica na apreensão de uma dupla tarefa, a saber: (a) transformar o exótico em familiar, realizado através de apreensões cognitivas; e/ou (b) transformar o familiar em exótico. Essa transformação do que é exótico a uma perspectiva familiar estaria relacionada com o que o autor considera como movimento original da antropologia, no qual o esforço dos etnólogos estava concentrado na “busca deliberada dos enigmas sociais situados em universos de significação sabidamente incompreendidos pelos meios sociais do seu tempo” (DAMATTA, 1978, p.28).

Neste exemplo temos a busca e imersão em sociedades desconhecidas e distantes do universo do etnólogo, com o objetivo de se apreender, por meio de esforço cognitivo, a compreensão da lógica do seu sistema cultural (BERGER, 2007). Este processo leva também ao ponto de chegada do etnólogo, na medida em que ao se familiarizar com essa nova cultura, ele passa a adquirir competência sobre ela.

A segunda transformação consiste, por sua vez, em tornar o familiar em exótico, sendo ao mesmo tempo o ponto de partida do etnólogo, e estaria mais próximo do que DaMatta entende como o movimento mais atual da antropologia, no qual o olhar do pesquisador se volta para o universo de instituições e significações dentro da sua própria sociedade. Esta transformação se distingue da primeira na medida em que o processo de

familiarização, que naquele é obtida por via do intelecto, mediado por apreensões cognitivas, no contexto desta é constituído “via coerção socializadora” (DAMATTA, 1978, p.30).

A principal questão que o etnólogo se depara com esse movimento, contudo, é o seu desligamento emocional e o despojamento da condição de membro de um determinado grupo social para tomar distância e, então, passar a estranhar fatos que o levarão a desvendar “o exótico no que está petrificado dentro de nós pela reificação e pelos mecanismos de legitimação” (DAMATTA, 1978, p.29). Essa transformação se compararia com uma viagem xamanística, realizada para dentro e verticalmente, ou seja, é um movimento paradoxal, posto que é para dentro da própria cultura, sem sair do lugar.

Gilberto Velho (1978), no que lhe diz respeito, adentra no tema abordado por DaMatta acerca de tornar o familiar em exótico, questionando essa inversão ao entender que a experiência de imergir em um grupo a fim de conhecê-lo e compreendê-lo envolve, de alguma forma, a existência de distâncias, como a distância social e a psicológica. Quanto à essa distância, contudo, o grau de proximidade de indivíduos que fazem parte de um mesmo grupo social não necessariamente é maior do que se pertencessem a sociedades distintas, uma vez que neste último caso a proximidade pode ser favorecida por fatores como preferências ou gostos em comum.

Do mesmo modo, a predominância de determinados aspectos que aparentemente homogeneízam indivíduos e que são usados para caracterizá-los de forma mais ampla e genérica, não suprime a existência de diferenças internas, mas são resultados da hierarquização de categorias sociais. O autor entende então que “o que sempre vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido e o que não vemos e encontramos pode ser exótico, mas, até certo ponto, conhecido” (VELHO, 1978, p.126). Ainda assim, segundo ele, sempre estamos nos valendo de familiaridades e exotismos como parâmetro para conhecimento ou desconhecimento.

Assim, mesmo tendo familiaridade com os grupos e estruturas que compõem o objeto do seu estudo, o pesquisador pode, por conta de generalizações e da estruturação hierárquica, ter o seu conhecimento acerca dele limitado. De fato, essa familiaridade atuaria como um mapa que orientaria na leitura, mas que não seria o suficiente para a compreensão da lógica e dos mecanismos que envolvem sua organização.

Partindo da ideia de existência de diferentes formas de agrupamentos que podem ser encontrados nas cidades, Gilberto Velho constata que o pesquisador pode experimentar o estranhamento e o não reconhecimento diante da existência de descontinuidades, tomando como exemplo sua própria experiência de pesquisa em um edifício de Copacabana o qual julgava ter familiaridade e possuir mapas com determinadas concepções sobre ele, e a pesquisa de campo, por sua vez, possibilitou-lhe repelir preconceitos e o levou a compreender os mecanismos que se relacionavam ao seu funcionamento, resultando em uma interpretação que, por conseguinte, estava permeada pela própria subjetividade do pesquisador. É o lugar do pesquisador nesse universo, portanto, que permite-lhe relativizá-los e situar-se no lugar do outro. Em síntese:

Este movimento de relativizar as noções de distância e objetividade, se de um lado nos torna mais modestos quanto à construção do nosso conhecimento em geral, por outro lado permite-nos observar o familiar e estudá-lo sem paranoias sobre a impossibilidade de resultados imparciais, neutros (VELHO, 1978, p.129).

Pereiro e Fernandes (2018) reafirmam esse pensamento de forma concisa afirmando que a prática antropológica consiste em tentar colocar-se no lugar do outro para melhor compreendê-lo, e para tanto, a proximidade com a comunidade estudada é uma ferramenta metodológica que lhe é inerente, devendo ter a diferença e o estranhamento por lugar epistemológico. Dessa forma, para encontrar os resultados que busca, é necessário que o pesquisador, ao lançar mão dessa prática, adote um olhar que seja capaz de tornar o que lhe é aparentemente estranho em familiar, assim como tornar o que lhe é familiar em estranho.

Por fim, compreendi que o mundo do objeto ao qual me propus a pesquisar, embora com ele conservasse um certo grau de familiaridade, não implicava no seu real conhecimento ou compreensão, mas descortinava um sistema de significações os quais eu só conhecia superficialmente, envolvido em noções preconcebidas. Mais do que isso, dei-me conta que, na medida em que adentrava o universo do Mercado Central, confrontei-me com realidades as quais me eram completamente estranhas, tais como a rotina de trabalho dos comerciantes e permissionários, que revelaram o outro lado do espelho da suposta familiarização que eu julgava possuir pelo costume de ser constantemente abordada por esses indivíduos e por frequentar esse local. Da mesma forma, também pude observar esse movimento entre familiar e estranho no caso do próprio Mercado pós-reformado, que passa a transitar de um local extremamente familiar aos teresinenses a um outro que gera estranhamento, com novas características e planejado para receber turistas.

Assim, haviam ainda as motivações por trás da escolha de comercializar determinado tipo de produto, suas formas de comercialização e interação com os clientes, próprias desses grupos e desse espaço, e que eram completamente diferentes das práticas que eu própria já vivenciei no mercado de trabalho, inclusive ao também atuar no ramo de vendas. Nesse sentido, ali também precisei seguir o segundo caminho sugerido pelos autores referenciados: o de procurar tornar familiar o que me pareceu estranho, o que apenas reforçou e impulsionou a necessidade de uma imersão profunda através das vivências possibilitadas pelo trabalho de campo.

2.4 MEMÓRIAS E VIVÊNCIAS NO CORAÇÃO DA CIDADE

Percorrendo a área compreendida pelo Mercado Central de Teresina na atualidade, deparamo-nos com uma suntuosa edificação que destoa entre as improvisadas bancas de feirantes no meio da rua e as demais construções anexas, cujas estruturas reivindicam a necessidade de reparos. Trata-se de um imóvel com a fachada em tons térreos, com arcos e paredes expressas, e que se apresenta ao olhar de transeuntes e clientes remetendo à construção ali estabelecida há mais de um século e, como testemunham as fotografias da época, a construção principal designada para comportar o primeiro mercado público de Teresina.

É a nova face que o principal e mais antigo mercado da cidade apresenta após cerca de quatro anos envolto em tapumes enquanto se executava a reforma que traria de volta as feições que o local possuía à época de sua inauguração, em idos do final do século XIX. Antes desse processo, a construção era revestida por paredes marcadas pela passagem do tempo, que se apresentavam descascadas, deixando os tijolos à mostra, estruturas de madeira de carnaúba visivelmente antigas, e um telhado com diversas aberturas entre as telhas que serviam de residência para pássaros e roedores. Era naquele espaço, escuro e abafado, que vendedores se apertavam por entre as pilhas de cestas e materiais de palha e outros artigos artesanais.

Mas essa também é apenas uma parte do grande todo que forma o principal e mais antigo mercado público da capital piauiense. Observar esse espaço plural e diversificado, por sua vez, demanda ir além da função econômica que ele exerce e dos novos sentidos que a reforma lhe conferiu, para adentrar o conjunto de significados, práticas, disputas e

identidades que o compõem e consolidam-no como um dos principais símbolos da cultura popular teresinense.

É falar de um local aonde passado e presente parecem convergir, tal como os rios Parnaíba e Poti de cores e percursos diferentes que se confluem a poucos quilômetros dali no ponto conhecido como “encontro dos rios”, para formar o cotidiano de mercadorias e práticas dos comerciantes e permissionários que atuam no local. É falar de um elemento que ajuda a contar a história da capital piauiense, na medida em que também cria e reconta muitas outras histórias na vida de seus cidadãos. É falar de um importante ponto de gravitação da vida econômica e social da cidade durante muitos anos, mas é também falar dos desafios e possibilidades que as constantes dinâmicas dos espaços urbanos impõem, e dos reflexos das políticas públicas, ou da carência delas.

A expansão de outras formas de comércio e estabelecimentos privados, inclusive de outros mercados públicos para além do eixo central da cidade, reivindicaram novas atribuições para este espaço, posto que a função de principal posto de abastecimento do local progressivamente se encontrou superada. A região em que se ele localiza, por sua vez, também se configurou como um espaço atravessado por disputas. Os feirantes os quais o Mercado não deu conta de absorver, aproveitando-se da sua zona de influência, estabeleceram-se no entorno do local, assim como os comerciantes informais, de uma forma geral.

Do mesmo modo, as transformações que a cidade tem passado conferiram também mudanças à região em que ele se localiza e adicionaram novos elementos à órbita do local, com o expressivo aumento de veículos em trânsito, bem como com a presença de terminais de transporte público nas proximidades e que competem no mesmo espaço com outras modalidades de transporte particular, como táxis e mototáxis.

A natureza do local como espaço multifacetado e onde se dão constantes trocas, por sua vez, bastou para transfigurar o próprio Mercado em objeto de fruição e sua sobrevivência passou, em grande parte, a ser diretamente associada à sua tradicionalidade e à sua relação com a história e a cultura local, expressos através do artesanato e da gastronomia. Há ainda o fato de ele estar inserido numa paisagem emoldurada por construções históricas, sendo o próprio Mercado uma delas, contribuindo para que o local se afirmasse enquanto elemento identitário e de interesse turístico de Teresina, embora este reconhecimento a nível oficial só acontecesse recentemente.

Falar do Mercado Central, para mim, é trazer à luz diversas lembranças e ocorrências cotidianas emolduradas por esse cenário que, definitivamente, eu elegeria como o que mais reúne aspectos que caracterizam Teresina e sua população. Para mim é, principalmente, sinônimo de simplicidade, característica que sempre observei em meus pais e familiares que frequentavam espaços como esse, e que despertam em mim o sentimento de afeto por esse local, e que se acentua, na medida em que já não mais vivo na cidade.

Ao pensar no Mercado, por exemplo, consigo me lembrar da cena de minha própria mãe carregando sacolas plásticas com frutas e verduras pechinchadas e adquiridas nas barracas ao seu redor durante idas ao centro da cidade nas manhãs de sábado. Havia também as idas pontuais quando se necessitava de algo muito característico que só era encontrado ali, como uma “garrafada”, compostos de ervas e frutas usadas com fins medicinais, ou ainda do restaurante popular e demais estabelecimentos que vendiam comida a baixo custo e que ficam no interior do estabelecimento, o qual me remete ao meu pai, que em seu cotidiano de trabalho costumeiramente almoça no local.

Lembro-me ainda que, desde a infância, esse ambiente já era uma referência quando se tratava de adquirir lembranças e objetos que pudessem representar a cidade. Minha mãe, em diversas ocasiões, dirigia-se até ele em busca da tradicional cajuína, bebida à base de caju bastante popular em Teresina, de doces típicos, chaveiros e ímãs com inscrições e outros tipos de souvenirs para presentear amigos estrangeiros ou para enviar de recordação para alguém de outra localidade, principalmente quando eu ou minha irmã viajávamos para fora do Estado. De banca em banca, íamos procurando os melhores preços e sempre sendo recepcionados por um caloroso “diga, meu bem” por parte dos comerciantes, frase que se tornaria uma das marcas registradas do espaço. Quando um vendedor não dispunha do objeto procurado, prontamente se dirigia até as bancas vizinhas para tentar conseguir o produto e agradar o consumidor. Tudo para não perder a venda.

No entanto, as visitas foram ficando escassas, e um dos motivos que minha mãe costumava apontar eram os altos preços que estavam sendo praticados, ou a disponibilidade e variedade de produtos em outros locais, como a Central de Artesanato Mestre Denzinho e, mais recentemente, o Shopping da Cidade, que se encontravam a uma curta distância e que também passaram a ser destacar comercial e turisticamente como alternativas para a compra de artesanato e produtos locais.

Tive ainda a oportunidade de ouvir algumas histórias pessoais que se entrelaçavam ao local. Meu pai e meus tios, por exemplo, contam que durante a infância, meu avô, que era ferreiro, costumava produzir peças de ferro para alguns comerciantes do Mercado que eram seus clientes, tais como espetos para assar carne, escapas para armar redes, focinheiras para animais e outros instrumentos de corte, e algumas vezes conferia aos filhos a tarefa de entregar as mercadorias, negociar e receber o pagamento. Estes, ao mesmo tempo aproveitando a excursão até o local, já iam munidos de uma grande cesta de palha e uma lista de mantimentos feita pela minha vó para realizar as compras da semana, composta apenas do “básico”, segundo suas palavras, como arroz, carne de porco e farinha, que alimentariam uma família de onze pessoas.

O passeio se encerrava com um lanche que incluía suco e pão nas imediações do local e, por fim, ir ao terminal de ônibus levando a cesta de palha no ombro para esperar pela condução que o levaria até em casa, uma vez que nas proximidades se encontrava um dos principais terminais de transporte público da cidade. Ali, conta ainda minha vó, de tudo se encontrava, tanto quanto se tratava de mantimentos e utensílios para o lar, quanto para pequenos agricultores, comerciantes e pescadores. Ao longo do tempo os hábitos foram mudando e o Mercado já não mais serviria a essa finalidade, na medida em que minha vó passou a realizar as compras de mantimentos em pequenos estabelecimentos comerciais próximos de casa.

Posteriormente, eu mesma me veria repetindo alguns desses hábitos e tecendo minhas próprias histórias. O entorno do Mercado passou a fazer parte do meu trajeto diário com mais frequência, já que em sua frente ainda se situa um importante terminal de passageiros do transporte público e que no meu caso era a opção mais viável para conseguir chegar em minha casa, situada na outra margem do rio Parnaíba, na cidade de Timon, vizinha a Teresina, mas que faz parte do Estado do Maranhão, onde passei a residir desde a adolescência.

No entanto, transitar por aquela região já era costumeiro para mim desde a infância e, acredito, para a maior parte dos teresinenses que moram em cidades próximas ou bairros mais distantes em razão desse mesmo motivo: ter acesso ao transporte público. O hábito se intensificou quando ingressei no curso de Turismo da Universidade Estadual do Piauí, no ano de 2013. Era no ponto de ônibus, mais especificamente em frente à tradicional loja de redes, referência que tínhamos, onde após a aula eu aguardava o ônibus para ir para casa ou ao trabalho, e assim, ao longo do tempo, eu já tinha conhecimento de quase todas as linhas

de ônibus que passavam na região e estava habituada a transitar por entre a intensa movimentação de passantes e comerciantes.

Veza ou outra, fazia parte da rotina entrar no Mercado e percorrer os corredores, com seus característicos odores de couro, pescados ou vísceras, de acordo com o setor do estabelecimento em que andávamos, normalmente por curiosidade ou para almoçar no restaurante popular. Muitas dessas visitas eram principalmente incentivadas pelo próprio curso de Turismo, através de alguma atividade em que precisávamos visitar determinados espaços da cidade ou adquirir alguma mercadoria específica que ali era encontrada com facilidade, como peças de artesanato. A essa altura, no entanto, a edificação principal que comportava o setor de artesanato se encontrava em reforma e parcialmente interditada.

Na parte interna, principalmente no setor de carnes, as condições que o local se apresentava chamavam à atenção e era inevitável que passasse despercebida: o corte e manejo da carne eram feitos de forma rudimentar ou com aparelhos desgastados e mesmo com ferrugem. As peças de carne e miúdos ficavam expostas em ganchos e exalavam um odor característico. Ficava evidente a deficiência quanto à infraestrutura, de modo que as escadas que davam acesso aos pisos superiores eram irregulares e com degraus altos, e mais de uma vez presenciei idosos com dificuldade para subi-las. Nos corredores de artesanato, os grandes cestos de palha iam se amontoados em direção ao teto, já que os pequenos espaços das lojas não davam conta de acomodá-los. Ainda assim, permissionários e frequentadores pareciam habituados a tais condições e circulavam livremente pelo espaço.



Imagem 1 – Condições da estrutura e dos equipamentos utilizados para a comercialização de carne no setor destinado a este fim.

Fonte: Kamila Silva (2017).

No entorno do local algumas dificuldades também transpareciam. Às vezes, aguardar o ônibus por até 1h no horário de meio dia quando o Sol está ‘a pino’ – segundo uma expressão local, que faz referência à posição central deste astro no céu – e a temperatura costuma estar em seu máximo, tornava-se um desafio. De fato, aguardar o transporte nesse terminal era certeza de que eu passaria bastante tempo esperando. Em raros momentos, o ônibus não demorava, e já ali parava e seguia lotado de trabalhadores, estudantes e compradores com suas mercadorias.

Do mesmo modo, a grande quantidade de feirantes e ambulantes que tomam o entorno do Mercado e da Praça da Bandeira muitas vezes se acirravam numa clara disputa por espaço com os transeuntes, uma vez que os carrinhos e barracas se aglomeravam sem muita organização com mercadorias expostas até mesmo sobre tecidos ou lonas no meio das calçadas e passagem de pedestres. Com eles, havia também os anúncios sonoros e a música alta para atrair os fregueses, além de resíduos de frutas, verduras e restos de comida pelo chão sendo devorados por pombos e animais domésticos. Até mesmo a sombra das árvores fazia parte dessa disputa, diante das altas temperaturas de Teresina.



Imagem 2 - Movimentação de pessoas próximo ao Mercado. Observa-se que parte da fachada estava envolta em tapumes em função da reforma.

Fonte: Acervo do pesquisador (2016).

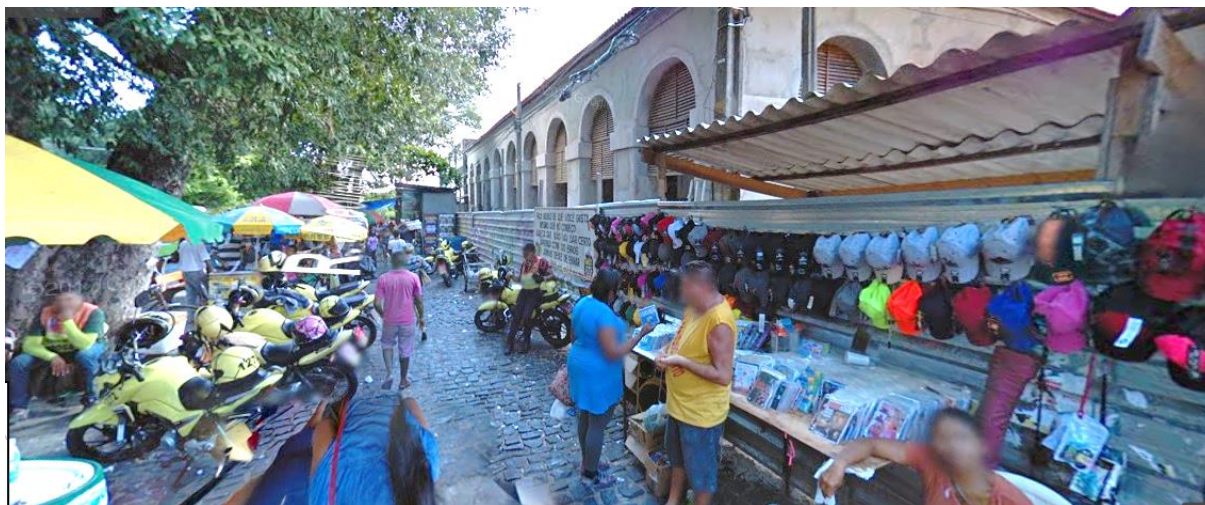


Imagem 3 - Enquanto a reforma era realizada, os vendedores ambulantes e mototáxis que atuavam no entorno continuaram a exercer suas atividades. Observa-se os tapumes que envolviam o local sendo usados para a exposição de mercadorias.

Fonte: Google Street View (2017).

No entanto, o aspecto que mais causava temor ao transitar pela área era a presença frequente de moradores de rua, usuários de entorpecentes e “batedores de carteira” que apresentavam riscos aos transeuntes a qualquer hora do dia, mas principalmente durante à noite, quando o movimento na região diminui consideravelmente. Apesar da movimentação de uma outra viatura da polícia, a praça e a região acabaram por se consolidarem como reduto de práticas ilegais. Dentro da mesma, por sua vez, nas proximidades do cercado que dava acesso ao Mercado e ao Shopping da Cidade, costumeiramente se instalavam negociadores de mercadorias roubadas na própria região, como celulares e produtos eletrônicos. Estes fatores acabaram por marcar negativamente a área.

Não por acaso, quando alguém era vítima de assalto na cidade, recomendava-se que fosse “procurar” seus objetos na praça. Era comum que uma vez ou outra quem estivesse por ali presenciasse ou mesmo fosse vítima de algum desentendimento, roubo, furto ou sofresse alguma tentativa. Eu mesma, em uma das experiências negativas que tive no local, tive a minha mochila vasculhada e um objeto tomado durante o dia enquanto aguardava para entrar no ônibus. A frequência desses eventos, por sua vez, sempre foi uma questão alvo de

reclamações junto ao poder público e que afastou os teresinenses dessa região, exceto quando não havia outro modo de evitá-la.

Pude analisar algumas dessas questões a nível acadêmico durante a produção do meu projeto de pesquisa e, conseqüentemente, do trabalho de conclusão do curso de Turismo, o qual tomei por objeto de estudo a Praça da Bandeira e os potenciais atrativos turísticos que a compõem. Nesse trabalho, procurei entender o que mais chamava à atenção de transeuntes e turistas ao circular por aquela região, os elementos que lhes pareciam mais representativos daquela área, e tentei apreender o nível de interesse que eles possuíam por um ou mais deles. O Mercado Central atuaria nessa pesquisa como um dos locais onde eu iria colher dados e informações quantitativas na tentativa de mensurar o fluxo de turistas nos atrativos turísticos situados do entorno da praça.

Contudo, além de estar nas etapas finais do processo de reforma da construção principal, que se encontrava fechada, não foi possível em um primeiro momento observar um contingente de visitantes que pudesse compor uma amostra significativa. Igualmente, ao conversar com um dos funcionários responsáveis pela administração do local, notei a ausência de registros ou relatórios que apresentassem tais informações e dessem conta da quantidade e origem dos visitantes do local, ao contrário do Museu do Piauí que fica ao lado.

De fato, conforme constatado, só se tinha a noção de que o Mercado era foco de visitação por parte de turistas quando os mesmos apresentavam características que o identificassem como não-morador da cidade, tais como a aparência ou o sotaque. Ainda assim, este mesmo funcionário revelou que o local já recebeu visitantes de diversos lugares do mundo, como o Japão, e cujo principal interesse eram as mercadorias de caráter artesanal e regional.



Imagem 4 - Fachada da edificação principal do Mercado durante as etapas finais da reforma.

Fonte: Acervo do pesquisador (2016).

Como alternativa para a coleta de dados primários, apliquei um questionário composto por onze questões direcionado a transeuntes da região da Praça da Bandeira e para turistas. Como essa ferramenta foi disponibilizada virtualmente e divulgada através das redes sociais entre meus colegas e familiares, a maior parte da amostra era composta por indivíduos do primeiro grupo. O menor percentual, composto pelos visitantes, foi abordado diretamente durante visitas ao local e, posteriormente, complementei as informações usando dados coletados no site de avaliações de viagens TripAdvisor, observando os comentários e as notas atribuídas por turistas.

Em uma das perguntas apresentadas no questionário, perguntei aos entrevistados a quantidade de atrativos já visitados por eles entre as opções apresentadas, tais como a Igreja Matriz, o Museu do Piauí, o Mercado e os demais prédios históricos existentes na área – que atualmente comportam órgãos municipais –, o qual, como resultado, observou-se que cerca de 73% dos entrevistados já haviam adentrado em todas as construções ou pelo menos duas, em oposição aos cerca de 20% que revelaram haver visitado apenas uma delas, e os 7% que não haviam visitando nenhum desses espaços.

Em outra pergunta, apresentou-se a seguinte questão aos abordados: se você pudesse escolher uma das opções abaixo para elaborar um cartão postal que representasse a imagem

de Teresina e do local, qual seria? Com esse questionamento, procurou-se entender, do ponto de vista dos frequentadores da área, qual elemento do entorno da praça teria maior poder de representação entre as mesmas alternativas já apresentadas, agora incluindo também a própria praça e a área verde que a envolve.

Diante dessas opções, apenas 9% dos entrevistados elegeriam o Mercado. Salienta-se, no entanto, que à época dessa pesquisa o local já se encontrava parcialmente interditado há pelo menos três anos em razão da execução da obra de reforma, e antes disso se apresentava com os problemas físicos e estruturais já mencionados, o que pode ter colaborado para esses resultados.

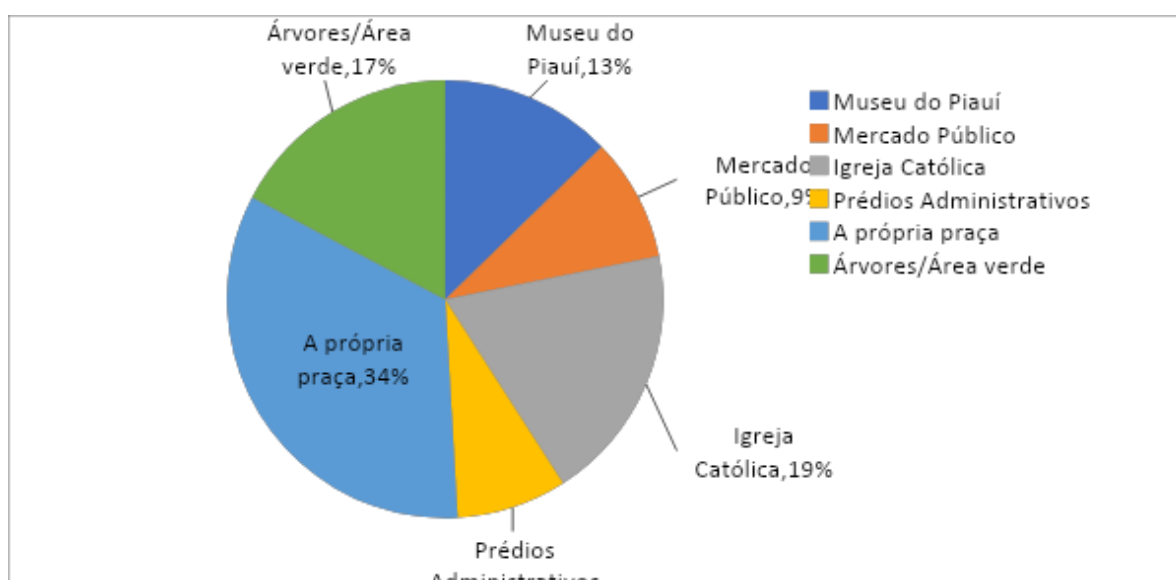


Gráfico 1 – Escolhas dos transeuntes e visitantes da região da Praça da Bandeira quando solicitados a eleger um atrativo que pudesse representar Teresina e compor um cartão postal.

Fonte: Pesquisa direta (Dezembro, 2016).

Por fim, destaco ainda uma outra questão que foi apresentada no questionário empregado nessa pesquisa para demonstrar o percurso das minhas observações sobre o Mercado. Nesse questionamento, indagava-se aos entrevistados quais dos elementos expostos lhes vinha primeiro à mente ao pensar na Praça da Bandeira e em seu entorno. Nessa pergunta, além dos elementos já apontados, incluiu-se ainda os pontos comerciais (representados pelo Shopping da Cidade, lojas e vendedores ambulantes), o terminal de ônibus e a própria praça com os elementos presentes no seu interior, como estátuas, monumentos e o teatro de arena.

Novamente os resultados apontaram para a baixa percepção do Mercado em relação a esses observadores, ao menos diante de outras opções, revelando que apenas 6% do total

de entrevistados afirmou que o local era a principal referência ao mentalizar a área analisada. Em contrapartida, o maior percentual da amostra, composto por 38% da opinião dos abordados, apontou que a forte presença comercial nessa área era a característica mais lembrada pelos indivíduos que se disponibilizaram a responder ao questionário. Esses resultados também permitem observar que a vocação comercial dessa parte da cidade, outrora representada principalmente pelo Mercado, ainda persiste, porém, como resultado das novas dinâmicas e sociabilidades da cidade, essa qualidade não mais está centrada na figura de um mercado público.

Assim, foi no âmbito do desenvolvimento do trabalho em campo para a presente pesquisa que pude observar que as formas de interesse e identificação com esse local variavam bastante, sobretudo entre turistas, moradores locais e mesmo os indivíduos que trabalham no Mercado ou nas suas proximidades. Da mesma forma, essa relação é dinâmica e pode ser influenciada por diferentes fatores. Através dessa reflexão, contudo, pude traçar um paralelo em relação aos objetivos pretendidos na pesquisa anterior e os que agora nortearam essa pesquisa, de modo a melhor balizar minhas observações em campo e focalizar nos elementos pertinentes às proposições aqui apresentadas.

A despeito também dos demais acontecimentos mencionados que vivenciei e que associam esse espaço às minhas lembranças, para mim o sentimento que prevalece ao lançar luz sobre essas memórias, contudo, é o de transitar em um lugar onde poderíamos simplesmente estar e ser nós mesmos, teresinenses da classe trabalhadora, ocupando um espaço comercial que, embora revelasse diversas situações de desigualdade social, estava dentro das minhas condições socioeconômicas e permitia-me sentir à vontade enquanto cidadã da cidade, sem a necessidade de ter que assumir deliberadamente determinados códigos ou posturas compatíveis com o ambiente.

É ainda estar em um espaço em que muitos dos seus elementos também fazem parte do meu dia a dia ou estavam diretamente relacionados à realidade e às histórias contadas por meus pais e avós. É, em síntese, sentir-me em um lugar da cidade que me ajuda a contar várias histórias, na medida em que ele fez parte da minha rotina e emoldurou as memórias que tenho da cidade, ideia que acredito ser compartilhada por muitos conterrâneos. Entendi assim que, muito antes do Mercado ser para os turistas, ele pertence à população, a qual considero que deveria ser levada em consideração antes de qualquer levantamento turístico.

Foi nesse contexto que eu pude entender na prática a afirmação de DaMatta (1978, p.30) que “o elemento que se insinua no trabalho de campo é o sentimento e a emoção”, e não apenas as emoções relacionadas às descobertas, mas também as associadas ao despertar da própria subjetividade, exemplificado pela descrição da experiência de Lévi-Strauss que afirma que “por um singular paradoxo, em lugar de me abrir a um novo universo, minha vida aventureira antes me restituía o antigo, enquanto aquele que eu pretendia se dissolvia entre os meus dedos” (LÉVI-STRAUSS, 1956, p.402 apud DAMATTA, 1978, p.30).

3 “TUDO É MERCADO”: COMÉRCIO E COTIDIANO NO MERCADO CENTRAL

Em uma das laterais que envolvem a Praça Marechal Deodoro da Fonseca, ou popularmente denominada, Praça da Bandeira, o burburinho e movimentação de pessoas com sacolas na mão denotam que ali há um importante ponto comercial. No quadrante que se aproxima das margens do rio Parnaíba, diariamente o cotidiano da região se desenha em forma de movimento e presença.

São feirantes e camelôs em suas tendas improvisadas com variedades mil, lojas com fachadas quase que ocultadas por seus vários produtos expostos, e o incessante vai e vem de passageiros no terminal de transporte coletivo, competindo a viagem com os mototaxistas concentrados nas esquinas, circundam e disputam a atenção com a edificação que, embora quase despercebida em meio a tanta agitação foi a responsável por marcar a vocação dessa região para o comércio popular.

Trata-se, pois, do Mercado São José que, a exemplo da praça, dispensou o título oficial para atender pela designação popular de apenas Mercado Central, pelo qual tem sido conhecido há décadas ou ainda, para muitos, Mercado Velho. Elemento cativo na paisagem desse recorte da cidade, o local data mais de um século e meio de existência, resistindo bravamente, apesar das diversas transformações atravessadas pela cidade e as marcas que a passagem do tempo, somadas às sucessivas intervenções que sofreu, conferiram-lhe.

A construção, cujos anexos e edificação principal abrangem um inteiro quarteirão em pleno núcleo histórico e comercial da cidade, é conhecida pelo por sua diversidade mercantil que sintetiza as relações dos habitantes da cidade com o meio, estrategicamente escolhido para a sua fundação, tais como: a interação com os rios, por meio da pesca e da navegação;

com o solo, pela extração de argila utilizada na produção de cerâmica e outros produtos artesanais; com a flora, por meio dos diversos usos de plantas locais e seus frutos e folhas que se transformam em matéria prima para a confecção de produtos, como a Carnaúba – árvore símbolo de Teresina – e o Cajueiro; com as riquezas mineiras do Estado, com o comércio da opala; e com a fauna, com a atividade pecuária que até hoje fornece a carne e o couro, este empregado na confecção de roupas, calçados e acessórios.

Com efeito, as memórias e identidades que caracterizariam o “ser” teresinense foram formuladas a partir dessas relações desde os primeiros anos da fundação da cidade, de modo que percorrer sua história é entrelaçar-se às memórias e à própria história da capital piauiense, que já nasceu justificada por pretensões comerciais (TAJRA, 2014).

De fato, percorrer esse local e o seu entorno se revela uma experiência de imersão no cotidiano do comércio popular e da própria rotina da maioria dos moradores da cidade, que por alguma razão sempre acabam por transitar pela área. Trata-se de analisar um espaço múltiplo e dinâmico, onde todos os dias novos eventos e ocorrências se desdobram. Do mesmo modo, interagir com permissionários e comerciantes da região proporcionou que eu conhecesse o cotidiano de trabalho, expectativas e sentimentos desses trabalhadores em relação ao local, assim como conhecer suas memórias e histórias de vida que giram em seu entorno.

Há algumas décadas, em função das expansões que paulatinamente o local sofreu ao longo dos anos, o Mercado se tornou um grande complexo de setores que abrange aproximadamente três quarteirões, envolvendo as ruas Aerolino de Abreu, Riachuelo, João Cabral e Lisandro Nogueira. Devido à quantidade de lojas de comércio bastante próximas umas às outras, distinguir aonde de fato esse complexo pertencente ao Mercado começa e termina é quase impossível.



Figura 1 - Localização do Mercado no centro de Teresina.

Fonte: Google Maps (2019).

De fato, com exceção da edificação original que fora recentemente reformada e que, por tal motivo, destaca-se fisicamente em relação às demais, a designação de Mercado Central, na prática, não se limita às construções e estabelecimentos específicos que integram essa estrutura, mas contempla esse grande complexo comercial que orbita a edificação e que abarca todos essas formas e variedades de comércio de natureza múltipla, remontando a uma grande feira que se estende até a Rua Desembargador Freitas, totalizando aproximadamente oito quarteirões.

Por sua vez, tratar de toda essa imensidão e diversidade da forma como ela deveria ser devidamente analisada em uma pesquisa de caráter etnográfico, transcenderia os objetivos específicos estabelecidos para esse trabalho, bem como demandaria muito mais tempo e presença em campo. Dessa forma, limitamo-nos a uma breve caracterização desse entorno a fim de melhor designar o contexto comercial, espacial e social que envolve o Mercado e que também o constitui.

Nesse complexo, há a presença de conjuntos de estabelecimentos que comercializam produtos semelhantes nas ruas paralelas, como em um trecho na rua Firmino Pires onde há a venda de gaiolas, rações e outros acessórios para animais, assim como a venda de pássaros,

galinhas e coelhos, sendo popularmente conhecido como Feira dos Pássaros. Essas poucas lojas foram as únicas nas proximidades que mantiveram o comércio de animais vivos na região. Um pouco mais adiante, já na convergência da Rua Aerolino de Abreu com a Avenida Maranhão e a rua João Cabral, há ainda estabelecimentos que comercializam móveis de madeira, como camas, mesas e cadeiras. Assim, para os moradores da cidade, o termo “Mercado Velho” ou “Mercado Central” é comumente empregado para se referir a qualquer uma desses tipos de comércio.



Imagem 5- Trecho da rua Firmino Pires conhecido como feira dos pássaros.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

A existência desses pequenos aglomerados de lojas e bancas que vendem os mesmos tipos de produtos em trechos específicos é outra característica marcante que se pode observar na região e que a tornam referência na busca de determinados produtos. Além dos exemplos citados acima, há ainda as lojas que vendem produtos de plástico e descartáveis, as de utensílios em alumínio, ferramentas e utensílios domésticos, confecções infantis, calçados, entre outros e que, lado a lado, aumentam a oferta aos consumidores.

Essa observação foi ainda constatada nos vários relatos que ouvi. Nas memórias da minha avó paterna, Antônia Coimbra, que remonta há cerca de 50 anos atrás, “o Mercado era referência” no centro de Teresina, frase que ela enfatizou diversas vezes. Com efeito, ela observou que o verdadeiro centro da cidade, na prática, era composto pelo recorte que

orbitava o Mercado, uma vez que haviam apenas outros poucos logradouros nas proximidades, e a cidade ainda não havia se expandido em direção às novas áreas que atualmente a compõe.

Ela recorda que àquela época a região era uma espécie de CEASA (denominação comum a centros de abastecimento onde são comercializados principalmente hortifrúteis), com inúmeras bancas se espalhando entre o Mercado e a praça, vendendo de tudo um pouco. Nas imediações também ficava o terminal de ônibus, onde ela costumava desembarcar. Ela lembra ainda que aquela, por sua vez, não era cercada, como o é atualmente, mas era um grande espaço aberto, que além da denominação popular de Praça da Bandeira, era ainda conhecida como “Praça do Mercado”. Para ela, “tudo era mercado”.

Do mesmo modo, em suas lembranças de infância, meus tios também relatavam incursões e passeios na região, incluindo os terminais de ônibus, lojas e feiras que excediam os limites das construções. Os jovens aproveitavam para fazer lanches ou comprar alimentos e outras roupas quando os pais solicitavam que fossem até o centro. Aquela área, junto com o Mercado, constituíam um mundo de variedades e lazer no coração da cidade.

Há ainda o universo de barracas que formam uma feira que é tanto ou até mais parte do Mercado que seus próprios espaços. Ocupando um trecho inteiro da rua João Cabral, entre as ruas Aerolino de Abreu, estendendo-se até a Rua Desembargador Freitas, elas apossaram-se da via, impedindo a passagem de veículos e dificultando até mesmo o trânsito de pedestres. Suas coberturas improvisadas compõem uma cobertura heterogênea que oferece abrigo do Sol e da chuva. Nesse percurso, diferentes cheiros vão alcançando o olfato na medida em que se adentra a rua, e os produtos, apesar do improvisado e mesmo da precariedade da estrutura das bancas, são delicadamente organizados e identificados por tipo e cor, remontando a uma típica feira nordestina, com rapaduras e doces regionais de todo tipo, beberagens medicinais, temperos, óleos e azeites naturais, entre outros.



Imagem 6 - Banca com temperos e produtos regionais.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Por fim e complementando esse polo comercial, em frente ao Mercado e em extensão à praça, encontra-se ainda a edificação em três andares, destacando-se por sua arquitetura mais atual, que abriga um complexo de lojas e estabelecimentos que se dividem em pequenos e numerosos boxes de alumínio. Trata-se do Shopping da Cidade, erguido no ano de 2009 no âmbito das ações estabelecidas no documento municipal Plano Diretor – Agenda 2015 como um espaço destinado a comportar os vendedores ambulantes e camelôs que ocupavam as principais ruas e praças do centro da cidade. Comercializando principalmente roupas, acessórios e produtos eletrônicos, complementa a oferta de doces e produtos típicos que o Mercado oferece, além de contar também com um Centro de Atendimento ao Turista – CAT.

Apesar de toda essa movimentação que se traduz num fluxo de milhares de pessoas por dia transitando àquela região, apressadas para pegar o transporte público e em um vai-e-vem incessante entre lojas e barracas, de veículos, ambulantes ou ainda da ameaça de algum delinquente, a aparente calma dos idosos que se sentam nos bancos da praça, dos feirantes preparando suas mercadorias e dos mototaxistas que conversam entre si enquanto aguardam

o próximo cliente, conotam um ritmo mais lento e agradável simultaneamente à agilidade exigida pela vida moderna no cotidiano da urbe.

A despeito das marcantes transformações atravessadas por Teresina nas últimas décadas que lhe conferiram novas dinâmicas, bem como das mudanças nas formas de sociabilização que interferiram na ocupação de espaços públicos em comparação à época em que foram erigidos, por sua vez, fica claro que essa região que cerca o Mercado ainda atua como um catalisador de interações e trocas, no seio da capital teresinense.

3.1 A FACE DE QUEM FAZ O MERCADO

As trocas que estabeleci com o local se deram, conforme mencionado, em outros momentos, mas no âmbito da realização dessa pesquisa, iniciaram-se em julho de 2018. Após esse período, voltei à área em incursões diárias em outros dois períodos: durante os meses de dezembro de 2018 a janeiro de 2019 e, posteriormente, entre dezembro de 2019 e janeiro de 2020. Todos esses encontros foram realizados principalmente durante a semana, entre segunda e sexta e, em menor medida, realizei visitas ao local aos sábados e aos domingos, dia em que o Mercado praticamente não funciona e o centro da cidade fica deserto.

Em algumas das incursões, tive a companhia de um morador da cidade habituado a frequentar e fazer compras no local e que, devido a seu conhecimento sobre a área, ofereceu-se para me auxiliar. Carlos, tem 53 anos, é mototaxista e pude conhecê-lo por meio de relações familiares. Logo ao me ouvir falar sobre a pesquisa, ele compartilhou diversas lembranças de infância e falava com muita segurança e familiaridade sobre o entorno, os cenários, divisórias e as mudanças pelos quais ele o mercado público passou.

Apesar do seu ponto de trabalho ser na zona sul, do outro lado da cidade, o mesmo é habituado a frequentar o local desde os tempos em que ele era um dos poucos e principais divertimentos públicos da cidade, quando realizava vendas e compras de produtos e suprimentos no local, acompanhado dos pais e familiares. Seus anos de experiência com o local lhe denotava um conhecimento de causa e um sentimento de pertencimento que trouxe colaborações significativas a esta pesquisa.

Atualmente, exercendo a sua profissão há cerca de 15 anos, ela também foi um dos aspectos que considero ter facilitado a nossa interação com os grupos que fazem parte do

objeto de estudo. Isto porque ele costuma percorrer a região quase todos os dias, seja para levar ou buscar algum passageiro, para almoçar no restaurante popular ou para fazer compras, principalmente de “garrafadas” e outros produtos. Por essa familiaridade com o espaço, ele conhece vários dos comerciantes, bem como os colegas mototaxistas que atuam nos pontos próximos e nas calçadas do Mercado.

Com efeito, a naturalidade e familiaridade com que Carlos se dirigia e abordava as pessoas durante as nossas incursões, muitas das quais seus próprios conhecidos, foi de grande valia durante minha presença em campo. De fato, ele atuou como uma peça-chave e auxiliou no meu contato com feirantes e permissionários, embora não fosse exatamente um informante, nem fizesse diretamente parte daquele universo, e de alguma maneira contribuiu para que eu transitasse no Mercado de forma mais natural e sem despertar tanta curiosidade ou estranhamento por parte dos seus trabalhadores, que em certos momentos se mostravam desconfiados com a minha presença, por acharem que eu era da prefeitura, de “fora”, ou por não entenderem bem o que eu estava pesquisando.

Quanto a isso, pude experimentar o sentimento que William Foote Whyte (2005) descreve no que diz respeito à relação com seu próprio informante. Em seu trabalho “Sociedade de Esquina”, ele observa como sua presença era percebida pelo grupo estudado, de modo que quando estava só normalmente precisava dar algumas explicações sobre seu trabalho; já na companhia do informante, elas não se faziam necessárias. No decorrer do percurso, a forma como ele se relacionava com o grupo determinaria, mais ou menos, a percepção deles a seu respeito, fato que também pude constatar.

Não obstante, por mais “desapercebida” que eu tentasse parecer nos longos períodos em que ficava sentada nas escadarias e batentes das portas do Mercado observando a sua rotina, em algum momento alguém perguntaria o que eu estava procurando, ficaria me olhando de forma intrigada ou acharia divertido me ver fotografando os modernos e recém instalados painéis de iluminação na fachada que haviam virado moradia para pombos, perguntando “o que eu estava vendo no teto”.

A receptividade também poderia ser diferente, embora não fosse regra. Em alguns momentos percebi que quando Carlos fazia a abordagem inicial com os comerciantes eles pareciam mais à vontade. De maneira bastante pessoal, conhecendo bem grande parte dos produtos comercializados no Mercado e com um vocabulário “típico” empregado pelos profissionais da área, ele iniciava o contato cheirando e observando as mercadorias, e pedindo

mais informações ao vendedor quanto à origem, preço, etc. Então fazia perguntas de uma maneira muito familiar e usando referências comuns aos feirantes, ao passo que me mostrava e explicava alguma ou outra fruta ou semente que eu não conhecia.

Em seguida eu era apresentada de forma bem simplificada como “a menina que quer saber algumas coisas sobre o Mercado”, e os feirantes, por sua vez, respondiam às minhas perguntas contando memórias, o que logo virava uma boa conversa, que incluía desabaços, reclamações e até lágrimas. Nas primeiras vezes quando estava sozinha e apresentava-me para conversar, revelando minhas intenções, as respostas poderiam ser mais pontuais: logo eu seria indagada se estava a serviço da prefeitura ou se era estudante, ou mesmo era apenas entendida como uma turista curiosa e as histórias contadas aderiam às versões “oficiais”.

Assim, a flexibilidade no horário de trabalho de Carlos e a disponibilidade com que ele se ofereceu para me acompanhar foram imprescindíveis nas primeiras incursões. Ao chegarmos, ele cumprimentava os colegas e estacionava sua motocicleta em um dos pontos de moto táxi em frente ao Mercado. Em sequência, ele já sabia os principais setores que eu deveria visitar, assim como me levava diretamente aos estabelecimentos de seus conhecidos, como um comerciante de redes, que na juventude foi seu colega no Exército, e um comerciante de bolsas, em cujo estabelecimento ele costuma adquirir pequenas bolsas que amarra junto ao guidão da moto para guardar seus pertences.

Por fim, a companhia de Carlos se mostrou útil à minha própria segurança, uma vez que a presença de uma mulher sozinha, utilizando máquina fotográfica e/ou celular infelizmente pode atrair certos tipos de atenção indesejados, sobretudo considerando as ocorrências que costumam ter na região, como furtos e assaltos, apesar das minhas tentativas de parecer o mais discreta possível em relação aos registros. Nas minhas incursões sozinha apenas no interior do Mercado, esse risco parecia diminuir e eu poderia ficar mais à vontade para fazer as minhas observações, e apesar da curiosidade que eu poderia despertar, a maioria dos comerciantes se mostrava bastante gentil e prestativa.

Essas conversas, por sua vez, não constituíram entrevistas formalizadas ou que fizessem uso de instrumentos de coleta. Foram conversas informais, e em alguns casos, passei a dispensar a apresentação mais formal e sequer mencionei que estava realizando uma pesquisa. Dessa forma, descartamos a utilização de metodologia específica, concentrando os esforços na observação participante.

Em contrapartida, não consegui contato com nenhum dos diretores ou administradores do local. Em algumas tentativas, dirigi-me às salas que ficam localizadas em um dos pisos e onde supostamente ficaria a administração, mas nunca encontrei ninguém, e não obtive respostas ao bater na porta. Em verdade, não constatei a presença de funcionários do próprio Mercado, como seguranças ou zeladores, apenas uma senhora responsável pelos banheiros da parte reformada, apesar de permissionários me informar que existem varredores e seguranças, não consegui encontrá-los. Não houveram, tampouco, restrições ou normas, implícitas ou explícitas, para realização de pesquisa no local, de modo que não julguei necessário a solicitação de autorizações oficiais nesse momento.

Nas minhas incursões sozinha, costumava chegar ao Mercado vinda de outros logradouros do centro da cidade. Logo mais entendi que, havia uma grande diferenciação entre acessar o local através das entradas próximas à praça, e às demais acessíveis por outras ruas próximas, como uma permissionária me relatou. A área que começa a ganhar vida a partir das 8h da manhã, costumava atingir o pico de movimentação entre as 10h da manhã e as 13h da tarde, e ao final do dia, até por volta das 17h, quando o movimento voltava a ser intensificado principalmente pela presença de passageiros nos terminais de ônibus e dos trabalhadores do comércio.

Com efeito, quando retornei ao local no final de 2018 para as últimas visitas, observei que antes mesmo das 18h a maioria dos estabelecimentos já estavam fechados e a quantidade de ambulantes diminuía drasticamente, ao passo que os usuários do transporte público se apressavam para ir para casa, de modo que pouco após esse horário a região começava a ficar deserta. Depois, fui informada que nos últimos anos o comércio estava de fato encerrando mais cedo, já as 17h30, e que após esse horário não era recomendado transitar por ali.

3.1.1. Camelôs, lojistas e vendedores ambulantes

A presença de comerciantes já era notada antes mesmo que me aproximasse do prédio do Mercado. Em meu percurso, na medida em que seguia a rua Rui Barbosa em direção à calçada ao lado da rua Areolino de Abreu, via que passa em frente à fachada principal do local e que se cruza com àquela rua, imediatamente já me deparava com carrinhos de frutas e verduras, e com uma grande variedade de outros produtos expostos em lonas no chão, dentre os quais, calçados, roupas e acessórios.

A a partir de dado trecho da rua, o trânsito de veículos é restrito, de modo a priorizar a passagem de pedestres. Durante a caminhada, os galhos das frondosas árvores que emoldaram a área e a praça, oferecem uma agradável sombra e alívio do calor teresinense, complementados por algumas poucas brisas que vêm do rio Parnaíba, cujas margens se podem ver ao longe. Separados pelo meio fio, onde fica o terminal de transporte urbano, a via se bifurca, mas nesse trecho apenas ônibus e viaturas oficiais são autorizados a trafegar.

Mover-se nesse calçadão de pedras em formato de paralelepípedo se torna um desafio, uma vez que a presença de vendedores ambulantes e de transeuntes vai se intensificando. Desde a esquina já era possível observar ao longo da rua uma composição formada pelos imensos guarda-sóis listrados acoplados aos carrinhos ambulantes, cuja presença agora parece se limitar àquela área. Lembro-me que na minha infância essa imagem era comum por quase todas as ruas da região de comércio do centro de Teresina, mas sumiram da paisagem com a construção do Shopping da Cidade, situado em frente ao Mercado Central, e que teve como objetivo reunir os vendedores ambulantes e retirá-los das ruas.

A variedade de produtos à venda é nítida: entre os que sempre estavam lá, havia o carrinho de espetinho ou churrasquinho, de milho verde, água de coco e o de churros; vendedores com tabuleiros e caixas de isopor comercializando balas, doces, picolés, *dindins*, chicletes, castanhas, água mineral e refrigerantes; e os vendedores de cópias não autorizadas de CDs e DVDs, chamados ‘piratas’, que contam com pequenas caixas amplificadoras de som, e cujos diferentes tipos de música em volume alto se misturam, somando-se ainda aos anúncios e propagandas dos locutores e vendedores das lojas das redondezas.

Com uma frequência e posição menos certa, haviam ainda os que não possuíam bancas ou carinhos para as mercadorias, mas apenas as expunham em lonas nas calçadas dos demais estabelecimentos e mesmo no meio da passagem de pedestres. As principais mercadorias desses vendedores costumavam ser guarda-chuvas e “bugigangas” que incluíam desde pentes, kits de costura e pilhas a carregadores de celular e fones de ouvido, ou qualquer outra novidade do momento, como capas de celulares e brinquedos. Roupas, bonés e meias também eram comuns, e a exemplo de outros objetos, acompanhavam as tendências da atualidade.

As calçadas do Museu do Piauí e do próprio Mercado também serviam de vitrine: produtos ficavam expostos na frente das portas e apoiados nos batentes das janelas das edificações. Havia ainda os vendedores de fato ambulantes, que percorriam todo o centro da cidade e faziam paradas ali, como os vendedores de picolé, quentinhas (refeições prontas)

e os de café da manhã e lanche, que levam depósitos de plástico com salgados, bolos, pães, tortas e garrafas térmicas com suco ou café amarradas a garupas de bicicletas, motos ou no porta-malas de carros.

Nos últimos anos, as ondas de imigrantes também atingiram Teresina e era possível ver africanos ou outros estrangeiros comercializando calçados e óculos escuros pelas ruas. Nas visitas mais recentes não cheguei a vê-los, mas em outros tempos também eram comuns as apresentações artísticas de músicos peruanos tocando flautas e vendendo seus CDs e artistas e mágicos fazendo pinturas ou truques enquanto uma pequena multidão curiosa se formava ao redor.

Por fim, era possível ainda encontrar vendedores de “ocasião”, que não fixavam lugar naquelas imediações ou que só faziam vendas pontualmente: um ou outro rapazote segurando ramos de “cheiro verde” (tempero composto por cebolinha e coentro) circulando pelas esquinas que abordavam quase que insistentemente os passantes oferecendo seu produto por R\$2,00 pra “acabar logo”; algum senhor com cordões e correntes de aço tentando fechar negócio; e vendedores de tapetes, panos de prato, panelas de alumínio e géis massagedores transportando suas mercadorias nas costas.

Não ficam dúvidas que a área parece pertencer a esses vendedores ambulantes: a despeito da origem da mercadoria, às vezes duvidosa, os mesmos comercializavam com tranquilidade, sem intervenções policiais como os conhecidos “rapas”, onde a polícia ou outros funcionários públicos tomam mercadorias de vendedores que não possuem nota fiscal. Essa interferência, entretanto, só costuma ocorrer há poucos metros dali com negociadores, principalmente de telefones celulares usados, que ficam dentro da praça e que são conhecidos por interceptarem e comercializarem produtos roubados. As autoridades policiais, por sua vez, sempre fazem rondas de rotina pelo local e mais recentemente, com a criação da Guarda Municipal de Teresina, os membros dessa instituição passaram a se fixar por ali.

Porém, nem sempre a convivência parecia tão harmoniosa. Além dos desentendimentos que podiam surgir entre os vendedores informais quanto à divisão do espaço, sobretudo quando alguém que não era da “área” comercializava produtos ali, vez por outra cheguei a presenciar discussões, às vezes bem acaloradas, e vendedores com olhares desconfiados. A praça serve de moradia para pessoas em situação de rua e também acaba por atrair uma certa quantidade de pedintes, usuários de entorpecentes e indivíduos que praticam pequenos roubos e furtos, que se espalham pelas ruas das proximidades e entre as lojas.

Esta, por sinal, era uma das principais queixas dos comerciantes da região. Não raro, eles próprios se desentendiam com alguns desses indivíduos, acusando-os de roubar as mercadorias e disparavam gritos. Em outras situações, cheguei a ver ambulantes e até mesmo mototaxistas agredindo pedintes que estavam visivelmente sob efeito de drogas, ou podia-se presenciar alguém correndo atrás de algum rapaz por entre as ruas estreitas.

Embora na maior parte das vezes os vendedores fossem os mesmos, em algumas épocas do ano o movimento na área aumentava ou diminuía, acentuando-se nas proximidades de datas comemorativas, como o Natal, e aparecendo em menor quantidade aos sábados à tarde e domingos. Em uma das visitas no mês de dezembro de 2019, por exemplo, por volta das 16h30, uma forte chuva torrencial repentina dispersou quase todos os ambulantes da área e antecipou o fechamento de algumas lojas. Alguns, no entanto, resistiram no lugar, apesar de contarem apenas com a proteção dos guarda-sóis das barracas e carrinhos, ou cobriram as mercadorias enquanto aguardavam a chuva passar.



Imagem 7 - Carrinhos e bancas de vendedores ambulantes durante uma forte chuva.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

O cenário já me era familiar de outros tempos, mas a impressão que tenho é que parece haver ainda mais comerciantes do que eu costumava presenciar quando frequentava a região, principalmente devido as visitas ocorrerem nas proximidades das festas de fim de ano, em

dezembro, e pelo aumento do comércio informal em proporção à diminuição das vagas de emprego formal.

Do outro lado da rua, o movimento nos terminais de ônibus continuava grande, embora a cidade estivesse em processo de reformulação do transporte urbano com mudança nos trajetos das linhas, inserção de novos terminais nos bairros e corredores exclusivos de ônibus, semelhantes ao projeto *Bus Rapid Transit*, o BRT, que existe no Rio de Janeiro. A cada veículo que parava nos terminais, uma grande quantidade de pessoas desembarcava e seguia para o centro da cidade através da rua Areolino de Abreu, no sentido oposto ao que eu ia em direção ao Mercado. Nesse fluxo, era normal que eu esbarrasse em alguém mais de uma vez, ao tempo em que ia me desviando dos vendedores ambulantes.



Imagem 8- Movimentação de ambulantes e passageiros no final da tarde próximo

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

3.1.2 Os mototaxistas

Não são apenas os comerciantes que compõem a identidade da região. Outra presença constante nas esquinas próximas e nas calçadas do Mercado é a dos mototaxistas. Estes profissionais constituem um personagem que já faz parte do cenário e do cotidiano do centro da cidade, incluindo o próprio Mercado. Eles se fazem presentes em quase todas as esquinas das principais praças e logradouros, normalmente em grupos, em pontos devidamente sinalizados e credenciados, ou às vezes nas próprias ruas e calçadas, aproveitando a sombra das árvores e das construções.

Em Teresina, essa forma de transporte é bastante comum e popular, principalmente no centro, ajudando a complementar a oferta de serviços de transporte na cidade, que logo descobri, estava bem mais deficitária do que quando eu residia na região. Os “mototáxi”, como são mais conhecidos, são ainda uma das modalidades de transporte mais econômicas da cidade, perdendo em número de passageiros transportados apenas para os ônibus coletivos, e gozam de propriedade quando se trata dos principais endereços e bairros.

Eles são também conhecidos por aceitarem transportar pessoas para quase todos os cantos da cidade, incluindo aqueles que mesmo taxistas não querem aceitar. O contato constante e aproximado com os mais variados tipos de trabalhadores e indivíduos, de uma forma geral, possibilita que eles, de antemão, saibam como lidar, atrair e negociar suas “corridas” com os seus clientes, além de lhes conferir certa credibilidade e confiança entre os próprios teresinenses

Isto também se deve ao fato de que há alguns anos estes trabalhadores foram obrigados a passar por treinamentos periódicos, a portarem licenças para transporte de aluguel e registro junto à prefeitura e ao órgão de trânsito municipal, além de se adequar a algumas exigências, como a idade da motocicleta. O número de registro de cada profissional deve ser estampado no veículo e nos capacetes que obrigatoriamente são pintados na cor amarela, o que se tornou uma característica marcante desses transportes, e também nos coletes de identificação que devem ser utilizados.

Sentados em calçadas, em bancos e até mesmo em redes penduradas entre as árvores próximas às motos, que ficam enfileiradas em sequência de acordo com a “vez” de cada motoqueiro, sempre estão munidos de seus aparatos de proteção ao Sol: jaquetas *jeans*, camisas de manga comprida ou camisetas com braceiras – uma espécie de manga longa

removível usada para proteger os braços – , coletes refletivos, luvas e boné por baixo do capacete. Quando não estavam negociando uma “corrida” com os clientes, estavam sempre conversando entre si ou com os comerciantes, jogando cartas, dominós ou damas, ou comendo frutas ou algum dos vários alimentos vendidos ali.

Eles parecem dialogar bem, fosse com os demais profissionais das áreas onde eles se estabelecem, fosse entre si, mesmo entre os “motoqueiros” de diferentes pontos da cidade. Às vezes o tom das conversas se excedia e eu me assustava, por não saber se estavam brincando ou discutindo, o que de fato poderia acontecer, principalmente com os conhecidos molecotes que cometem furtos. Geralmente amigáveis, observam o movimento de pedestres, principalmente com quem parecia não ser da cidade, e mostravam-se à disposição para ajudar com informações, sabendo tratar de quase tudo da região, assim como o interlocutor que me acompanhou nas incursões demonstrou.

Tal como os ambulantes e permissionários, eles estavam dispostos a quase qualquer negócio para não perder o freguês. Algumas vezes as negociações poderiam demorar um pouco mais quando o cliente pedisse muito por um certo desconto. Em outros casos, eles poderiam aceitar até mesmo mercadorias ou outros objetos como pagamento pela viagem, porém, quando nenhum deles aceitava a oferta, mesmo depois de ter oferecido a vez para os outros colegas, era sinal de que o negócio era muito desvantajoso ou que se tratava de um perfil de cliente que eles já sabiam que não pagava ou que poderia colocá-los em risco.

A proximidade do encerramento do comércio era um dos melhores horários para esses trabalhadores, que aproveitam o grande número de passageiros à espera dos ônibus e que quase sempre saem lotados. Alguns contam ainda com clientes fixos, os funcionários das lojas das redondezas que fecham até pagamentos mensais para ir ou voltar do trabalho.



Imagem 9 – Ponto de mototáxi em frente ao Mercado. Ao fundo, pode-se observar um profissional sentado, consumindo uma refeição, enquanto os colegas ficam próximos às suas motos.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

3.1.3 Os feirantes

Há ainda os grupos de feirantes autônomos que comercializam frutas, legumes, temperos caseiros, raízes, produtos medicinais naturais, farinhas, biscoitos e doces que se aglomeraram em anexo ao Mercado, de modo que as estruturas das bancas de madeira se suportam nas suas paredes. É um verdadeiro “bazar persa”, como alguns escritores já descreveram, onde as cores dos produtos brilham à luz do forte Sol teresinense.

A presença desses profissionais na área, contudo, remonta desde os primeiros anos da cidade, e mesmo com a implantação de um mercado público ali, os vendedores autônomos continuaram a se espalhar pelas proximidades. Segundo alguns dos permissionários de dentro do Mercado, esses feirantes costumavam ocupar também outros espaços no centro da cidade, incluindo a Praça da Bandeira, mas, há cerca de 10 anos foram direcionados para aquela região pela prefeitura, numa tentativa de organizar o comércio ambulante.

Se entre os comerciantes de nacionalidades diferentes parece não haver grandes problemas, o mesmo parece não acontecer entre esses feirantes da área externa e os permissionários do interior do Mercado. Em tom de desabafo, a dona Maria de Fátima que tem uma banca no setor de hortifrúti, onde vende “garrafadas” de bebidas feitas de extratos naturais, conta-nos que os feirantes atrapalham bastante a venda de quem comercializa na parte interna do local. Eles são acusados de comercializar os seus mesmos tipos de produtos, de modo a convencer os clientes, que não precisariam mais entrar no Mercado para realizar suas compras. Ainda de acordo com esse relato, os próprios permissionários teriam também bancas na parte externa além de seus espaços no interior do edifício, configurando uma concorrência não muito leal a qual ela responsabiliza administradores do local e o prefeito da cidade de negligência, embora não haja impeditivos legais para isso.

Depois que eles colocaram essas bancas lá fora foi que piorou aqui, porque essas bancas lá fora tudo que a gente *bota* aqui dentro eles *botam* lá fora. Eu *botava* muita coisa, agora nem boto mais, porque tudo eles *botam e ataiam* o freguês, e é *aquela* ganância (Grifos meus.).

Os feirantes, que ficam sentados nas calçadas do Mercado, em pequenos bancos chamados “tamboretetes” ou em cadeiras, vão abordando os passantes que se aproximam ou que olham curiosos. A aparente calma da abordagem revela que aqui, pelo menos durante a semana, o exercício do ofício de feirante é que é o verdadeiro objetivo: não há disputa e nem agressividade para ver quem consegue mais clientes. Cada profissional toma conta de sua banca, parecendo gozar de uma sensação de estabilidade de quem sabe que pertence àquele lugar, indicando ou mesmo pedindo auxílio do colega ao lado, quando necessário.

Não obstante, os desentendimentos, por sua vez, não eram incomuns. A quem estiver mais disposto a conhecer os produtos, eles respondem às perguntas, explicando a origem, as melhores formas de consumo ou de preparo, e as finalidades para as ervas medicinais. Os preços são estabelecidos, mas se o freguês for convincente, há espaço para negociação, e mesmo diante de recusas, geralmente eles acabam por aceitar ofertas abaixo do esperado para não perder a venda. No meio do caminho onde essas barracas se amontoam é possível deparar-se com as entradas secundárias do Mercado, tal forma que, a naturalidade como ambas se entrelaça, torna impossível desassociar uma coisa da outra.



Imagem 10 - Feirante selecionando pimentas próximo a sua banca.

Fonte: Acervo da pesquisadora (2019).

3.1.4 Os permissionários

Já dentro das edificações do Mercado, as tardes passam calmas. A exemplo dos feirantes da parte externa, cada comerciante cuida do seu próprio negócio, e fica sentado à espera de clientes. Uns passam o tempo vendo TV ou com o rádio ligado. Outros organizam as mercadorias ou cuidam de alguma outra coisa na arrumação de seus negócios. Outros leem a bíblia ou mexem no celular.

Estes são os profissionais do Mercado mais privilegiados, por possuírem e atuarem em espaços no interior das edificações que formam o complexo. Conhecidos como permissionários, geralmente dispõem de lojas que ocupam pequenos cômodos, com ou sem divisórias, concedidos pela prefeitura de forma direta ou em mediante sorteios, e que podem ou não pagar taxas para fazer uso do espaço, distribuindo-se entre os dois pisos das três construções. Nas partes mais antigas, o material predominante dos *boxes* é a alvenaria. Em menor número em outros setores, e de forma mais acentuada na parte reformada, eles possuem estruturas e portas rolantes de aço ou de vidro. Alguns outros, embora não possuam áreas delimitadas e próprias, gozam de autorização para se instalarem nos pátios e

comercializarem seus produtos em cima de balcões ou bancas de madeira, semelhantes as encontradas do lado de fora.

Assim como os lojistas e feirantes do entorno, a maioria atua na região há no mínimo 10 anos, e muitos já herdaram o negócio de pais ou avós. A maioria, contudo, são senhores e senhoras, provenientes de diferentes bairros da cidade e mesmo de outras regiões, que atuam ali há décadas e fazem desse espaço não apenas o seu local de trabalho, mas parte de suas vidas, tendo presenciado suas diferentes fases e mudanças ao longo dos anos. Com efeito, embora também tenhamos feito uso de outras fontes de pesquisa para obter informações sobre o Mercado, de fato, foram as memórias dos permissionários que ofereceram a maior parte dos detalhes que escaparam dos registros oficiais.

A maioria deles é composta por senhores e senhoras que já atuam no local há anos, mas alguns estabelecimentos contam com funcionários mais jovens. Essa tranquilidade se refletia no atendimento, que não era formal ou especializado, mas pessoal e amigável, acompanhados de cumprimentos como “diga, meu bem”, “vamos dar uma *olhadinha?*”, por parte das mulheres, ou “boa tarde, meu patrão” quando os vendedores se direcionavam a outros homens.

De forma geral, dividem-se em comerciantes, que vendem desde produtos alimentícios de primeira necessidade a utensílios domésticos, confecções, artesanatos e uma vasta variedade de objetos, e artesões, que produzem e comercializam suas peças ali mesmo. Há ainda restaurantes, lanchonetes e até mesmo bares no interior dos prédios, movimentando o local de manhã até o fim da tarde, praticamente 7 dias por semana. Os negócios são tocados pelos próprios proprietários, às vezes contando com a ajuda de algum familiar ou mais raramente um funcionário.

Dentre os artistas, há a produção de peças de madeira, palha e barro, e o reaproveitamento de muitos outros materiais que, somados à criatividade de hábeis mãos, vão convertendo-se em presentes e obras de arte às vistas dos visitantes que se encantam com o processo, na medida em que os profissionais produzem suas peças ali mesmo em seus boxes, apesar das limitações espaciais. Assim, o Mercado não serve somente para a comercialização, mas faz parte de todo o processo de confecção, exposição e venda dos produtos.



Imagem 11– Artesão talhando uma peça em madeira em frente ao seu box na parte reformada.

Fonte: Arquivo da pesquisadora (2020).

A variedade e sazonalidade das produções no setor de artesanato revela que seus permissionários procuram estar atualizados com as tendências atuais para diversificar sua oferta e impulsionar as vendas durante as principais festas do ano. No período natalino, junino e durante a páscoa e outras ocasiões, os artigos, principalmente de palha, vão ganhando forma de acordo com os principais elementos dessas comemorações, e se multiplicam em encomendas, movimentando o dia a dia dos vendedores. Ali também o que não falta nas prateleiras são pequenas lembranças que levam o nome de Teresina e fazem referência à cultura da cidade.

Entre eles é perceptível as diferenças não apenas dos produtos comercializados, mas do perfil de cada permissionário, que varia de setor para setor, como mais à frente será descrito. Assim, os que tem seus empreendimentos localizados nas fachadas e partes externas do Mercado ganham mais visibilidade, possuem espaços maiores e até mesmo contam com estruturas similares as das demais lojas da região. Os que comercializam nos pátios delimitam seus espaços apenas por divisórias ou linhas imaginárias que demarcam a área para a exposição de seus produtos, assim como os que possuem pequenos comércios e pontos de

alimentação. Nas paredes ou em placas, de madeiras ou mais recentemente gráficas, inscrevem-se o nome do estabelecimento ou do seu proprietário.

Um ponto em comum a todos, contudo, são as questões relacionadas à estrutura e manutenção do Mercado que, de uma forma ou de outra, impactam seu cotidiano de trabalho e renda. De fato, esses profissionais podem ser considerados os principais responsáveis pela resistência que o centro de compras tem demonstrado diante dos contínuos desafios que enfrenta. Os relatos em forma de desabafo os quais ouvi, bem como muitas matérias jornalísticas que encontrei ao longo do processo de pesquisa, deram conta que as insatisfações com as condições de trabalho no local eram o principal motivo de reclamações e sustentavam as reivindicações que de tempos em tempos eram feitas para a administração e para a prefeitura.

Questões como a precariedade e a falta de conservação das estruturas, que geram problemas elétricos e colocam os estabelecimentos em risco, e sanitárias, como esgotos a céu aberto e coleta de lixo irregular e insuficiente, são apontadas quase que de forma unânime como responsáveis por diminuir a atratividade de fregueses e colocá-los em risco, posto que o local já sofreu com incêndios e frequentemente causa prejuízos decorrentes de goteiras, frequentes quedas de energia elétrica e a presença de insetos.

3.2 O MERCADÃO E SEUS ANEXOS

Não é apenas a forte presença do comércio, contudo, que caracteriza essa área que chama a atenção e impulsiona a atração de pessoas. O entorno do Mercado, cuja principal referência de localização é a praça, é emoldurado por algumas das construções mais antigas e emblemáticas da capital. Dentre as quais, separando-se do Mercado apenas por uma estreita rua, localiza-se a construção que atualmente abriga o Museu do Piauí. Mais ao norte, encontram-se ainda as construções da Igreja de Nossa Senhora do Amparo, o Palácio da Cidade, que sedia a Prefeitura Municipal, além de outros imóveis históricos, que também comportam órgãos públicos, formam o conjunto arquitetônico da Praça da Bandeira e que, apesar de dividirem o espaço com demais construções mais recentes, conferem um certo ar de nostalgia à região onde a cidade nasceu.

Não obstante, pude observar que o tal ar de nostalgia marcava não apenas a paisagem, mas também as mercadorias e o discurso de muitos dos permissionários e feirantes que conversei. Apesar da iniciativa que circundou a recente reforma do Mercado com a intenção de recuperar e reproduzir suas formas arquitetônicas originais, a percepção que estas pessoas tinham desse espaço estava fortemente ligada às suas formas de uso.

O complexo que oficialmente integra o Mercado Central São José, atual designação oficial, ocupa um quarteirão inteiro e é formado pela junção de quatro principais prédios construídos em períodos e para finalidades diferentes, cada qual contando com entradas que fazem frente às quatro vias que margeiam o local: o mais antigo, erguido na segunda metade do século XIX e que fica de frente para a praça; o da rua Riachuelo, construído em 1956; o da rua Lisandro Nogueira, de 1960; e o da rua João Cabral, que data de 1972. A sensação de continuidade, contudo, se dá entre os três anexos edificadas em intervalos de tempo menores, em contraste à parte mais velha, sobretudo após a reforma.

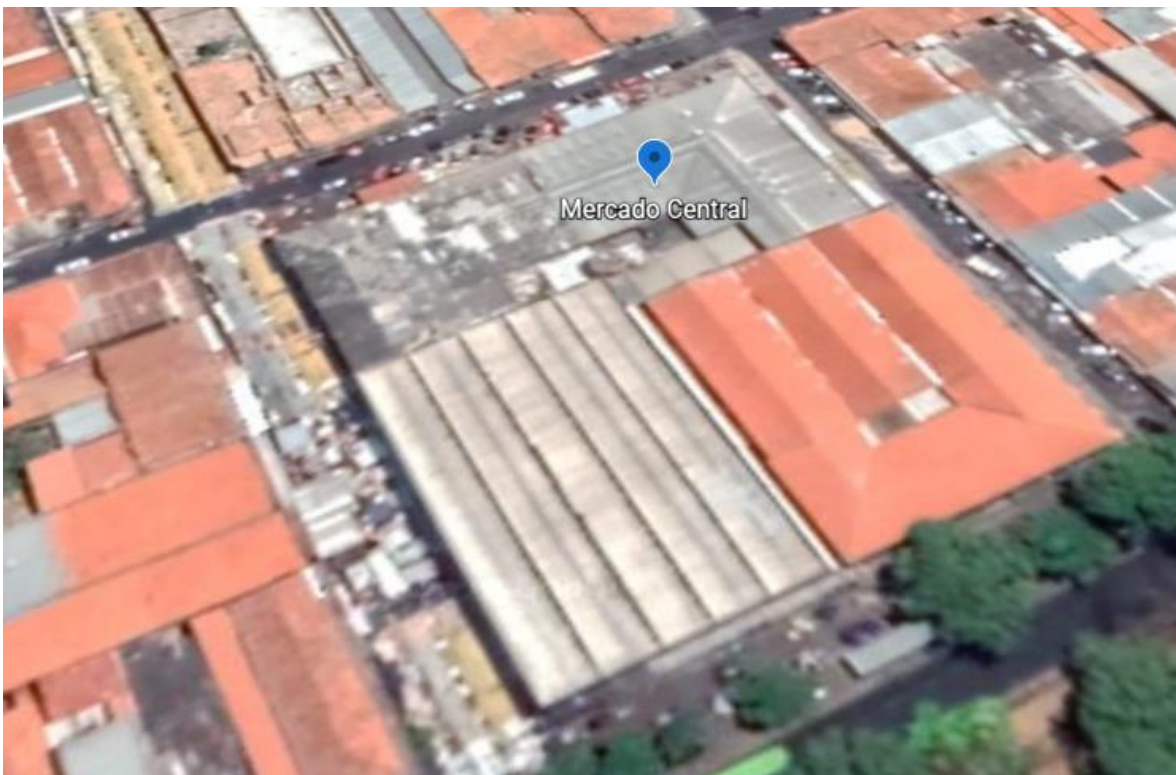


Figura 2 - Nesta imagem de satélite em 3D é possível perceber as diferenças entre os anexos que compõem o Mercado. Detalhe para a lateral esquerda tomada por barracas.

Fonte: Google Earth (2019).

Diferentemente dos demais mercados que costumam funcionar na madrugada ou bem cedo da manhã, o Mercado Central se adaptou ao horário comercial estipulado pelos demais

lojistas do centro. O horário oficial informado nos sites de busca é das 06 da manhã às 14h. Um papel estampado no local, entretanto, informa que o horário de entrada dos permissionários é as 07 da manhã, e a abertura dos portões para o público às 07h30. O horário de saída é às 18h. Na prática, a maioria dos estabelecimentos abre as portas entre as 08h e 09 da manhã, quando o movimento de pessoas começa a aumentar e o centro comercial entra em pleno funcionamento. Com efeito, após o fechamento do comércio, a região se torna deserta e até inóspita, com uma alta prevalência de furtos e roubos.

Nas fachadas que ficam de frente para a praça, algumas lojas se distribuem lado a lado com suas mercadorias penduradas e expostas na porta. Umas, cujos espaços fazem parte da estrutura do Mercado, outras que já não são parte, mas a proximidade denota a impressão de continuidade, tal modo que elas não apresentam diferenças entre si. São também as lojas mais privilegiadas por receber mais visibilidade, visto que ficam de frente para o terminal de ônibus e também podem ser percebidos imediatamente por quem transita pela praça e pelas ruas próximas. Os principais produtos à venda são calçados, bolsas e redes de dormir. Carlos, que me acompanhava em algumas das visitas, por sua vez, levou-me para conversar com alguns vendedores que lhe eram conhecidos e que ele costumava comprar mercadorias.

Os proprietários, homens de meia idade, que contavam com a ajuda de um ou outro funcionário, dividem-se entre as lojas, à espera de clientes, e transitando pela região. O primeiro deles, comerciante de bolsas, sequer lembra com exatidão há quantos anos atua no local. As mercadorias foram se adaptando aos gostos de cada época, e atualmente, ele vende mochilas, bolsas, bonés e outros acessórios. Com certa nostalgia, ele lembra como a região costumava ficar cheia, principalmente aos finais de semana, incluindo domingos, e como fregueses de outras localidades, como cidades do interior, eram presença constante. Em datas comemorativas, como o Natal, o proprietário relata que as vendas aumentavam expressivamente.

Porém, ele pontua que atualmente o cenário mudou bastante, e o Mercado já não recebe tantos fregueses como antes, inclusive nas últimas datas comemorativas, quando outrora o local ficava cheio, de modo que atualmente quase não há diferença entre as demandas sazonais e regulares. Ele entende que a diminuição do movimento tem a ver com a crise econômica que o país tem vivenciado nos últimos anos, e explica ainda como a área se tornou perigosa, com muitos “trombadinhas” e pessoas suspeitas circulando pela redondeza, furtando mercadorias e afastando os clientes. Em tom de crítica e desânimo, o comerciante

seguiu seu discurso responsabilizando os gestores públicos locais e federais pelas condições em que a economia e a segurança se encontravam, e expressou suas expectativas de que os novos eleitos pudessem mudar a situação.

Seguindo pelas ruas adjacentes, acessamos o interior do Mercado por cada uma dessas entradas. Orientada por meu interlocutor, iniciei a visita pelas portas que fazem frente à rua Lisandro Nogueira e que, tomaram a função de entrada principal das demais localizadas em frente à praça. Esse anexo do Mercado da década de 1960 foi estabelecido no governo de Petrônio Portela Nunes, destinado à comercialização de carne, e teria passado por reformas décadas depois, na gestão de Sílvio Mendes, em 2006. A fachada de pintura desbotada e com reboco descascando em alguns pontos emoldura as entradas por aquela via. É ali também onde ficam o espaço destinado ao depósito de lixo e é por onde caminhões fazem o carregamento e descarregamento de mercadorias, e o movimento de pessoas com carrinhos para carregar caixas, principalmente do sexo masculino, é intenso, sobretudo nas primeiras horas e nas últimas horas do funcionamento do local.

Uma das portas dá acesso diretamente às escadas que levam para o piso superior, uma das quais para o Restaurante Popular de Teresina, informado por uma placa na parede ao lado de outras placas que expõem dados sobre a segunda etapa da “reabilitação e reestruturação do Mercado Central São José”, os recursos e órgãos envolvidos.



Imagem 12- Entrada do Restaurante Popular.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

A que fica mais adiante leva ao tradicional setor de carnes, produto que durante muito tempo foi o “carro-chefe” do local. Vários permissionários, majoritariamente homens de meia-idade, distribuem-se entre balcões e pequenas bancas em um grande pátio, e a sensação é de que o local parou no tempo. Essa é a mesma lembrança que tenho do Mercado desde a infância, e provavelmente uma das mais marcantes, o que também denota que o espaço não passou por profundas mudanças, pelo menos nos últimos 20 anos. A área se destaca pelo característico cheiro de carne e peixe, principalmente de vísceras, como intestino e outros órgãos, e da popular carne de Sol, que ficam pendurados e expostos. Nesse setor o funcionamento se limita principalmente à parte da manhã, de modo que nos períodos da tarde poucos permissionários ocupam as bancas. No entanto, o movimento me pareceu bem menor do que em outras épocas.

Entre os poucos instrumentos auxiliares que os permissionários utilizam, algumas balanças, caixas de isopor e freezers, cujas ferrugens denunciam a idade, e as facas ensanguentadas. Quase não haviam pias ou locais para higienização, mas, a qualquer hora do dia o piso costumava estar molhado e com mangueiras no meio do caminho devido às constantes lavagens que os comerciantes, andando com galochas, fazem no setor. Durante os momentos em que estive ali, o movimento de pessoas não era muito grande, e sempre haviam bancas vazias, principalmente após o meio dia.

Nas visitas durante o mês de dezembro de 2019, no qual as notícias davam conta da alta inflação no preço da carne, o movimento era ainda menor, tanto de permissionários quanto de fregueses. Imagino que esse atual cenário em pouco deva lembrar a profusão de pessoas que anteriormente enchiam aquele setor em busca de carne fresca. Nas portas ao lado de fora, a visão é das bancas de legumes e verduras, e muitas donas de casa e cozinheiras aproveitam para fazer a compra completa de suprimentos.



Imagem 13 - Setor de frigorífico do Mercado.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Ali a estrutura e o ambiente de trabalho desses profissionais não se encontra nas melhores condições. Apesar de contar com alguns ventiladores de teto, poucos funcionam, tal modo que, durante a tarde, o forte calor que costuma fazer na cidade se mistura aos diferentes odores de carne que se fazem mais fortes nessa parte, e é quase impossível passar algum tempo ali sem suar. Para driblar a situação, a maioria dos profissionais possuíam ventiladores próprios. Nas armações do telhado, pombos e pássaros se acomodam e observam o movimento, enquanto no chão, há um ou outro gato deitado ou circulando entre os balcões.

No piso superior deste setor, acessível por uma das entradas e de uma escada, fica localizado o Restaurante Popular, construído por volta de 2007 e reaberto ao público em 2014, subsidiado pela Prefeitura Municipal. Oferecendo cerca de 1000 refeições completas no horário de almoço, o espaço é movimentado, entre as 11 da manhã e às 14h, pela presença principalmente de trabalhadores e estudantes, mas também atende pessoas em situação de rua e beneficiários de programas governamentais. A área ampla de mais de mil metros quadrados, possui instalações mais recentes e ventiladas, com capacidade para quase 300 pessoas ao mesmo tempo. A administração é de responsabilidade da Fazenda da Paz, instituição conhecida na cidade por empregar egressos de tratamentos terapêuticos de vício

em entorpecentes. Conta com uma equipe de funcionários, incluindo nutricionistas. Uma refeição completa, às vezes acompanhada de uma fruta ou suco, é oferecida pelo valor de R\$2,50.

Durante um almoço numa tarde de terça-feira no mês de janeiro, o movimento de pessoas no local estava baixo, suponho que por conta do período de férias, mas ao sentar em uma das mesas coletivas o que não faltavam eram pessoas contando histórias que revelavam o cotidiano. Mototaxistas, idosos aposentados e trabalhadores com uniformes das lojas próximas se acomodam segurando suas bandejas de refeição. Alguns comentam das chuvas que estavam causando estragos pela cidade, outros da situação dos bairros, da posição do time favorito em algum campeonato de futebol ou das últimas notícias dos jornais. Um ou outro reclama do cardápio do dia, que na ocasião era “Maria Isabel de frango”, prato famoso local composto por arroz misturado com pedaços de frango, ou volta para a bilheteria para comprar mais uma ficha que garante outra refeição.

Antes da inauguração do novo espaço, o setor de artesanato também ficou concentrado nesse piso enquanto a área que lhe correspondia se encontrava em reforma, bem como as salas da administração do Mercado. Lembro-me que, em uma das minhas visitas a esse setor enquanto ainda estava na faculdade de turismo, provavelmente entre os anos de 2014 e 2015, este andar era repleto de permissionários e mercadorias, como enormes produtos em palha e madeira, principalmente cestas, que ficavam empilhados em grandes quantidades nos corredores pouco iluminados. Já nas incursões mais recentes após a transferência desse setor para o anexo mais antigo que recebeu intervenções, observei como o espaço ficou completamente vazio, e nenhuma das lojas que antes atuavam ali ainda estavam em funcionamento, restando apenas o restaurante e umas poucas placas com o nome dos estabelecimentos.

A iluminação, ou a falta dela, por sinal, foi uma das questões que mais me chamaram a atenção em quase todos os setores. Na medida em que seguia pátio adentro, a área ia ficando mais escura, com poucas aberturas que permitissem a entrada da luz solar. O sr. Francinaldo, que comercializa carnes e pescados há mais de 15 anos, conta que é comum que pessoas caiam ao subirem as escadas por conta da baixa iluminação, principalmente idosos. Não há lâmpadas e a pouca luz que chega até ali provem das janelas e portas dos outros setores, ou pelas frestas do telhado. Um ar de abandono parece dominar o ambiente, diminuído pela vista

panorâmica que se tem para o pátio no piso térreo. As salas que comportam os escritórios da administração tampouco pareciam estar em funcionamento.



Imagem 14- Espaço onde ficavam as lojas de artesanato antes da mudança.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Já o anexo situado na rua João Cabral, as entradas se misturam às barracas que ocupam aquela via. A edificação data do ano de 1972, na gestão de Joel da Silva Ribeiro para comportar bancas de frutas, verduras e uma praça de alimentação, que passou por uma reforma na década de 1990, conforme uma placa de metal afixada em uma coluna informa. Em uma das entradas que ficam nessa rua, chega-se a um corredor, onde o forte cheiro de couro já anuncia o que se encontrará pela frente. Nesse setor, diferentes temporalidades se encontram, com a presença de bancas com os mais diversos tipos de produtos agrícolas, de uma realidade que já parece distante da moderna capital piauiense, cujo principal destaque na economia é o setor de serviços.

Entre os produtos: chocalhos para animais, selas de montaria, lamparinas, redes de pesca e a tradicional indumentária de vaqueiro totalmente produzida em couro, além de outros utensílios e ferramentas que costumam ser empregados nas zonas rurais, como enxadas e demais ferramentas. Há também as lojas especializadas em calçados, desde botas às típicas sandálias usadas pelos sertanejos, e bolsas de couro “cru”, remontando à importância e influência que a pecuária teve no Estado ao longo da história.

Mas a venda desses produtos, apesar de não parecer mais fazer sentido na moderna Teresina, não é apenas emblemática: os objetos ainda têm bastante utilidade, sendo o público alvo desse setor que, durante décadas, continua a ser composto por clientes fiéis oriundos de outras cidades, principalmente do interior do Piauí, onde a criação de animais ainda é a principal atividade econômica e de subsistência, e que ainda têm o Mercado por referência na compra de tais itens, como nos conta um dos permissionários que já atua no local há 19 anos.

Porém, a presença desse tipo de mercadoria também atrai a curiosidade dos visitantes e, aproveitando-se disso, alguns permissionários cobram para que os curiosos possam tirar fotos com os artigos. Nesse setor, por entre as lojas de ferramentas e objetos em couro, e aproveitando o fluxo de pessoas, misturam-se também as bancas que comercializam lembranças de Teresina, como chaveiros, camisas e imãs, bem como doces e bebidas típicas, como rapadura, aguardentes, cachaça, licor de frutas regionais e a famosa cajuína.

Neste setor é claro entender porque o Mercado é comumente descrito como uma feira aonde de tudo se encontra. Não há divisões muito específicas: alguns permissionários se acomodam com suas mercadorias em pequenos cômodos sem janela, outros em bancas no meio do corredor e há ainda alguns comércios com pequenas bancadas e produtos expostos em prateleiras ao fundo. Entre eles, ainda alguns de portas fechadas e vazios, com suas placas ou letreiros na parede indicando o nome do proprietário do estabelecimento.



Imagem 15 - Setor de produtos rurais e ferramentas.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).



Imagem 16- Indumentária de vaqueiro em couro: visitantes podem fotografar com a mesma mediante o pagamento de uma taxa.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Esse trecho, que na verdade é um corredor simples, com piso em cimento bruto e cobertura metálica, encontra-se na divisória entre dois importantes setores do Mercado, porém, completamente distintos: a parte mais antiga, que agora está totalmente reformada, e a parte mais recente, porém que atualmente aparenta ser mais antiga e sem intervenções muito recentes. O contraste fica evidente.

Em uma das laterais ficam os corredores que levam ao setor de hortifrúti e carne, e também há um espaço com uma pequena praça de alimentação, onde há lanchonetes e restaurantes comercializando lanches e pratos feitos, e bares com música alta, ocupados por pequenos grupos de senhores bebendo cerveja, aparentemente com muita familiaridade com o local. Após o período do meio dia, esses indivíduos jogam conversa fora ou jogos de cartas ou tabuleiro, indiferentes à movimentação do Mercado. É nessa parte onde também se distribuem alguns pequenos comércios no estilo “bodega”, em que se pode comprar diversos tipos de alimentos e grãos a granel, além de produtos de cesta básica.



Imagem 17- Homens à mesa de um bar. Ao fundo é possível ver as paredes da edificação original reformada.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).



Imagem 18- Alimentos a granel à venda.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

A exemplo dos outros setores, não há janelas que permitam iluminação e ventilação nessa parte, de modo que também é quase obrigatório que cada permissionário tenha de improvisar com seus próprios aparelhos e lâmpadas numa tentativa de tornar o ambiente mais agradável. O piso estava sempre úmido e a combinação desses dois fatores mais um dos vários odores característicos do Mercado. Mais ao fundo, o número de cômodos fechados e bancas de madeira vazias ou cobertas também é expressivo, sem sinal de proprietário nas proximidades. Aos fundos e no fim dos corredores já quase não há luz e poucas ou quase nenhuma pessoa circula por ali.



Imagem 19 - Cômodos e bancas vazias.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

A parte onde ficam os vendedores de frutas e verduras, a exemplo do setor de carnes, é formada por um grande pátio onde se distribuem bancas de madeiras com boas variedades de produtos, geralmente frescos. Aqui, diferente do Mercado Municipal de São Paulo, por exemplo, não há produtos exóticos expostos em pilhas e comerciantes com aventais ou uniformes: tudo é bastante simples, e os produtos comercializados são os que fazem parte do dia a dia do teresinense. Algumas hortaliças ficam expostas dentro de bacias com água, outras são comercializadas em conjunto dentro de pequenas redes.

Aqui também parece haver tido um declínio no número de profissionais. A vendedora de remédios naturais Maria de Fátima, cresceu acompanhando a mãe vender seus produtos no Mercado e seguiu o ofício. Moradora de um bairro na zona norte da cidade, sua jornada de trabalho, de segunda à sábado, inicia-se por volta das 8h da manhã, “não muito cedo”, como ela mesmo diz. Embora já esteja habituada, ela atesta as diversas dificuldades de trabalhar no local, intensificadas nas últimas décadas. Além das divergências e disputas com os feirantes que ficam do lado de fora, fica clara a insatisfação dos permissionários quanto à administração do local.

Pude observar essas questões em relação a minha própria presença no espaço. Por várias vezes, fui questionada se era da prefeitura, até mesmo por mais de uma vez pela mesma pessoa. Suponho que as perguntas em relação às condições de trabalho tenham suscitado nos comerciantes a expectativa de alguém procurar saber o que os incomodavam para oferecer alternativas. Quando eu informava que era apenas uma estudante em pesquisa, a reação deles me fez pensar se eles, na verdade, ficavam decepcionados ou aliviados.

Nesse contexto, a senhora alegava que faltava uma melhor gestão do espaço por parte dos administradores, que não seriam sensíveis aos seus verdadeiros problemas, e uma solução definitiva aos conflitos na limpeza e deficiências na segurança, que a fizeram vítima de um furto de produtos em uma certa ocasião. Bastante incomodada, ela destaca a limpeza como uma das principais questões a gerar entraves. Segundo ela, apesar da existência de varredores contratados pela prefeitura, o atual diretor teria pedido aos permissionários que mantivessem seus locais de trabalho limpos, atribuindo tal responsabilidade a eles, o que a referida senhora parecia não gostar da recomendação, pois isso seria uma atribuição que já fazia parte da sua rotina de trabalho.

Outro ponto bastante enfatizado pela mesma foi a falta de segurança no Mercado e a falta de controle na entrada de pessoas. De fato, as várias entradas que dão para diferentes ruas possibilitam a circulação livre de pessoas e o acesso a qualquer um dos setores. Também haveria vigilantes, mas a presença destes não impedia a ocorrência de furtos e a entrada de delinquentes. Em sua opinião sobre o espaço, ela reiterou diversas vezes a necessidade de organização:

Aqui é uma coisa que tinha que ser organizada, tinha que ser *limpinha*, ser uma coisa bem organizada e não é. Não tenho estudo, mas eu entendo muito bem que aqui deveria ser uma coisa limpa, uma coisa bem organizada, mas não é. Não é de maneira alguma. É uma coisa *assim* que parece um cemitério [...]. O mercado deveria ser uma coisa mais organizada, deveria ter uma pessoa para tomar providências, uma fiscalização, deveria tanta coisa aqui dentro. Os ladrões roubam nas paradas [de ônibus] e jogam os documentos debaixo das bancas, vem trocar de roupa aqui dentro do mercado e nenhuma providência é tomada, e isso aí é muito ridículo. A gente trabalha aqui dentro e a gente só vê toda hora *um monte* de ladrão. Por que não tomam providência? [Por que] um policial não entra aqui dentro desse mercado e toma uma providência? (Grifos meus)

Quando perguntada sobre o que achou da reforma que o prédio ao lado passou, dona Maria de Fátima não foi otimista, e nos conta que os profissionais daquele setor foram prejudicados pela demora na reforma e pelas novas instalações. Uma outra atitude que seria repreensível, é de que lojistas de fora do Mercado conseguiram boxes nas novas instalações,

o que seria injusto, já que “quem é de fora tinha que ficar mesmo lá fora”. Ela ainda não havia observado quaisquer impactos positivos desse processo no anexo em que atua, incluindo a presença de visitantes, o que sugere que as possíveis vantagens da execução dessa primeira etapa só se aplicaram aos permissionários do edifício contemplado.

A vendedora tem conhecimento de que outras etapas do projeto estariam previstas há mais de um ano para também ocorrer no anexo em que trabalha, mas ela não parece confiante que a ideia siga adiante, pois as obras nunca se iniciaram, embora a previsão tenha sido para o ano de 2018. A incredulidade diante das promessas de melhorias é unânime entre os permissionários que comercializam produtos perecíveis, que relatam que o setor recebeu apenas reparos pequenos nas últimas décadas. Todos os que ouvi se queixavam da urgência de uma grande reforma nas edificações e reforçavam que esses clamores eram constantes aos gestores da cidade e à administração do local, de tal forma que um certo político estaria até mesmo evitando ir ao Mercado para não ter que lidar com as reclamações.

A proximidade das novas eleições municipais a ocorrer em 2020 e que encerrariam a gestão do prefeito Firmino Filho, na qual a reforma foi iniciada, foi outro fator que, para a dona Fátima, iria postergar ainda mais a suposta continuação do projeto. Soma-se isso à notável demora de quase 5 anos e o despendimento de recursos que envolveu a intervenção no prédio vizinho, diminuindo a confiança da população no que diz respeito às obras.

Se reformassem era outra coisa, mas isso aí não *tá* valendo nada, porque isso aí só [vende] é calçado, eles botaram gente lá de fora. Não serviu de nada essa reforma. (...) Faz tempo que deram um dinheiro para a reforma e não sei o que eles fazem com esse dinheiro, o povo diz que não sai, eles “comem” o dinheiro e não *faz* nada (Grifos meus).

Subindo algumas escadas sinuosas de degraus largos, mais antigas que as disponíveis no outro anexo, chegamos ao outro lado do piso superior desse prédio. Este andar é onde se localiza o que poderia ser considerado o setor gastronômico do Mercado. De imediato nos deparamos com um grande salão, destinado a acomodar a principal praça de alimentação. Tal parte parecia mais arejada e conservada e é mais recente que as demais, com paredes pintadas em amarelo e telhas metálicas.

Os restaurantes são improvisados nos pequenos boxes, formados por paredes à meia altura cobertas de azulejos e divisórias, onde são acomodados os fogões com grandes painéis de alumínio, varais, onde panos de prato são pendurados, e algumas poucas mesas e cadeiras de madeira cobertas com toalhas de plástico para servir os clientes. Essas, porém, não

pertencem ao local, mas aos próprios permissionários, e se limitam às frentes de seus respectivos estabelecimentos. Assim, sobra bastante espaço no pátio, onde uma e outra pomba faz pouso.

O ambiente é simples, aconchegante e familiar: não há cardápio, nem garçons e a comida é caseira, sem extravagâncias, no formato “prato feito”. Geralmente o custo da refeição é de R\$10,00, mas algumas cozinheiras adaptam seu preço ao bolso do freguês, e servem porções menores de acordo com a condição do pagante. A luz solar entra através de pequenas aberturas nas paredes, e os pequenos restaurantes são quase unânimes quanto à disposição de seus móveis: fogões, geladeiras ou freezer, uma tv e um ventilador.

Aqui também é possível consumir, desde cedo da manhã, pratos tradicionais da região como cuscuz, sarapatel, buchada e panelada, conhecidos por levarem vísceras de animais, principalmente bode, na composição. O local é comandado por mulheres, e há poucos homens, normalmente filhos ou maridos das cozinheiras, e tudo é negociado diretamente com elas, as senhoras que se dedicam ao ofício há décadas. A rotina de trabalho começa cedo, e os pratos são preparados ali mesmo. Durante o horário de almoço, convidam os passantes para almoçar, mas a maioria já possui seus próprios clientes fixos, compostos por trabalhadores das redondezas e aposentados. Às vezes, contam com a ajuda de uma filha ou parente mais nova, mas muitas atuam sozinhas.

Uma delas, a senhora Maria da Conceição, de 80 anos de idade, sequer se lembra há quantos anos já trabalha no Mercado, mas, segundo seus cálculos, faz pelo menos 40 anos. Ela trabalha preparando pratos de comida desde quando era “mocinha”, inicialmente em outros lugares, até se estabelecer no Mercado, onde se acomoda em um pequeno cômodo que com seu fogão, uma pia e algumas panelas antigas de alumínio. Seu dia começa por volta da 08 da manhã, quando chega da sua casa no residencial Betinho, localizada no bairro Angelim, extremo sul da capital, e se encerra por volta das 15h, após terminar a limpeza e organização do espaço.

Emocionada, ela fica em lágrimas ao relatar que foi abandonada pelo marido aos 27 anos, e desde então sustentou seus dois filhos, e agora os netos, sozinha, apenas vendendo “de comerzinho”, e que é muito grata por ainda estar “em forma” e trabalhando enquanto tantas outras pessoas já se foram. A forma paciente e usando as palavras no diminutivo em que a idosa nos conta sua história, evidenciam o carinho com que ela exerce seu trabalho.

Ela, que se orgulha em contar que é uma das cozinheiras que vende os pratos mais baratos no setor, relata que seus principais clientes são pessoas que trabalham nas proximidades ou que sempre frequentam o local. Em seu cardápio não há uma especialidade: apenas pratos “baratinhos”, como frango, caldos com ossos, carne de porco e às vezes torta de ovo e peixe, já que agora a carne de gado estava numa “carestia medonha”. Enquanto ela comercializa por R\$6,00 ou R\$8,00 e até mesmo por R\$5,00, as demais cozinheiras do outro lado do pátio vendem suas mercadorias a R\$10,00. A matéria prima para suas refeições também é adquirida junto aos demais comerciantes e nas bancas das proximidades.

Para dona Maria, trabalhar no local não é apenas realizar o trabalho que a mantém, mas constitui a sua vida, é o que a faz se sentir útil. Apenas motivos de doença a fazem deixar de ir trabalhar. Quando perguntei se de alguma forma a reforma de uma outra parte tinha melhorado em algo, ela deixou evidente que não houve diferença. Entretanto, o que realmente impactou seu trabalho foi a reabertura do Mercado Popular, situado na outra parte do mesmo andar, que apesar de atrair mais gente ao local, teria atrapalhado bastante suas vendas, já que as cozinheiras não tinham condições de competir com os baixos preços praticados pelo local, revelando uma outra disputa entre o poder público e os permissionários.

A construção do Restaurante Popular do Mercado Central representou uma iniciativa municipal, em parceria com associações de comércio, em resposta à existência de restaurantes do tipo gerenciados pelo governo estadual e que integravam políticas públicas de combate à fome, na medida em que ofereciam refeições completas a baixíssimo custo. Visando atender às camadas de baixa renda e em situação de risco residentes e frequentadoras do centro da cidade, o estabelecimento democratizou e ampliou a oferta de refeições completas, mas parece não ter havido consenso e nem mesmo uma forma de integração junto aos demais vendedores de comida do local que se dedicam apenas à venda de pratos prontos para almoço. Até mesmo o preço cobrado pela refeição para permissionários e feirantes do Mercado era mais caro que o cobrado para beneficiários de programas sociais na época da última reforma do restaurante, sob a alegação de que o subsídio municipal não contemplava àquela população, como relatado em notícia da época.

Por outro lado, o controle e organização, que é empregado nos processos de preparação e de servir em grande escala do restaurante, assim como a diversificação do cardápio elaborado por nutricionistas que também acompanham a rotina de almoço, colaboraram para que o estabelecimento ganhasse credibilidade junto à população, principalmente aos grupos

mais jovens, como estudantes, em oposição às práticas simples consideradas mais rudimentares adotadas pelas cozinheiras. Além disso, ocasionalmente também são realizados eventos promocionais e culturais no restaurante, chamando ainda mais atenção para o espaço.

De fato, é possível observar que a principal referência gastronômica do Mercado, veiculada pelos discursos oficiais em sites e jornais, é o Restaurante Popular, enquanto pouco se menciona o setor formado pelas senhoras que preparam refeições, e a atratividade maior de pessoas no horário de almoço acaba sendo para esse espaço. Há ainda a existência, no outro lado da rua, da praça de alimentação do Shopping da Cidade que é bastante semelhante à existente no Mercado, mas que ganhou mais notoriedade em relação à venda de pratos feitos por cozinheiras. Com efeito, a senhora nos relatou que:

É bom [trabalhar aqui]. A venda é *mole*, mas a estadia aqui é *bom*. Porque a gente se diverte, a gente conversa. A gente se ‘enterte’ [entretém]. Estou aqui desde quando isso aqui foi construído. Aqui de primeiro vendia era fruta, aí depois tiraram as frutas, botaram lá para baixo e botaram as cozinheiras pra cá. [...] Aqui pra nós tá *mole*, sabe por que? Porque *bem ali* tem um restaurante de R\$2,00 reais. Ai o pessoal daqui que trabalha aqui, não come aqui *mais* nós, *vai* comer tudo lá. [...] Mas esses de fora mesmo, que antigamente antes de ter esse restaurante *comia* tudo *mais* nós, tinha *mais* freguês. Mas com o restaurante de R\$2,00 vão tudo para lá (Grifos meus).

Na sua opinião, a idosa não costuma presenciar a visita de muita gente “de fora” da cidade. Ela diz que é difícil, e que “aqui no Mercado parece que não anda turista”. Às vezes, ela observa a chegada de alguns grupos, “um bocado de mocinhas e rapazinhos” que, porém, chegam pelo espaço, olham e depois vão embora sem consumir nada



Imagem 20 - Praça de alimentação no segundo piso.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

3.3 “MUDE O QUE MUDAR, ALI SERÁ SEMPRE O MERCADO VELHO”

Descendo as escadas e acessando os corredores, ou indo diretamente pela Praça da Bandeira, como era meu caso na maioria das vezes em que visitei o local durante a pesquisa, chegamos à parte reformada, cuja reinauguração aconteceu em dezembro de 2017, com a expectativa de visualizar as mudanças e as percepções dos permissionários sobre o novo espaço.

De imediato, percebemos as estruturas e janelas novas, e as paredes pintadas que destacam esse prédio, em comparação aos demais anexos, de forma que mal parecem constituir um mesmo estabelecimento. O novo telhado em cerâmica, completa de forma harmoniosa o quadro. Embora a nova fachada conserve os elementos semelhantes aos originais, as grandes aberturas emolduradas por arcos, que antes eram diferentes entradas, agora são atravessadas por barras de aço, de modo que haja apenas uma entrada principal. Próximo ao telhado, modernas lâmpadas de *led* coloridas, prometem valorizar a fachada do

local durante a noite. A construção reproduz o estilo arquitetônico mais antigo, mas a parte interior inspira um ar mais “moderno”.

Na grande calçada de cimento que faz frente ao local, alguns mototaxistas ou passantes se sentam confortavelmente para conversar, fazer um lanche e aproveitar a sombra das árvores, compartilhando o espaço com jarros de planta, revelando como o local parece tão familiar para as pessoas, apesar da nova face. Vez por outra, algum vendedor ambulante também se fixa por ali para expor suas mercadorias.

Logo eu descobriria, através dos permissionários, que as diferenças entre essa edificação e as demais que compõem o Mercado não eram apenas físicas, mas também interferiam no perfil dos visitantes e fregueses. Assim, boa parte do público desse anexo seria composta por usuários dos ônibus que desembarcavam no terminal que fica em frente ao local, e pessoas que vinham da praça. Em contrapartida, o público que costumava acessar as demais entradas, como a da rua Lisandro Nogueira, seria diferente, e geralmente era proveniente de outras áreas do centro.



Imagem 21- Edificação principal do Mercado após ser reformada.

Fonte: Acervo do pesquisador (2018).

Uma placa na entrada com o título “Mercado São José”, informa as direções para a área de artesanato, os banheiros, o acesso ao elevador e ao memorial. Em cima da mesma já é possível ver parte do mezanino próximo ao piso superior. O piso em estilo cimento queimado, conta até mesmo com demarcações limitando o espaço das lojas, e nas paredes há placas de sinalização. O telhado em cerâmica completamente novo, possui um trecho, próximo ao mezanino de material transparente que permite a entrada da luz solar.

O movimento de pessoas ali, contudo, era variável. Em alguns momentos parecia ser maior que nos outros anexos, em outros até mesmo menor. Em contraste com àqueles, este revela as preocupações com o planejamento e adequação na organização do espaço, contando com um elevador acessível para cadeirantes, corrimãos próximos às escadas e extintores de incêndio fixados nas paredes, além de um sistema de iluminação com lâmpadas que ajudam a valorizar os produtos.

As lojas que ocupam a entrada principal da edificação comercializam principalmente bolsas de todos os tipos, calçados, chapéus e roupas, a exemplo das demais que ocupam a mesma posição no anexo ao lado. As mercadorias são expostas em manequins e penduradas em frente aos pequenos boxes, apoiadas nas paredes e nas colunas da construção. Devido à pequena área destinada aos estabelecimentos, a maioria dos comerciantes fica sentada ao lado das portas das mesmas.

De imediato, deparo-me com o senhor Simplício, que observava com atenção minha movimentação pelo local. Ele me conta que atua no Mercado há “apenas” 56 anos, sempre naquele setor. Iniciou sua trajetória vendendo joias, “joias mesmo”, como ele fez questão de enfatizar, como anéis e cordões de ouro na parte externa do Mercado, e depois conseguiu junto à prefeitura um espaço dentro do mesmo. Depois da entrada de um determinado governante cujo nome não fica bem claro, ele disse que parou de vender esses produtos e passou a vender confecções durante um tempo e, por fim, passou a comercializar bolsas, pois eram os produtos que estavam “em alta”.

Sua rotina de trabalho normalmente vai de 8 da manhã às 17h, quando ele abre as portas de vidro de sua pequena loja abarrotada de produtos, organiza as mercadorias do lado de fora e senta-se em uma cadeira de plástico ao lado. Quando indaguei o que tinha mudado, em sua opinião, após a reforma, ele afirma que o espaço ficou bem melhor, perguntando-me, em contrapartida, se eu lembrava como era antes desse processo. Como eu não me recordava

muito bem, ele descreve o antigo telhado sustentado por velhas madeiras feitas de carnaúba que datavam mais de 120 anos de idade.

Sr. Simplício também conta que em termos de segurança, as melhorias foram notáveis, e a edificação conta com dois vigilantes que se dividem em turnos durante o dia e a noite, além do contingente da Guarda Municipal que circunda o local. Com isso, os clientes e passantes se sentem mais à vontade, sentam-se nas calçadas e corredores do Mercado. Os permissionários, por sua vez, sentem-se mais seguros em relação às suas mercadorias, e a taxa que o senhor paga para ter seu estabelecimento no local é de R\$60,00.

Já as vendas, segundo ele, pioraram e o movimento diminuíra bastante, principalmente devido ao fato de que sua loja, que antes se estendia em direção à rua e fazia parte da fachada do Mercado, foi recuada consideravelmente para dentro da edificação e para priorizar um corredor, de modo que a visibilidade por parte dos passantes ficou prejudicada e restringida a quem de fato adentra o Mercado.

Em outros tempos, ele lembra, nossa conversa provavelmente seria interrompida pela constante presença de clientes, inclusive vindos do Brasil e do mundo todo “aos montes”, e pela movimentação intensa de pessoas pela região. Atualmente o cenário é “fraco”, como ele diz, as vendas são escassas e mesmo a presença de visitantes ou turistas teria diminuído muito, apesar da reforma gerar expectativas de atrair muito mais pessoas ao local.



Imagem 22 - Sr. Simplício sentado próximo ao seu estabelecimento na entrada do Mercado.

Fonte: Acervo do pesquisador (2020).

Seguindo adiante, uma simpática senhora costumeiramente ficava sentada próximo às portas dos banheiros, que exibem avisos informando a taxa para uso: R\$1,00. Assistindo a uma TV portátil, mostrava-se sempre à vontade no local, portando uma pochete ao redor da cintura onde guarda os valores recebidos pelos usuários do banheiro, e com a aparente tranquilidade de quem está com seu trabalho feito: o cheiro do aromatizador usado nos sanitários chamou a minha atenção e do meu acompanhante, que ao perguntar para a senhora “que cheiro era aquele”, a mesma recebeu a pergunta em tom de satisfação. Ela não fazia “cerimônia” ao perceber que o passante estava em busca de informações.



Imagem 23 - Placa em banheiro da parte reformada.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Ela nos conta que trabalha no Mercado há bastante tempo, e que durante as obras daquele edifício, foi transferida para outro setor, e com a conclusão das mesmas, foi deslocada para cuidar dos banheiros. Em algumas ocasiões, ao me ver conversando com outros funcionários ou fazendo fotografias, ela questionava se eu era estudante e o que estava buscando, e não economizou elogios quando percebeu que eu falava sobre a reforma do espaço que, segundo ela, “ficou maravilhoso” e que “não havia nem palavras para descrever”. Perspicaz, ela ressaltou ainda as melhores condições do espaço e os banheiros, sempre limpos. Essa opinião, contudo, não seria compartilhada por todos os profissionais que atuam nesse setor, como logo pude observar.

O grande pátio acomoda o setor de artesanato e, em menor número, de confecções. Pequenos boxes com tamanho padronizado se espalham no amplo espaço, a maioria ocupado por lojistas e artesãos que atuavam no segundo piso do anexo vizinho. Como nos demais anexos, os permissionários ficam sentados do lado de fora de seus estabelecimentos, que se ocupam com as mercadorias, e alguns artesãos esculpem suas artes por ali mesmo, às vistas de quem passa. Nas tardes de janeiro, quando o clima em Teresina é mais ameno, o local parecia fresco e silencioso e oferecia um refúgio à movimentação e calor das ruas ao lado de fora.

Um altar com uma imagem no estilo arte santeira, esculpida em madeira e circundada por pequenos anjos no mesmo material do santo católico São José, faz referência ao padroeiro que leva o atual nome do Mercado, e foi produzida por artesãos locais. Na minha visita próxima ao Natal de 2019, as referências da festa católica também estavam ali. Um lindo presépio artesanal feito de palha e barbante recepcionava os visitantes. Esses tipos de peça, redes de dormir e objetos em madeira, por sua vez, distribuem-se pelos corredores e em frente aos boxes, formando um mostruário que também decora o ambiente.

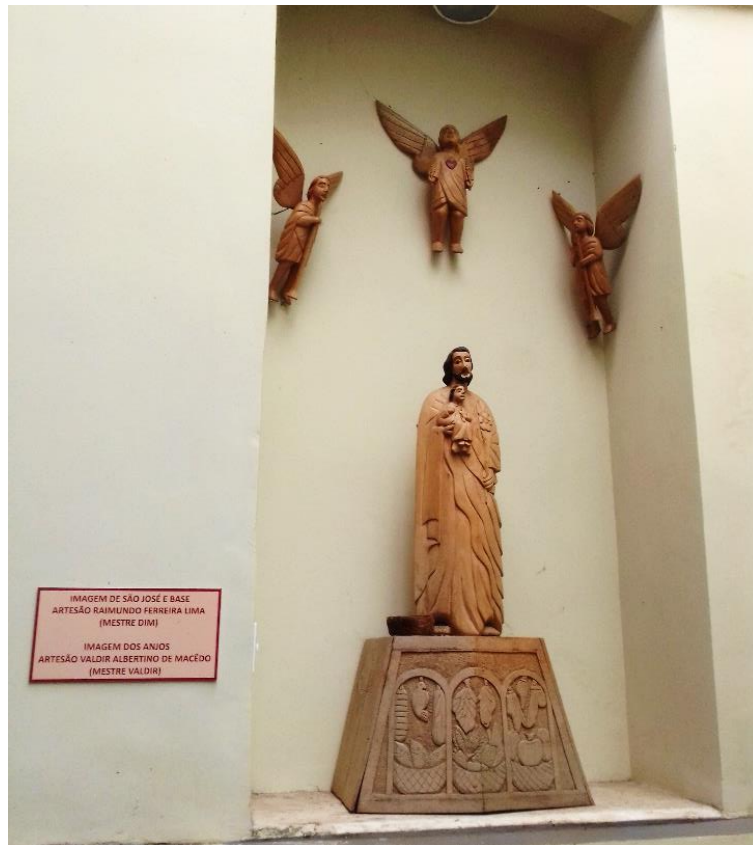


Imagem 24- Arte santeira de São José próxima à entrada do Mercado.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Os elementos originais descobertos pela reforma de 2017 estão expostos por todos os lados, juntamente com as novas características conferidas pelo processo, numa tentativa de harmonizar dois momentos da história do Mercado. Os tijolos de alvenaria e as técnicas empregadas na primeira construção são informados aos visitantes através de inscrições em placas.



Imagem 25- Parte da alvenaria original exposta.

Fonte: Acervo do Pesquisador (2019).

Aqui também o espaço dos boxes é bastante limitado. Alguns possuem portas, outros não, para melhor aproveitamento da pequena área. A maioria deles comercializam peças semelhantes e utilizando o mesmo tipo de material, principalmente palha, madeira e barbante, mas também em cerâmica, que são tanto adquiridas com os artesãos, como produzidas ali mesmo. São cestas, bolsas, chapéus, esculturas, bijuterias, utensílios domésticos, entre outros artefatos, que tornam o Mercado referência na venda de artesanato, inclusive usado para presentes, convites de casamento e decoração de festas.

Há ainda uma grande variedade de souvenirs para turistas, como chaveiros, imãs, abridores de garrafas, porta-moedas, brinquedos e toda sorte de enfeites que levam o nome de Teresina, usando representações que fazem alusão ao caju, barcos, pescadores e vaqueiros. Em menor proporção, há peças em arte indígena, empregando penas e sementes, e uma loja especializada na venda de peças com opala. Ampliando a oferta, encontramos ainda doces,

licores regionais, cajuínas e cachaças artesanais que chamam à atenção, como a tiquira, uma cachaça feita a partir da mandioca, e outras exóticas que levam frutos do mar e outras frutas em conserva, semelhante ao corredor do outro anexo que fica a apenas poucos metros de distância.



Imagem 26- Produtos expostos nos corredores.

Fonte: Acervo do pesquisador (2018).



Imagem 27- 1 – Cachaças artesanais. 2 – Lembranças turísticas. 3 – Panelas e vasos em cerâmica. 4 – Artesanato em MDF.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Nesse setor, a amplitude de valores das mercadorias se acentua. É possível encontrar desde peças baratas a joias e outros artefatos mais caros. Uma delas, entre outros produtos artesanais, comercializa principalmente acessórios que levam a pedra opala, proveniente da cidade de Pedro II, distante cerca de 200km de Teresina, e uma das únicas jazidas desse mineral no mundo. As peças comercializadas nesse estabelecimento poderiam chegar até R\$300,00, faixa de preço aproximada também das peças de vestuário que levam rendas vendidas em outra loja, que segundo a proprietária, já produziu até vestidos de noiva para clientes de fora do país. A mesma relatou ainda que o lucro das suas vendas no Mercado Central é superior ao que seu empreendimento arrecadava em outro endereço, além da boa relação custo-benefício, visto que a taxa de manutenção que os permissionários pagam para usar o espaço é pequena, em comparação a aluguéis de lojas em outros logradouros.

Alguns artesãos que fabricam e expõem suas artes no Mercado, como o “seu” Chaga da Bahia, que confecciona objetos de decoração utilizando palha e materiais reciclados, mostrou-nos luminárias de inspiração asiática de diversos tamanhos, que variavam de

R\$30,00 a R\$150,00 ou por valores mais baixos, a depender da quantidade encomendada. No seu box, um conjunto de cadeiras de ferro também cobertas de palha estava sendo preparado, enquanto ele nos conta que o valor pode chegar até R\$1.000,00.

Ele passa as tardes sentado em um tamborete de madeira, ao lado da sua bicicleta e de um ventilador de mesa habilmente entrelaçando os filetes de palha seca, enquanto suas criações ficam expostas pelo box. O artista baiano, estendeu-se ao contar sua história pessoal e profissional, que ocorreu em várias cidades brasileiras, até ele resolver se fixar em Teresina, onde exerce seu ofício. Segundo ele, é possível fazer boas vendas no local, e ele nos informa até mesmo seu perfil na rede social Instagram, onde divulga seu trabalho, mostrando estar atualizado com as tendências de comércio.

Logo adiante, a loja de roupas em renda feitas artesanalmente confere um ar um pouco mais sofisticado ao setor. A proprietária que é também a principal vendedora, fica sempre atenta às passantes e convidando-as a olhar as peças. É ela também a principal cara da sua própria marca: quando novas peças chegam, ela mesmo as veste e tira fotos estratégicas valorizando os demais boxes e espaços do Mercado para divulgar seu empreendimento em seus perfis nas redes sociais.

Como nos outros anexos, a maioria dos permissionários atuam sozinhos em seus estabelecimentos. Televisões, rádios e outros aparelhos ajudam a passar o tempo nas tardes longas, período em que o movimento é mais calmo, enquanto os artesãos produzem peças para atender a alguma encomenda. Alguns permissionários mais velhos, entretanto, entretêm-se apenas observando a movimentação e conversando com os lojistas vizinhos. Em uma ocasião, todos estavam atentos em seus aparelhos ou interagindo entre si para acompanhar uma partida de futebol do Flamengo.

Por meio de dois lances de escadas com degraus emborrachados e antiderrapantes, e corrimãos em aço, ou de um elevador destinado para portadores de limitações físicas, chega-se a um mezanino e a um espaçoso salão, onde se encontram o memorial do Mercado e a galeria de artes visuais. Este primeiro é composto por alguns quadros com imagens antigas do Mercado, e informações em ordem cronológica sobre as intervenções que o estabelecimento recebeu ao longo da sua história. Em uma bancada de pedra e protegido por vidros, ficam expostas ao público algumas ferramentas, placas com nomes de antigas lojas e materiais de construção encontrados durante a intervenção mais recente, enquanto mais

acima próximo ao teto, uma placa informa que as “tesouras” em madeira maciça que dão estrutura ao telhado naquela parte são originais daquela edificação.



Imagem 28 - 1- Memorial do Mercado. 2- Ferramentas e materiais encontrados durante a reforma.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Já a parte destinada a exposições conta com estruturas de iluminações próprias para esse fim, da “melhor” qualidade, como nos contou um dos funcionários da Fundação Cultural Monsenhor Chaves – FMC que participava da agenda de eventos culturais do espaço. O principal objetivo é divulgar o trabalho de artistas da própria cidade e do estado. Nas minhas visitas, que ocorriam principalmente durante a semana, observei que o fluxo de visitantes ali ainda era pequeno, mas geralmente era composto por jovens, incluindo estudantes, facilmente identificáveis pelas mochilas e fardas de alguma instituição. Haja vista que o horário de funcionamento acompanha o do comércio da região, não há como visitar a galeria em outros horários ou quando o Mercado não está aberto, exceto por ocasião de um evento específico.

Quando indaguei ao produtor cultural, em visita àquela Fundação, acerca das perspectivas de ocupação do novo local que, aparentemente ainda eram baixas, o mesmo relatou que o grau de interesse pela galeria teria relação com a educação das pessoas, e que não se podia esperar que pessoas que não tivessem o “nível” de educação o suficiente para frequentar esses tipos de espaço pudessem se sentir motivados em visitá-los. Isso pode desvelar uma discrepância, ao considerarmos que a maioria do público que ocupa o Mercado, bem como os profissionais que ali atuam, é formada por indivíduos da classe trabalhadora, e que podem, a despeito do teor de “popular” que as exposições da galeria intentam imprimir,

não possuir a “carga” educacional capaz de dotá-los dos códigos necessários à compreensão desses elementos (BOURDIEU, 2007).

Assim, pus-me a pensar que, de alguma forma, a intenção dessa galeria não seria alcançar essa maioria que se apropria e faz parte desse local, mas chamar a atenção dos potenciais turistas que se interessariam por esse tipo de atrativo entendido como cultural, e que via de regra possuiria um perfil caracterizado pelo nível de educação elevado. Com efeito, esses contrastes podem contribuir para marcar diferenciações na ocupação do Mercado, bem como revelar implicações da turistificação desses tipos de espaço.

Nas primeiras visitas para a realização dessa pesquisa, ainda em 2018, uma bela exposição estava em cartaz, com quadros que mostravam pessoas comuns em seu dia a dia, pintados por um artista local em cores quentes em destaque, espalhavam-se pelas paredes brancas do salão e até mesmo no chão, formando uma pirâmide. O silêncio e calmaria do local inspirava à contemplação. Em outras incursões no começo do ano seguinte, a exposição em apreço fazia referência aos rios da cidade, e exibia pequenas sacolas plásticas com água penduradas por todo o espaço.

Já na última das minhas explorações em dezembro de 2019 e janeiro de 2020, o andar superior se encontrava interditado por algumas semanas, como um papel na parede informava, em função da preparação de uma nova exposição a ser apresentada ainda naquele mês. Após a mencionada exposição que marcava a comemoração de dois anos de inauguração da galeria, o local voltou a ficar fechado, dessa vez para “reparos técnicos”, e a única presença no local era de funcionários.

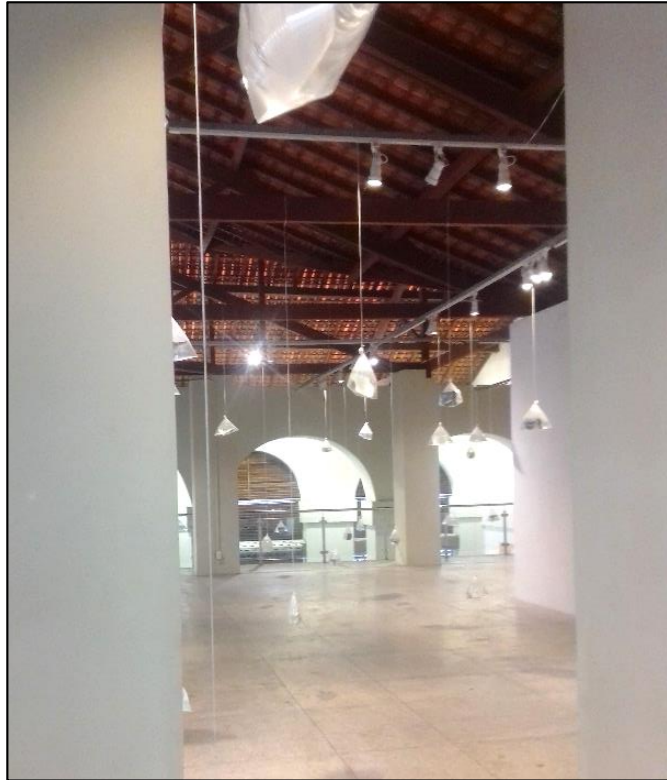


Imagem 29- Sacos plásticos com água em exposição que fazia referência aos rios da cidade.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).



Imagem 30- Memorial e galeria de artes visuais fechadas para manutenção.

Fonte: Acervo do pesquisador (2020).

Do mesmo modo, nesses primeiros encontros, que se deram menos de um ano após a devolução desse anexo reformado aos permissionários, a sensação era de novidade, em todos os sentidos. Os novos materiais utilizados estavam em ótimas condições, e parecia se tratar de uma edificação recém-construída, sem qualquer vestígio de problemas sanitários ou estruturais. De fato, essa parte do Mercado e o Museu do Piauí, logo ao lado, pareceram-me espécies de “oásis” de calma em pleno coração de Teresina, em oposição à frenética dinâmica da urbe. Assim também os permissionários pareciam à vontade no novo espaço.

Um ano depois, entretanto, os primeiros transtornos já começavam a ficar visíveis a quem chegassem no local. Em uma das visitas no mês de dezembro de 2019, ao alcançar a área do artesanato, deparei-me com uma permissionária afastando as mercadorias de dentro do seu box. O local havia sido invadido pela água da chuva que acabara de cair na cidade, por conta de um vazamento no telhado. A vendedora usava um rodo para tentar escoar a água para fora do estabelecimento. No mesmo momento, houve ainda uma queda de energia por alguns instantes, deixando o local com pouca luz. Ela explicou que esse não era um caso isolado, mas que eventualmente uma goteira molhava as mercadorias dos profissionais daquele setor.

Em outras ocasiões pude constatar esse tipo de ocorrência ao me deparar com poças de água em alguns pontos do local. Também observei que a reluzente pintura nova das paredes já apresentava manchas causadas pelas fezes de pássaros, principalmente pombos, e algumas partes descascadas e com umidade. Para tentar amenizar o problema, foi instalado uma tela de proteção entre o telhado e as paredes próximas aos arcos e colunas, onde antes um espaço possibilitava a entrada destes animais.



Imagem 31- Paredes descascadas. 2 – Poças formadas por águas da chuva que vazam do teto. 3 – Arcos manchados por fezes de pássaros.

Fonte: Acervo do pesquisador (2019).

Em conversa com os permissionários que atuam no setor quanto às condições de trabalho após a conclusão da reforma, os mesmos foram categóricos em afirmar que o processo trouxe melhorias e tornou o ambiente de trabalho mais digno, porém havia alguns contrapontos. O principal, como já tinha constatado e fora mencionado por lojistas e permissionários dos outros anexos, seria a alegação de que as vendas e o movimento haviam diminuído drasticamente, o que teria suscitado reclamações e feito até mesmo alguns lojistas retornarem aos seus antigos estabelecimentos, localizados no outro prédio. A crise econômica foi outro motivo quase unânime entre lojistas dos diferentes anexos que seria responsável por diminuir o ritmo das vendas.

[Mudou] pra pior, o pessoal reclama muito, quem ficou ali dentro daquela parte ali. Eles reclamam muito do tipo de venda. Ficou uma boa estrutura, porque uma estrutura nova né. Mas para a parte de vendas [está] mais fraco. Mais fraco mesmo. [Os turistas] diminuíram, mas acho que foi por causa da crise do país, tinha mais turista aqui (Grifos meus).

Em relação ao movimento de visitantes e turistas, as opiniões também se dividem, e é curioso observar que os permissionários mais antigos que estão há muitas décadas no local, dizem que a presença de turistas era bem maior antes da reforma, assim como as vendas, permitindo-me concluir que, entre outros fatores, os objetivos da requalificação desse espaço parecem não terem sido plenamente atendidos ainda no que diz respeito à atração de visitantes.

Alguns chamam a atenção quanto à presença de pessoas em viagem em Teresina, como a permissionária que se surpreendeu ao perceber que havia tantos turistas na cidade, haja vista essa atividade não constituir uma das mais importantes na economia local, a exemplo de outras capitais nordestinas. Outros informam que a quantidade ainda é baixa, e reforçam que este público é formado em grande parte por piauienses que moram fora do estado e vem passar férias na localidade. Os meses onde o movimento aumenta e, conseqüentemente, as vendas, seriam janeiro, julho e agosto.

A lojista Jucelia Sampaio, por sua vez, que é a responsável pelo estabelecimento de roupas artesanais em renda, e cuja família já comercializa no local há cerca de 38 anos, descreveu-nos o espaço reiterando a afirmação que ela teria ouvido de uma outra pessoa, reforçando a sua capacidade de atração de pessoas, o que teria motivado inclusive a mudança

do endereço da sua loja, que anteriormente se localizava na zona leste de Teresina, área considerada nobre.

O Mercado Central, o Mercado Velho, é o coração de Teresina. Aqui é onde começou a cidade de Teresina, no mercado. Então, essa resposta globaliza tudo. Essa resposta é a resposta mais sábia que eu achei. (...) O cliente aqui de Teresina vem para cá pro mercado comprar, o cliente de fora, de São Paulo, do Rio de Janeiro, Santa Catarina, Brasília, vem. Vem dos Estados Unidos, de fora (Grifos meus. Entrevista realizada em 17 de dezembro de 2019).

As novas instalações, entretanto, mais uma vez também foram alvo de queixas por oferecerem espaços muito limitados e por não proverem uma ventilação adequada, como me contou uma comerciante de produtos artesanais em palha.

Eu acho que aqui é muito pequeno esse espaço. Ficou melhor visualmente. Mas é muito quente, não tem ventilação, os próprios turistas reclamam “nossa, como aqui é quente”, porque a cidade já é quente, então acho que na construção eles deveriam ter inserido já os ventiladores, já que não deu para climatizar. Então falta ventilação, ventiladores. O ambiente é pequeno, apertado, a gente trabalha com produtos volumosos e aí tem pessoas de outras regiões, como o Maranhão, que vem comprar e querem uma quantidade grande de cestaria [...] então se torna desconfortável, a pessoa chega, às vezes quer olhar a arte santeira, quer olhar um produto, e não consegue visualizar tudo por conta que é pequenininho.

Apesar de todos esses contrastes, ficou perceptível que a maioria dos permissionários desse setor, de modo geral, viu a intervenção como algo positivo para o local e para seus negócios, e mesmo com desconfiança, os profissionais dos demais anexos se revelaram ansiosos para que todo o complexo também seja contemplado com a obra o mais rápido possível.

Entre os testemunhos que colhi de diferentes pessoas sobre a reforma, as opiniões eram bastante diversificadas. As novidades que o projeto trouxe pareceram não surpreender as pessoas habituadas com o Mercado como ele sempre foi. Ouvi, por exemplo que, a despeito das mudanças e novidades, o complexo continuava sendo o mesmo, ideia sintetizada na frase que dá título a esse excerto: “mude o que mudar, ali sempre será o mercado velho”. Em certa ocasião refleti como a edificação reformada poderia ser entendida como à parte do resto do complexo. Uma freguesa adentrou o setor de artesanato em busca de doces típicos e rapidamente saiu, dirigindo-se aos demais anexos alegando que era no mercado velho que havia esse tipo de produto. Quando informada que ali também fazia parte do mercado, ela negou veementemente afirmando: “*isso* aqui não é o mercado, aqui não tem nada. O mercado é lá do outro lado, *ali* que é o mercado velho”, referindo-se aos demais anexos.

Diante dos fatos expostos, mergulhar no cotidiano de trocas e interações sociais mediados pelo Mercado, mostrou-se uma experiência reveladora. Ficou claro que, para os diversos permissionários, lojistas e feirantes, mas também mototaxistas e demais atores que compõem esse centro comercial como uma instituição popular e histórica, que a percepção está diretamente relacionada às suas formas como eles se apropriam e utilizam o espaço. Apesar das mudanças estruturais e estéticas que impulsionaram novas expectativas sobre o local, o Mercado continua sendo o mesmo “ganha pão” de sempre desses profissionais, ao passo em que antigas adversidades foram superadas pelas melhorias ou reapareceram de formas diferentes.

4 CONSTRUINDO UM ATRATIVO: O PROCESSO DE REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO CENTRAL

Teresina, capital do Estado do Piauí, diferencia-se das demais capitais da região nordeste do país, onde se localiza, em diversos aspectos. Considerada uma cidade jovem, datando 166 anos de existência, a única capital da região a estar situada fora do litoral foi também a primeira a ser planejada no país. Engendrada pelos ideais de progresso, desenvolvimento e crescimento para o Estado, as expectativas que circundavam sua fundação iam imediatamente de encontro com as características atribuídas a então capital Oeiras, considerada atrasada e isolada.

A cidade de Teresina nasceu, assim, sob o discurso e o signo do moderno, simbolizando uma ruptura com o passado decadente e dificultoso associado à antiga capital, e visando acercar o Piauí do restante do mundo (NASCIMENTO, 2011). Essa pretensão, no entanto, irá coincidir com a pobreza e as dificuldades que acompanharam a cidade desde a sua fundação, contrastando com os ideais progressistas relacionados ao projeto do município, como veremos à extensão no capítulo onde exploraremos a fundação da cidade e do seu mercado público.

Com efeito, Teresina se situaria numa dicotomia entre a constante busca pela modernização, que propulsou a realização de diversas intervenções públicas urbanas no curso de sua história que visavam colocar a cidade na rota das transformações das grandes capitais, e na problemática de questões sociais, crescentes na medida em que a cidade também se desenvolvia, refletindo-se na organização e ocupação do seu espaço urbano. Esse conjunto

de fatores, dentre outros, por sua vez, também teria influências na percepção e conservação do patrimônio cultural, e cujos efeitos alcançaram uma dimensão ampla, sobretudo no que diz respeito à identidade e à memória da cidade.

Dessa forma, dedicados esse capítulo para tratar sobre as recentes intervenções atravessadas pelo Mercado Central de Teresina que puderam ser observadas durante o percurso em campo, que se conveniu denominar como requalificação, e que marcaram um novo momento na sua história. Para contextualizar o âmbito em que esse processo se deu, trazemos à discussão, em profundidade, o histórico da cidade com relação ao seu patrimônio, focalizando nas políticas públicas de acautelamento existentes, e, posteriormente, no emprego do turismo como ferramenta de suporte para a sua preservação, valorização e autossuficiência.

Diante da exposição desses fatos, analisaremos então o documento intitulado Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, o PDITS, que traz, entre outros levantamentos e diretrizes, a sugestão para a execução do mencionado projeto de requalificação do Mercado Central, representado por um processo de reforma, composto por uma série de ações que já foram e que ainda serão executadas neste local, observando a forma como esse documento orientou a realização desses procedimentos na prática, bem como os resultados já atingidos em decorrência de sua efetivação.

4.1 A MEMÓRIA NA PÓS-MODERNIDADE NO ÂMBITO DOS ESPAÇOS URBANOS

A era considerada moderna no ocidente foi marcada por profundas e rápidas transformações que transpassaram o modo de vida social, assinalando rupturas e transmutando relações, de modo a reverberar na cultura e nos processos identitários (PEREIRA, 2017). Desde o preâmbulo dessas novas dinâmicas, ainda durante o Iluminismo, destacou-se a acentuada aspiração pela modernidade e a crença no progresso, alimentada pelo ápice do desenvolvimento tecnológico e científico, em detrimento do passado, considerado superado (LE GOFF, 1990). Paralelamente, contudo, as consequências desse novo cenário suscitaram reações que contribuiram para que os ideais associados a tais ideias perdessem força e passassem a ser questionados e confrontados, estimulando novas formas de (re) pensar e de relacionar-se com o passado.

Farias (2011) infere que a ideia de continuidade no espaço-tempo que, ilusoriamente, tem-se a partir da concepção da memória como processo psíquico de registro de acontecimentos e sensações vai de encontro ao *modus vivendi* da atualidade, expresso por seu caráter de efemeridade, transitoriedade e fragmentação e no qual o esquecimento é muitas vezes interpretado como o principal opositor à sobrevivência da memória. Com efeito, essa perspectiva não leva em conta seus diversos arranjos subjetivos e, como o autor sugere, resultam em consequências como o recente fenômeno de obsessão pela memória e da historicização do passado através do aumento substancial de lugares de memória, processos de patrimonialização, valorização de arquivos e criação de museus, por exemplo, que parecem buscar por uma forma de compensação a esse aspecto fragmentário da contemporaneidade.

Nesse sentido, a memória passa a receber novos contornos a partir das reconfigurações das práticas sociais influenciadas pela modernidade. Pierre Nora (1993), que compreende a memória a partir da sua continuidade no bojo dos grupos sociais, entende que esse processo promoveu uma abrupta ruptura com o passado e com as experiências coletivas, causando o desarraigamento das estruturas de equilíbrio associadas a ele, responsáveis pela transmissão e conservação de valores. De fato, para o autor, estaríamos distanciados do que ele considera como a verdadeira memória, que já não mais existiria, posto que o que vivenciamos atualmente é apenas a representação do passado de forma incompleta e problemática através da história, resumida a vestígios e rastros.

Para o autor, “à medida em que desaparece a memória tradicional, nós nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi (...)” (NORA, 1993, p.15). Como consequência, surgiu a compulsão por locais onde a memória pudesse ser arquivada e cristalizada, de forma sintética, como um modo de compensação à incapacidade de mantê-la viva nos termos das relações sociais, diluídas pela abstração do sujeito coletivo (PEREIRA, 2017): os lugares de memória.

Dessa forma, de acordo com esse ponto de vista, não mais poderíamos falar da memória tal qual viva, destinada à herança, mas de vestígios efêmeros empreendidos pela percepção histórica que, com o suporte da mídia, deslegitima e dessacraliza o passado vivo. Com efeito, estaríamos tão somente destinados a conceber lugares, os quais restos, cujo tempo se inicia na confluência que detém a já perdida experiência íntima com a memória, e onde o produto

final dessa perda encontraria refúgio, tal modo que “nascem e vivem do sentimento (de) que não há memória espontânea” (NORA, 1993, p.13).

Pollak (1989), em adição, posiciona-se de forma contrária no que diz respeito à percepção da memória enquanto um fato social estável e durável, uma vez que entende que tal pensamento não leva em consideração a dimensão conflituosa que ela abarca, não sendo plenamente estruturada ou isenta de disputas. Esse pensamento, portanto, teria sua validade colocada à prova quando observado, por exemplo, à luz do contexto pós-moderno, caracterizado pela fragmentação e pela ruptura com as antigas estruturas e tradições que pareciam reforçar sentimentos de estabilidade, porém, também, responsável por inaugurar novas dinâmicas técnicas e subjetivas de experimentar a memória e o tempo, tanto a nível individual como coletivo.

Andreas Huyssen (2002), por sua vez, constata o despontamento recente de um fenômeno cultural e político nas sociedades ocidentais: a emergência da memória. Tal fenômeno, caracterizado por uma busca pelo passado, precisamente como consequência do sentimento de desestabilização provocado por essas aceleradas dinâmicas da era moderna, seria, em contraste, uma resposta a essa condição privilegiada atribuída ao futuro, resultante de eventos e rupturas históricas que marcaram os anos iniciais da modernidade do século XX.

A partir de novos discursos de memória que lançaram um olhar sobre o passado e o recodificaram, sendo impulsionados por exemplos como a ascensão de movimentos populares e subversivos que promoveram novos olhares e abordagens sobre a realidade e sobre fatos históricos, além do surgimento de destacados debates acerca de acontecimentos ocorridos ao longo desse século, como o Holocausto e os marcos a ele associados, o autor observa a ocorrência de sensíveis transformações na percepção de tempo e espaço.

Esses novos fluxos contribuíram para a emergência de um *boom* da memória, associado ao crescimento de uma obsessão pelo passado, os quais têm se sucedido através da expansão geográfica de processos de restauração e patrimonialização, eventos, produtos e tendências alimentados pela indústria cultural, gerando uma cultura de memória obstinada pela “musealização”, cujo propósito parece ser atingir a recordação total, ao passo em que se intensificaram os temores públicos com relação ao esquecimento. Desse modo, “a memória se tornou uma obsessão cultural de proporções monumentais em todos os pontos do planeta” (HUYSSSEN, 2002, p.16).

Essa insurreição também estendeu seus reflexos às relações com os espaços construídos. Avançando um pouco mais no tempo e voltando a atenção para a ocorrência desse fenômeno no âmbito dos espaços urbanos brasileiros, Mauricio Abreu (2016) observa a necessidade crescente de preservação do que ele designa de memória da cidade. Associando a ideia expressa nesse termo com “o estoque de lembranças que estão eternizadas na paisagem ou nos registros de um determinado lugar, lembranças essas que são agora objeto de reapropriação por parte da sociedade” (ABREU, 2016, p.31), e a qual teria uma relação estreita com a construção da identidade de uma localidade.

Focando na realidade brasileira, o autor infere que, com a maioria de seus centros urbanos considerados jovens, poucas cidades do Brasil conseguiram preservar um acervo considerável de vestígios materiais de outros tempos, sobretudo dos primeiros séculos de colonização do país, em razão dos sucessivos apagamentos de referências do passado que se refletiram na paisagem e eram justificados pelas perspectivas de modernização e desenvolvimento. Ainda assim, ele destaca a expansão desse movimento de valorização do passado no contexto das cidades, inferindo que se trata de uma tendência inédita que sobrevém um extenso período de culto ao novo e rejeição ao passado, de modo que “reflete uma mudança significativa nos valores e atitudes sociais até agora predominantes” (ABREU, 2016, p.19).

É na cidade, por sua vez, enquanto produto das relações sociais e com o meio, as quais se manifestam através de inscrições no espaço, que temos na materialidade, que a conforma e confere-lhe feição, um importante parâmetro que permite a leitura e a compreensão de como ela “corresponde a uma subjetividade coletiva e de que forma seus sujeitos se relacionam com o espaço” (GUEDES JUNIOR, 2011, p.06). Nessas inscrições, incorpora-se uma conjunção de temporalidades que encontram forma e sentido no espaço e que norteiam sua contínua (re) construção, sendo prospectados e apropriados de acordo com as expectativas e decisões que orientam a sua estruturação. São “tempos especializados, empilhados e dobrados em concretos que se sobrepõem, se juntam, se distinguem retirando da paisagem a homogeneidade. A cidade detém uma imagem-tempo geográfica por excelência” (SILVA, 2013, p.14).

Enquanto o futuro é pensando e articulado através de elaborações e idealizações que dinamizam, modelam e (re) imaginam o espaço, o passado, reiteradamente, alinha-se à constituição da identidade da cidade, acessando a dimensão do simbólico e do sensível, e

sendo reabilitado de modo a atribuir sentidos e a conferir ancoragem espacial à história e à memória dos grupos que ocupam seu território, influenciando na construção de um sentimento de pertencimento (PESAVENTO, 2005). Assim, a memória incorpora-se e é ativada também no cerne de elementos e pontos nodais elegidos nesse espaço, que se consolidam como representações e que, mediante vontades e afetos, adquirem ressonância e reconhecimento por parte dos sujeitos sociais.

Com efeito, Maurice Halbwachs (2003), compreende a memória a partir da sua aproximação do âmbito social. Este pensamento fortemente vinculado à tradição *durkheimiana* lançou as bases fundamentais para a compreensão da memória enquanto fenômeno coletivo. Orientando-se a partir de marcos referenciais, sendo constituída, delimitada e validada no âmago das relações dos grupos, o sociólogo privilegiou na sua análise o entendimento desse fenômeno a partir de variáveis, como o valor afetivo, e que “ao definir o que é comum ao grupo e o que o diferencia dos outros, fundamenta e reforça os sentimentos de pertencimento e as fronteiras socioculturais” (POLLAK, 1989, p.3).

Porém, o autor pontua também a relação desta com o espaço, entendendo que ela necessita de um contexto espacial para se desenvolver. De fato, a própria constituição do espaço urbano dá-se em sincronia com a memória, por meio da repetição e fixação das funções e das matérias, articulando o passado conservado em contiguidade com o presente, tal maneira que “a organização subjetiva, que liga o homem ao tecido social tem como fundamento uma memória, e como solo um espaço, que irão condicionar a regularidade de uma série de operações” (MACIEL, 2000, p.11). A regularidade constituída através desse processo, associada à aparente inércia dos objetos e das formas fixas que conseguem perdurar no espaço, pode ser relacionada com o que Halbwachs, em sua obra “A Memória Coletiva”, entende que confere familiaridade e estabilidade aos grupos sociais, na medida em que o seu meio exterior logra ser conservado.

As mudanças e rupturas que ocorrem nos grupos, contudo, não estão subordinadas às mudanças no espaço. De outro modo, ele se (re) arranja, como já tratamos, em concomitância com o movimento dos grupos, embora os reflexos físicos possam aparecer de maneira mais lenta ou serem minimizados pela resistência dos materiais. Não obstante, Halbwachs infere que no espaço, enquanto realidade durável, o comportamento de um grupo tende a se regular e acompanhar “a passividade da matéria inerte” (HALBWACHS, 2003, p.163) e, apesar da percepção aos elementos que o constituem diferir entre os diversos grupos que lhe ocupam,

ainda assim, acentua-se uma maior sensibilidade às suas transformações e apagamentos, notadamente por parte dos sujeitos mais ligados a eles, em comparação à ocorrência de eventos de outra natureza.

Conseqüentemente, é substancialmente na esteira desses cenários de desestruturação e redefinição das relações sociais, cujos efeitos também implicam em profundas transfigurações e novas formas de se conceber o espaço urbano, que se acentuam as preocupações para com ele, enquanto sedimentação de temporalidades que expressa e dá suporte à organização e continuidade dos grupos sociais.

Diante dessa breve reflexão, pusemo-nos a pensar os movimentos que se sucedem à memória a partir das dinâmicas e projetos que interferem na ordenação do espaço urbano. Para tal, direcionamos a atenção à cidade de Teresina, fazendo uma breve análise, partindo da observação do seu espaço urbano – especificamente do seu núcleo histórico, de onde a cidade foi planejada e estabelecida – quanto às suas práticas em relação ao seu passado, as quais já suscitaram diversas discussões que contestaram o tratamento que a cidade parece prestar à sua própria memória, para assim compreender como, em contrapartida, um novo olhar sobre o seu passado tem sido colocado em perspectiva, diante das reflexões e tendências que têm circundado a relação com a memória na cultura e nas cidades, no âmbito da pós-modernidade.

4.2 TERESINA: A CIDADE, SEU PATRIMÔNIO E SUA MEMÓRIA

Considerada uma das capitais mais jovens do país e, a exemplo do ocorrido nos demais centros urbanos brasileiros nas últimas décadas, Teresina tem vivenciado um processo ativo de expansão e modernização em ritmo crescente, de forma que os constantes rearranjos de sua paisagem refletem os contrastes resultantes de suas dinâmicas, transformações e os usos e contra usos de seu espaço.

O ideário de progresso envolveu a cidade desde a sua fundação e que fora encabeçado pelas minorias da elite, a qual envolveu expectativas de que, com o estabelecimento de uma nova cidade para sediar a capital do Piauí, o comércio e o acesso a outros importantes centros comerciais da região se desenvolveriam, uma vez que o isolamento geográfico da então capital Oeiras era o principal entrave para tal processo. Juntamente com essa expectativa,

ambicionava-se também a adequação da cidade às realidades vivenciadas nas grandes capitais brasileiras através de projetos e práticas que orientaram a constituição do seu povoamento e a organização do seu espaço, tendo como foco de atuação a área central, correspondente ao seu atual núcleo histórico, haja vista que “[...] esse grupo com ideias de mudança não via a cidade de Oeiras, localizada no sertão e entre morros, como espaço adequado às exigências do progresso” (ARAÚJO, 1995, p.27).

Após tentativas em anos anteriores de suceder à transferência da capital da então província do Piauí, o feito só se efetivou no ano de 1852. A sua concepção por José Antônio Saraiva¹ previa um assentamento ordenado, regular e de características monumentais. Tratou-se da reprodução de um modelo de inspiração ibérica aplicado às cidades latino-americanas que visava assegurar no espaço urbano a conservação da forma hierárquica social através da “unidade, planificação e ordem rigorosa”, e que previsse os resultados expectados e sonhados para o futuro (RAMA, 1984, p.28).

No entorno imediato de onde se definiu seu marco zero, composto pela Igreja Matriz de Nossa Senhora do Amparo e pelo Largo do Amparo, a partir de onde também foi estabelecido o traçado de demarcação de seu território, nota-se as preocupações estéticas do projeto, cuja expectativa era que o novo aglomerado urbano fosse emoldurado pela paisagem natural composta pela presença do rio Parnaíba e pela instalação de prédios públicos e de belas edificações, especificamente, as residências das classes abastadas (GANDARA, 2011).

Teresina nasceu assim já constituída enquanto cidade, portanto, “sob a ideologia do urbano, como espaço capaz de induzir o desenvolvimento e transformar outros espaços, coisas, pessoas e ideias” (ABREU, 1996, p.90). Concomitantemente, porém, seu estabelecimento e desenvolvimento foi acompanhado das dificuldades e carências de recursos materiais e financeiros e que, associados ao crescimento populacional impulsionado pela chegada de imigrantes nas décadas seguintes, em consonância com o aumento da pobreza e às práticas consideradas indesejadas relacionadas a esses grupos, retardaram a

¹ José Antônio Saraiva presidiu a então Província do Piauí no período compreendido entre os anos de 1850 e 1853. Embora o plano de transferência da capital Oeiras para uma localidade mais centralizada dentro do território provincial de modo a facilitar as comunicações e transações comerciais tivesse sido pensado anos antes, foi somente na sua gestão que a transferência da capital e fundação de Teresina foi articulada e efetivamente executada.

chegada do expectado progresso e iam de encontro às pretensões de uma cidade “civilizada, higiênica e ordeira” (LIMA, 2011, p.02).

Quem visitasse a cidade nas primeiras décadas do século XX, deparar-se-ia com um cenário que em pouco expressava as ambições iniciais do seu projeto de fundação. O seu perímetro urbano era limitado, contava com um número reduzido de edificações, e nas ruas, pedestres dividiam o espaço com animais (MOREIRA, 2016). Ainda assim, a busca pela modernização e a adoção de comportamentos que pudessem caracterizar uma cidade ‘à altura’ de seu título, permeou diversos momentos da história da cidade influenciados pelo cenário nacional, como observa Araújo na sua análise sobre o cotidiano de Teresina, que abrangeu o período de 1877 a 1914:

[...]o imaginário “progressista” atingia a nação brasileira. Teresina, como outras cidades do País, assimilou esse imaginário de crescimento material, desencadeando uma euforia de “progresso”. É necessário dizer que parte da elite piauiense tinha por inspiração o positivismo, manifestado através das ideias de “progresso e ordem”. Não teria sido o próprio projeto político de transferência da capital um impulso progressista? (ARAÚJO, 1995, p.27)

Esse movimento se intensificou ao decurso do século XX, seguindo-se à entrada do século XXI. Desse modo, a identidade da nova capital seria construída a partir da dicotomia entre o ideário desenvolvimentista e modernista, e o estigma de cidade atrasada, pobre e provinciana, coexistindo entre o rural e o urbano, entre dois imaginários conflitantes entre si: o das classes mais abastadas e o das camadas mais pobres (LIMA, 2016). Esses contrastes, de certo modo, implicariam na forma como a cidade passaria a ser reconhecida e como seus próprios habitantes se reconheceriam nela.

Reforçada por discursos apregoados, sobretudo pela imprensa, era dado ênfase às suas dificuldades e à sua aparente simplicidade, a exemplo da observação que o cronista H. Dobal faz em um de seus artigos. Escrito para marcar o primeiro centenário da cidade, nele o autor descreve Teresina como “uma cidade pobre e sem tradições, quase não tem monumentos e prédios notáveis, coisa para encher a vista de turistas e de visitantes. Os poucos que existem têm valor relativo e puramente local” (DOBAL, 1988, p.14). Esses contrastes se acentuariam e continuariam a ganhar força na medida em que sucessivas tentativas de modernização continuaram a ser colocadas em prática e tentavam sufocar ou disfarçar os aspectos indesejados e a dificuldades enfrentadas pelo município, resultando em mudanças na sua estrutura física e social que se intensificaram sobremaneira a partir da década de 1970.

Neste novo contexto, o problema que se colocou foi o choque que se estabeleceu em função da relação entre a chegada do novo e o passado, sendo este composto por elementos que outrora pretendiam também representar o prelúdio da chegada de novos tempos, resultando no fenômeno que Silva observa, no qual o moderno, na esteira das incessantes buscas pelo novo, torna-se histórico, originando “uma modernidade ultrapassada na voracidade de sua própria transformação: a modernidade que imprimiu o novo, negando o passado e relegando-o ao esquecimento, impondo-se sobre as ruínas, torna-se já, também, passado” (SILVA, 2013, p.08).

Influenciadas por um projeto maior de urbanização e modernização que o país atravessava naquele período, diversas obras e reformas urbanas foram executadas, sobretudo no centro da cidade, as quais imprimiram novas formas na paisagem, varrendo as já existentes, além das já consolidadas na memórias dos teresinenses, figurando em um “embate entre a força do devir e a presença do ser; entre aquilo que se projetava como novidade e aquilo que se pretendia perene – merecedor de preservação” (FONTINELES, 2016, p.177). Essas mudanças também exerceram influências no âmbito das relações sociais citadinas, na medida ainda que o núcleo das interações sociais, comerciais e políticas se deslocava do centro da cidade, acompanhando a sua expansão em direção a outras regiões.

O oposto se observa na antiga capital Oeiras, por sua vez, onde as formas físicas que registram as influências culturais do colonizador e que remetem ainda ao período em que a cidade fora a mais importante do Estado têm resistido à passagem do tempo, muito mais em função do processo de decadência que a cidade passou a experimentar, uma vez que o foco de interesses políticos e econômico fora transferido para Teresina, do que propriamente por ações de preservação ou de planejamento urbano.

Foi nesse contexto de transformações que despontaram as preocupações iniciais acerca do patrimônio cultural teresinense, encorajando o desenvolvimento de políticas públicas direcionadas ao reconhecimento e à proteção de seus bens culturais. Se desde a implementação das políticas patrimoniais no Brasil, marcada pelo Decreto Lei N°37, essa responsabilidade era atribuída inteiramente ao governo federal, a partir das décadas de 1960 e 1970 estimulou-se a descentralização dessa atribuição ao compartilhá-la com os estados e municípios.

Nesse sentido, segundo aponta Pedrazini (2005), articulou-se, a datar do ano de 1975, no Piauí, as primeiras organizações institucionais e legislações que constituíram os primeiros

passos no sentido de organizar e estruturar a proteção do patrimônio do estado e que tomaram por base os instrumentos já existentes nacionalmente. Nota-se, nesses documentos, a intensa reprodução da concepção de patrimônio estreitamente associada à excepcionalidade artística e à memória nacional oficialmente estabelecida, bem como a instituição do tombamento como condição *sine qua non* para a patrimonialização de bens culturais, a qual sucedeu a gênese das políticas públicas relacionadas ao tema no Brasil, a saber, o Decreto Lei Nº25 de 1937 cuja definição infere que:

Art. 1º Constitui o patrimônio histórico e artístico nacional o conjunto dos bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de *interêsse* público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico.

§ 1º Os bens a que se refere o presente artigo só serão considerados parte integrante do patrimônio histórico o artístico nacional, depois de inscritos separada ou agrupadamente num dos quatro Livros do Tombo, de que trata o art. 4º desta lei (BRASIL, 1937, p.01).

O exemplo se segue, de acordo com o que se observa na Lei Estadual nº3.742 de 09 de julho de 1980 que estabelece que:

Constituem o patrimônio Histórico, Artístico e Paisagístico do Estado do Piauí, a partir do respectivo tombamento, na forma indicada nesta Lei, os bens móveis e imóveis atuais e futuros, existentes nos limites do seu território, cuja preservação seja de interesse público, desde que compreendidos em um dos seguintes itens:

I – Construções e obras de arte de notável qualidade estética ou particularmente representativas de determinado estilo ou época.

II – Prédios, monumentos e documentos intimamente vinculados a fatos memoráveis da história estadual ou a pessoa de excepcional notoriedade no campo das artes, das letras e das ciências.

III – Monumentos naturais, logradouros, sítios e paisagens, inclusive os agenciados pela indústria humana, que possuam especial atrativo ou sirvam de “habitat” às espécies interessantes da flora e da fauna regionais [...] (PIAUI, 1980, p.01).

Mais adiante, a Lei Estadual do Patrimônio Cultural nº4.515, datada de 1992 que, embora apresente uma atualização no que compete à definição do patrimônio cultural do estado, revogando a legislação anterior, continua a empregar o tombamento como principal ferramenta, inferindo que “o tombamento de bens móveis é a forma de proteção que, limitando uso, gozo ou disposição, visa à sua preservação e permanência” (PIAUI, 1992, p.02).

Seu emprego como principal mecanismo à proteção, contudo, já se revelava deficiente à realidade do Estado, principalmente pelo fato de que a aplicação desse instrumento não se encontrava em consonância com os demais instrumentos responsáveis por coordenar a ocupação do espaço urbano, tais como o Plano Diretor da cidade, de acordo com o que constata Silva Filho em edição da Revista Presença do ano de 1985:

O tombamento por si só, ou pelo menos como tem sido aplicado de maneira isolada em relação ao acontecimento urbano, não responde às questões referentes ao uso e ocupação do solo, conseqüentemente não alcançando a integração do bem à vida social e econômica do lugar onde se insere, condição imprescindível à permanência das estruturas urbanas (SILVA FILHO, 1985, p.17).

Semelhante pensamento foi também ressaltado por Figueiredo e Moura no mesmo periódico no ano de 1987:

(...) no caso de Teresina, que vem passando por um processo de crescimento rápido, o tombamento isolado tem se mostrado um instrumento de eficácia restrita, já que a lei não delimita o entorno de determinado bem tombado, deixando suas adjacências sujeitas a descaracterizações e principalmente a pressões imobiliárias que elevam sobremaneira os custos dos seus imóveis (FIGUEIREDO e MOURA, 1987, p.17).

O processo de tombamento também foi criticado por seu viés seletivo, posto que sua aplicação se baseia no atendimento a critérios específicos. Embora trate-se da definição de critérios cujos objetivos são orientar a seleção dos bens a serem tutelados, sua aplicação consiste na exclusão de exemplares que não se enquadrem nesses critérios, resultando no que Silva Filho (1985) intitula de “discriminação monumental”. De fato, a discussão em torno do emprego do tombamento nas políticas patrimoniais piauienses era reflexo do momento e das novas concepções acerca do assunto que foram se desenvolveram nacionalmente e internacionalmente. Dessa forma, para o autor:

Evitar a discriminação monumental significa evidenciar a representatividade de valores que, se por um lado foram considerados sem nenhuma importância num determinado período por outro, possam vir a ser valiosos e estimados por gerações posteriores àquelas que os produziram ou que de forma contrária, foram tidos como de grande importância numa determinada época e que venham a ser desapreciados no futuro (SILVA FILHO, 1985, p.17).

Especificamente em Teresina, por sua vez, destacava-se a ausência de instrumentos e legislações de proteção de caráter municipal, de modo que o acervo local se encontrava guarnecido somente pelos instrumentos legais e pelas políticas culturais a nível estadual que, no entanto, pouco favoreceram a capital e, salvo em alguns casos isolados de processos de tombamento, incluíram a participação da sociedade (PEZADRINI, 2005).

Este cenário, somado aos interesses envolvidos nos projetos de urbanização da cidade, tais como a especulação imobiliária, abriram margem para que uma quantidade considerável de imóveis históricos fosse demolida ou intensamente descaracterizada durante esse período, dando origem a uma série de críticas públicas quanto à situação do patrimônio edificado teresinense, como exemplifica o artigo de Alcilia Albuquerque na Revista Presença (1987):

O problema maior está em Teresina, capital planejada, onde se constata uma sede devastadora de “progresso” e também, um incrível desprezo pela memória. [...] a cidade, hoje, já perdeu mais de 80% de suas edificações mais antigas, existindo pouquíssimos exemplares perdidos [...]. A especulação imobiliária fala mais alto que o sentimento de preservação da identidade cultural do povo que vive na cidade (ALBUQUERQUE, 1987, p.11).

Já Machado (1982), de uma forma mais ampla, entende também que, para além desse fator, “o descaso do piauiense pela preservação dos traços culturais da comunidade teresinense é reflexo do processo civilizatório que foi imposto pelo colonizador, na Província de São José do Piauí, no século XVIII” (MACHADO, 1982, p.11). O escritor recorre a um contexto histórico ainda mais anterior, fazendo referência ao processo de povoamento do Piauí durante o século XVIII para justificar a conduta dos teresinenses em relação ao seu patrimônio. Dessa forma, o estabelecimento desses elementos culturais durante as primeiras décadas da urbanização de Teresina, e cujo apagamento para dar lugar a novas formas é contestado, em um outro momento foram eles próprios instituídos de maneira a corroborar com o apagamento de outras formas ainda anteriores a eles que consolidaram a imposição, por via da violência simbólica, dos traços culturais que nortearam o planejamento urbanístico de influência ibérica sobre os povos nativos que ocupavam o território do Piauí.

Com efeito, a implementação de novos projetos urbanísticos que varreram as antigas formas materiais, além de uma repetição dos processos civilizatórios ocorridos séculos antes, em outra escala, em certa medida também revelam a falta de ressonância que esse patrimônio de características europeias alcançou junto à grande parte da população local que povoou a cidade, posto que constituído e fruído por pequena parte dela, composta por comerciantes, proprietários de terra e políticos que acompanharam e regeram os interesses que circundaram o estabelecimento da nova capital.

Machado (1982) sugere ainda que a reprodução dessas formas ibéricas de caráter eclético, impondo-se aos traços culturais dos grupos que anteriormente ocupavam aquele território, e que gradualmente sofreram descaracterização e degradação, não chegaram a definir um padrão cultural arquitetônico característico da cidade. Por outro ângulo, Mendes

(1983) sustenta que a indefinição de elementos culturais de características particulares não é exclusiva da arquitetura teresinense, mas abarca a cultura piauiense, porquanto o Estado se situa numa zona de transição política e geomorfológica ao norte do país, recebendo múltiplas contribuições que interferem na composição da sua identidade cultural.

No âmbito legislativo, a estruturação de uma política cultural e preservacionista municipal aconteceria apenas alguns anos mais tarde, inicialmente com a instituição da Fundação Cultural Monsenhor Chaves – FMC, órgão que teria como uma das suas incumbências gerenciar normas relativas à proteção do que instituiria o patrimônio natural, histórico e cultural da cidade e, posteriormente, com a sanção de legislação específica sobre o tema, como a Lei N° 1.939 e a Lei N° 1.942, ambas no dia de 16 de agosto de 1988, mesmo ano do então último documento oficial sobre o tema a nível estadual, e que traziam disposições legais acerca da preservação e do tombamento do patrimônio edificado teresinense (PEZADRINI, 2005).

Nota-se ainda que, embora este arcabouço legislativo tenha sido estabelecido também no mesmo ano da Constituição Federal de 1988, a qual trouxe consigo significativo avanço na institucionalização do patrimônio no Brasil ao passar a abranger os bens que representassem a diversidade das práticas culturais dos diferentes grupos sociais, tanto de caráter tangível como intangível, e não apenas os que tivessem ligação com a memória nacional oficialmente estabelecida, a lei municipal, a exemplo da estadual, reproduz com precisão o mesmo discurso expresso no Decreto-Lei N° 25/37 quanto à concepção de patrimônio e a adoção do processo de tombamento como principal instrumento legal de proteção, conforme pode-se observar na definição do que constitui o que é intitulado como o patrimônio histórico, artístico, paisagístico e cultural do município adotada nesta legislação:

- I - Construções e obras de arte de notável qualidade estética ou particularmente representativas de determinada época ou estilo;
- II - edificações, monumentos intimamente vinculados a fato memorável da história local ou à pessoa de excepcional notoriedade;
- III - monumentos naturais, como sítios e paisagens, de notável feição, inclusive os agenciados pela indústria humana (TERESINA, 1988, p.01).

A legislação, que visava assegurar a manutenção das características originais dos bens protegidos por ação do tombamento ao atribuir a responsabilidade de proteção administrativa à Prefeitura Municipal, bem como ao estabelecer a proibição de demolição ou qualquer outra intervenção sem autorização prévia deste mesmo órgão, contudo, em seu Artigo 11 abre ainda a possibilidade à revogação do próprio tombamento, a ser decretado pelo prefeito municipal,

entre outras exceções, quando diante de situações como “por exigência indeclinável de desenvolvimento urbanístico do Município” (TERESINA, 1988).

Não obstante, o estabelecimento da legislação municipal, a exemplo da estadual, continuou sem promover ações significativas no âmbito da preservação e promoção do patrimônio teresinense, limitando-se apenas à instauração de processos de tombamento. Essa situação se agravaria pouco tempo após a sanção dessas leis quando o jogo de interesses e a especulação imobiliária que circundavam as áreas onde se encontravam esses bens pressionaram a prefeitura no sentido de flexibilizar a legislação. Cedendo aos interesses privados, um grande retrocesso nesse campo foi marcado na década de 1990 pela alteração da Lei N°1.939 que estabelecia zonas de proteção ambiental, em favorecimento à instalação de um empreendimento em uma das áreas do centro de Teresina protegidas pelo documento, colaborando para a demolição de diversos exemplares arquitetônicos (PEZADRINI, 2005).

Sem passar por atualizações relevantes, com uma fiscalização precária, e sem uma estruturação institucional sólida para tratar do patrimônio cultural teresinense a nível municipal, tais instrumentos se mostraram insuficientes e em pouco atuaram para coibir as demolições e descaracterizações que continuaram a acontecer nos anos seguintes. Com efeito, a relação de Teresina com sua memória, representada a partir do seu patrimônio arquitetônico, tem se revelado conflituosa, expressando a pouca eficiência e experiência municipal no que tange à proteção desses bens.

As críticas direcionadas ao constante ataque à memória da cidade, conferindo-lhe o título de “Teresina sem memória” por parte de intelectuais, escritores e jornalistas, voltam a colocar em comparação a realidade teresinense com o que parece se apresentar em outros demais centros urbanos, reforçando, mais uma vez, o estigma de incapacidade e atraso da cidade em acompanhar o que acontece nas “grandes cidades do mundo”, dessa vez em se tratando da relação do novo com o passado, como observa Nunes (2001):

Estivemos examinando a legislação municipal existente sobre a área de preservação e pudemos verificar que nada do que ali se contém vem sendo obedecido. Casas e edifícios com significativo valor arquitetônico e paisagístico vêm sendo destruídos da noite para o dia. [...] Todas as grandes cidades do mundo têm sofrido essa pressão do impacto do progresso e da modernidade, que aqui atua com a maior sem-cerimônia, como se estivéssemos numa terra de ninguém. Naquelas, o progresso e o novo conservam as características essenciais da urbe em harmonia com a sua fisionomia arquitetônica. Aqui não, destrói-se pelo simples prazer de destruir, por horror ao antigo [...] (NUNES, 2001, p.38).

Além disso, pensamentos como o já apresentado pelo poeta H. Dobal continuaram a alimentar a ideia de que Teresina não possui bens culturais notáveis capazes de despertar o interesse a nível nacional e/ou atrair visitantes, pensamento este que também contribuiu para intimidar as políticas culturais do município, de uma forma geral. O resultado da conjunção dessa série de fatores se refletiu em tensões entre o poder público e a população da cidade, e na maneira como ela também se apropria e reivindica a proteção dos bens culturais com os quais se identifica.

Tomamos como exemplo o embate apresentado no documentário Ex Memória – Therezina sem memória, produzido pela radialista Leide Souza e veiculado no ano de 2015, o qual mostra claramente como tem se desdobrado as tensões nesse sentido. Através de entrevistas, a produção revela os discursos adotados por diferentes representantes de grupos interessados no patrimônio da cidade, a saber, as instituições responsáveis pela preservação e promoção a nível federal, estadual e municipal, representantes da academia – como professores e alunos da Universidade Federal do Piauí – e um morador da região central. Fica evidenciando no documentário as diferentes motivações no interesse pelo patrimônio, particularmente o arquitetônico, da região central da cidade, além das atribuições de responsabilidade que cada grupo parece sugerir em relação ao outro.

Na entrevista apresentada que fora realizada com o representante dos moradores da cidade, por exemplo, observamos que o seu discurso se pauta principalmente na intensa descaracterização e mudança que tais imóveis vêm sofrendo em um curto espaço de tempo, afetando diretamente a paisagem e a memória do centro da cidade. Na sua fala, nota-se ainda que esse sentimento é frequentemente acompanhado de certa nostalgia que se confunde às suas lembranças individuais, principalmente da época em que as construções do centro da cidade ainda atendiam ao uso residencial, inclusive relatando a sua própria iniciativa de tentativa de salvaguarda da fachada de um imóvel, frustrada diante das dificuldades impostas pelo órgão estadual. Do mesmo modo, a fala durante a entrevista com a representante da instituição de ensino federal, denota uma crítica direcionada à ineficiência das ações acerca do patrimônio cultural da cidade, de forma que os órgãos públicos são culpabilizados, bem como a necessidade de atualização da legislação atual, considerada ultrapassada, é salientada.

Os discursos promulgados nas entrevistas com os representantes das instituições oficiais relacionadas à promoção e preservação do acervo cultural da cidade e do estado, em consequente, reforçam a importância do patrimônio e, por sua vez, reconhecem a já

mencionada fragilidade das políticas públicas no que concerne na contenção da destruição do acervo arquitetônico, principalmente no âmbito municipal.

De acordo com a fala desse grupo de entrevistados, as dificuldades são propulsadas pelas distintas atribuições e localização na estrutura de poder de cada órgão, tal maneira que parece não haver uma solução em consenso, na medida em que o representante do órgão federal responsabiliza o órgão estadual, e que por sua vez responsabiliza o municipal, que inclusive assume que acumula funções que deveriam ser desenvolvidas por este.

A representante da principal instituição de proteção a nível federal, caracterizada pelas ações de tombamento em todo país, o IPHAN, infere que o tombamento já não é o único mecanismo de garantia de preservação, bem como enfatiza a importância da participação dos três níveis de poder público e a gestão compartilhada. Ainda assim, a porta-voz dessa instituição afirma que a mesma tem limitado a sua participação nas políticas patrimoniais da cidade à finalização dos processos de tombamento e registro, como forma de assegurar a totalidade do acautelamento, de modo que as demais etapas se concentraram principalmente na esfera municipal.

Curiosamente, o discurso do representante do poder municipal não focou nas limitações da legislação deste, mas enfatizou na sua fala a atribuição da responsabilidade pelo patrimônio a todos os atores sociais relacionados, incluindo proprietários de bens privados, intelectuais e a sociedade civil como um todo, pontuando a educação formal como uma das principais responsáveis na conscientização da noção de preservação em um esforço participativo e integrado, mas não mencionou as atitudes ou papel do município para chegar a esse objetivo.

A desarmonia entre esses diferentes grupos revelada no documentário, por fim, não apenas retrata as dificuldades no que tange ao campo patrimonial a nível local, mas também nos permite refletir, no caso de Teresina, quanto ao peso das políticas públicas nesse âmbito, e como a trajetória ou a ausência delas também exerce influência na maneira como uma comunidade se relaciona com seus bens culturais, construindo e afirmando sua identidade. Essa relação pode ser, mais uma vez, sintetizada pelo pensamento de Silva Filho (1985, p.18) que entende que “enquanto o povo receber por parte dos nossos governantes uma política excepcional, excepcional vai ser o tratamento dispensado aos bens culturais, posto que toda política de preservação se confunde com a própria política do governo para com a sociedade”.

Isto posto, exploraremos a seguir, uma possibilidade de aproximação entre políticas públicas e a preservação do patrimônio cultural, a partir da perspectiva do turismo, e que cada vez mais tem se acentuado, especificamente na realidade de Teresina.

4.3 O TURISMO E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES

Os movimentos relacionados à valorização do passado e as preocupações com a memória mencionados no excerto anterior, marcam diferentes eventos e pensamentos relacionados a esse fenômeno de acordo com a historiografia (JUNIOR, 2015), mas sintetizam uma preocupação comum que se refletiu na cultura. Esses fenômenos, contudo, não estariam apenas associados a questões identitárias, mas também à possibilidade de uso dos vestígios do passado como recurso econômico através do turismo (ABREU, 2016).

Michel Pollak (1992) trata da relação próxima entre memória e identidade. Esta, enquanto um processo de construção, relaciona-se com a memória na elaboração da imagem que se pretende ter e apresentar de si para si mesmo e para os outros, alicerçando o sentimento de pertencimento, sendo a memória “um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angustia” (LEGOFF, 1990, p.410).

A diferença em relação ao outro é o principal componente dessa construção, uma vez que ela se dá diante de negociações, transformações e referenciais de aceitação que se dão, essencialmente, em função do outrem. Dias (2006) compreende que definir uma identidade cultural implica numa busca pela afirmação de uma diferença e de uma semelhança, na medida em que:

Quando se busca a identidade cultural, procura-se identificar aqueles que apresentam traços em comum, que se identificam entre si, o que fortalece o sentimento de solidariedade grupal. No entanto, delimitar um grupo de iguais implica distingui-lo de outros; desse modo, a construção da identidade tem um aspecto aparentemente contraditório, por levar, necessariamente, ao estabelecimento de diferenças em relação aos membros de outras comunidades (DIAS, 2006, p.51).

Porquanto no contexto coletivo as identidades podem ser compreendidas como “todos os investimentos que um grupo deve fazer ao longo do tempo, todo o trabalho necessário para dar a cada membro do grupo (...) o sentimento de unidade, de continuidade e de coerência” (POLLAK, 1992, p.207).

Trata-se, pois, de um mecanismo de unificação. No caso dos Estados nacionais, por exemplo, ela tem sido amplamente utilizada como mecanismo para sustentar a ideia de um todo, caracterizado por ideais, condutas, crenças e um passado em comum, que o ancora na história por meio da memória compartilhada, lança parâmetros para a compreensão do presente e esboça as perspectivas de futuro. Choey (2017, p.112) afirma que “indivíduos e sociedades não podem preservar e desenvolver sua identidade senão pela duração e pela memória”, e por essa razão esses dois conceitos estão tão intimamente relacionados, ao se considerar que uma das finalidades da memória é a afirmação da identidade.

A ideia de coesão que se tem nos grupos, mediado por esse processo, e que permite que diferentes indivíduos se reconheçam e se identifiquem a partir de elementos similares, entretanto, não é um fato determinado e imutável, ou mesmo um elemento essencial de um indivíduo ou de um grupo, mas geralmente se dá a partir de três elementos: a unidade física/territorial, a continuidade temporal e a coerência, estabelecidos através de negociações ou mesmo de violência (BOURDIEU, 1989).

Não obstante, o autor enfatiza que quando a identidade e a memória no cerne dos grupos estão atuantes e estabelecidas de maneira sólida, de modo a não serem afetadas por interferências ou questionamentos externos, vivencia-se o que ele chama de “conjunturas ou períodos calmos”. Por outro lado, quando essas estruturas não estão suficientemente instituídas e encontram-se diante de um cenário que as colocam em crise, a identidade se torna uma questão e urge-se, então, à necessidade de rearranjo.

Dessa forma, Hall (1996) e Bauman (2005) reforçam o caráter fragmentário, plural e transitório que as identidades passaram a assumir na contemporaneidade, em detrimento da noção aparentemente clara e bem definida que costumava assumir, dentre outros fatores, como resultado das mudanças que se instauraram na modernidade tardia, particularmente relacionadas ao processo de globalização, e que tomaram amplas proporções e promoveram impactos e transformações nas formas de interação dos indivíduos e nos processos de identificação.

Hall (1996) discute ainda quanto à possibilidade de estarmos vivenciando na pós modernidade uma crise de identidade. Isso se deve ao fato de que os sujeitos, até então entendidos como unificados, e cuja identidade se constituía a partir de estruturas e instituições que conferiram estabilidade e coerência ao sentido de “eu”, individualmente ou no âmbito de um grupo, em face das aceleradas mudanças que se estenderam às experiências de convivência, passaram a experimentar discontinuidades que alteraram os modos de vida

considerados tradicionais, provocando rupturas e deslocamentos em relação aos antigos quadros referenciais que davam forma e suporte à constituição de identidades.

A identidade do sujeito pós-moderno, portanto, revela-se em colapso por instabilidade diante da fragmentação da unidade do que era entendido por identidade, agora não mais como algo fechado e fixo, mas dinâmico e transitório diante de uma dimensão de mundo muito mais amplo em que não se pode ficar indiferente às mudanças.

Como consequência, os processos de identificação se tornaram múltiplos, problemáticos e temporários, assinalando a impossibilidade de existência de uma identidade unívoca e permanente, em detrimento de uma diversidade de identidades disponíveis que coexistem e se contrapõem, e que podem ser assumidas ou atribuídas ao indivíduo ao longo de sua vida. Em síntese, “a matriz contemporânea é a de um sujeito que reage e se comporta de formas diferentes em circunstâncias e grupos diferentes” (BARRETTO, 2000, p.45).

De fato, Bauman (2005) entende também que vivemos atualmente em uma era líquido-moderna, a qual os sentimentos de pertencimento e identidade não são sólidos nem permanentes, mas antes de tudo, são negociáveis e revogáveis, de modo que os indivíduos são os responsáveis por criarem ou escolherem sua própria identidade, e não mais as receber por herança ou qualquer grau de determinação. As comunidades, enquanto entidades que definem as identidades, não mais estão designadas ao destino, mas se sobressai o trânsito e a exposição a diferentes grupos, princípios ou ideias. Assim, no entendimento do autor, atualmente elas estariam restringidas à individualidade, sendo ambíguas, transitórias e oscilantes, transformando-se de sólidas para identidades líquidas, fluídas, difíceis de serem cristalizadas, associadas à disputa. A variedade em relação à quantidade de identidades possíveis chama à atenção para questões específicas dos grupos que as detém, mas dificulta a unidade.

Juntamente ao argumento de que as identidades culturais se multiplicaram e enfraqueceram-se, soma-se ainda a mundialização da cultura como consequência do processo de globalização que, atuando numa escala global, promoveu novas formas socialização e combinações de espaço-tempo (MCGREW, 1992, *apud* HALL, 1996) que facilitaram a aproximação de culturas, levando à sua fácil propagação e assimilação, resultando no fenômeno da homogeneização cultural. Assim:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e

pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos (...). No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a identidade, ficam reduzidas a uma espécie de língua franca internacional ou de moeda global, em termo das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas (HALL, 1996, p.75).

Como reação a esse fenômeno, têm se despontado reações de enfrentamento e resistência, visando o reforço e o sentido das identidades locais, na medida em que os grupos sociais têm demonstrado interesse na busca pela diferenciação, por elementos que referenciem o seu lugar no mundo e despertem o sentimento de pertencimento, refletindo a necessidade de voltar a atenção à sua própria memória.

Do mesmo modo, acentuou-se também o desejo de explorar no outro as diferenças em relação a si próprio, de experimentar o que se apresenta como “autêntico”, na contramão dos modelos homogeneizados ou “artificiais” produzidos pelo processo de globalização, comportamento este favorecido ainda pelo aumento do tempo livre e pela maior facilidade de acesso à informação, possibilitando às pessoas “pensarem em aspectos além de sua realidade imediata” (DIAS, 2006, p.36). Como consequência, conforme tratamos ao introduzir este capítulo, esse cenário levou ao entendimento de que essa tendência pode descortinar novas oportunidades e benefícios a nível econômico, através de uma das atividades que mais tem apresentado crescimento no último século: o turismo.

Nessa seara, o turismo passou a ser apontado como uma das principais ferramentas de recuperação da memória, na medida em que, além de poder diferenciar-se e delinear seu lugar no mundo pós-moderno através do fortalecimento de uma identidade cultural própria, encontra-se a possibilidade de poder reproduzi-la para atrair visitantes e obter vantagens a partir disso, estimulando nos grupo sociais um novo olhar à sua própria história e ao legado cultural que lhe compõe e caracteriza, contribuindo para a difusão e o conhecimento acerca deles e, como resultado, auxiliando na sua valorização por parte dos seus próprios detentores (BARRETTO, 2000). Da mesma forma, por intermédio dessa relação, os grupos sociais possam se revestir de “elementos atuantes nas ações concretas em favor de seu próprio desenvolvimento” (CARVALHO; NOBREGA, 2012, p.129).

Particularmente no caso do patrimônio cultural, a associação com o turismo não apenas propiciou novas possibilidades, como foi fortemente incentivada. De fato, o patrimônio passou a desempenhar, simultaneamente, um papel econômico e social (SIMÃO, 2006).

Peralta (2003) destaca três usos específicos que o patrimônio costuma ser empregado para atender: o primeiro seria exatamente o de gerar identificação coletiva, a partir de seu valor simbólico que o faz ser reconhecido enquanto tal, “veiculando uma consciência e um sentimento de grupo, para os próprios e para os demais, erigindo, nesse processo, fronteiras diferenciadoras” (PERALTA, 2003, p.85); o segundo, o de atender a fins políticos, conforme serve aos propósitos de legitimação dos atores ou instituições que os ativam ou constituem; e o terceiro, por fim, o uso econômico, ao ser ressignificado para ser aproveitado pelo turismo, podendo ser convertido em valor para consumo no mercado cultural.

Em contrapartida às discussões que, paralelamente, inflamaram-se no que diz respeito à apropriação de bens culturais pela atividade turística, – e que não será aprofundada nesse momento – as quais geralmente enfatizam os possíveis impactos negativos que o exercício massivo dessa atividade pode acarretar, tais como a aculturação, o risco à integridade do patrimônio, sobretudo em termos de capacidade de carga, e a espetacularização e banalização diante da mercantilização desses bens, as expectativas e os resultados apresentados têm levado a crer que “a exploração comercial do patrimônio cultural mediante sua conversão em atrativo turístico tem sido apontada como a opção que mais assegura sua reabilitação e conservação” (BASTOS, 2004, p.76).

Portanto, entendendo os bens culturais como potenciais recursos e enfatizando sua salvaguarda, assim como baseando-se na abrangência de práticas turísticas que incluam a experimentação de manifestações culturais, ainda que esta não seja a principal motivação da viagem, nos nichos de mercado houve também o impulso do segmento de turismo cultural, cujos discursos oficiais que objetivavam motivar tal prática promulgaram a ideia de um tipo de turismo que alia os valores culturais aos objetivos econômicos, e que sugere a geração de menos impactos às localidades, segundo o postulado a partir de encontros promovidos pela Organização das Nações Unidas – ONU, posteriormente expostos em documentos e acordos.

A atribuição de tais características contribuiu para a promoção desse segmento enquanto um dos mais promissores nas últimas décadas, seja enquanto segmento principal ou secundário, revelando-se como “um caminho à obtenção de fundos necessários à preservação da herança cultural e como uma ferramenta para proporcionar o desenvolvimento econômico local, regional e até mesmo nacional” (DIAS, 2006, p.36).

Associou-se também a essa prática a ideia de que esse tipo de segmento implica em uma fuga às tradicionais práticas turísticas e no suporte ao desenvolvimento de caráter sustentável nos destinos, ao sugerir convergir para a busca por experiências de viagem

alternativas e “limpas”, que permitam maior proximidade com recursos naturais e culturais sem que, no entanto, demandem demasiado prejuízo social e ambiental.

Além disso, seria um segmento passível de ser desenvolvido em qualquer localidade, haja vista que a existência de cultura e história é inerente a qualquer grupo social. Com efeito, cidades com conjuntos arquitetônicos históricos preservados e eventos tradicionais (religiosos, gastronômicos, culturais) têm se destacado como destinações turísticas, cuja principal fonte de renda está concentrada no turismo, a exemplo das cidades brasileiras de Ouro Preto (MG) e Olinda (PE). Pode-se inferir que todas as localidades possuem aspectos culturais potenciais e, portanto, podem desenvolver o turismo cultural. No entanto, isso dependerá da forma como esses aspectos são valorizados, qualificados e dispostos de modo a atrair a visitação.

Tal proposta, contudo, não é recente e possui um notável histórico de debates por parte dos Estados, incluindo o Brasil, enquanto política pública há pelo menos 50 anos. Apenas a título de exemplo, destacamos a reunião da Organização dos Estados Americanos – OEA que ocorreu no ano de 1967 em Quito, Equador, onde se reconheceu o valor econômico que o patrimônio cultural poderia apresentar, assim como a possibilidade de utilizá-lo com o objetivo de promover o desenvolvimento de uma localidade.

O contexto desse encontro foi marcado principalmente pela situação de degradação em que se encontravam submetidos os bens culturais dos países ibero-americanos, em face dos acelerados processos de modernização que se alastraram no referido período, exigindo reflexão quanto à adoção de medidas que efetivamente viabilizassem sua proteção, funcionalização e utilização enquanto vetor de desenvolvimento.

Em pauta, no documento, discutiu-se a importância de conciliar as transformações a serem projetadas no espaço urbano com os bens e conjuntos culturais que dele também fazem parte, aludindo ao entendimento de que os projetos modernistas e de caráter desenvolvimentista que prevejam a melhoria da qualidade de vida, assim como a adequação às novas demandas do mundo contemporâneo, não ocorram em detrimento do legado do passado. Em relação ao emprego desses bens por uma atividade econômica e, sob a ameaça dessa apropriação promover a perda do seu significado ou valor simbólico, consentiu-se nesse momento que:

Os valores propriamente culturais não se desnaturalizam nem se comprometem ao vincular-se com os interesses turísticos e, longe disso, a maior atração exercida pelos monumentos e a fluência crescente de

visitantes contribuem para afirmar a consciência de sua importância e significação (...). Tudo quanto contribuir para exaltar os valores do espírito, mesmo que a intenção original nada tenha a ver com a cultura, há de derivar em seu benefício. (OEA, 1967 apud IPHAN, 2012, p.6)

Quanto ao atual contexto pós-moderno de aldeia global e suas implicações à realidade da identidade piauiense, Mendes (1983), partindo de um pensamento compartilhado por outros intelectuais do Estado já em meados da década de 1980, exemplifica as inquietações que começaram a acometer os piauienses diante desse cenário, observando e argumentando que os traços culturais que costumavam singularizar e atribuir contornos à identidade cultural piauiense têm sido enfraquecidos, tornando os sujeitos cada vez mais vulneráveis. O autor sugere que as consequências e transformações advindas da amplitude da globalização, ao passo que facilitou as comunicações em escala global, enfraqueceu a capacidade de interação entre os teresinenses e, paulatinamente, suscitou a descaracterização de aspectos culturais próprios, pela via do hibridismo cultural.

O autor adota o termo “ilha cultural” para explicar a situação em que, a despeito das dificuldades que a circulação de informação do restante do país e do mundo enfrentava para chegar a Teresina, contrariamente, este obstáculo favorecia com que os sujeitos fossem instigados ao convívio e às relações sociais, tal modo que esse aparente isolamento contribuía para a continuidade das interações e de determinadas práticas culturais. Por consequência, o autor concorda com a ideia de que a preeminência do processo de globalização desestabilizou e também enfraqueceu a cultura local, uma vez que determinadas práticas sociais e costumes possibilitados por meio dessa interação foram gradualmente sendo descontinuados.

Tomando por exemplo os cortejos de bumba-meu-boi que costumavam acontecer nas ruas de diversos bairros da cidade e que aproximavam e envolviam a população, a sua crítica, como ele próprio assume, não se trata de saudosismo, mas da constatação da aparente incapacidade de manifestação cultural que os teresinenses foram acometidos, inclusive considerando as novas interferências.

(...) não há saudosismo nisso tudo. Apenas estou levantando a questão da falta de manifestação do nosso povo ou do incentivo para que o faça. De forma espontânea e simples. Não se trata de reviver necessariamente os bois – talvez eles já não expressem o sentimento deste povo – mas de revigorar os elementos que permitam a sua manifestação (MENDES, 1983, p.11).

Compartilhando semelhante pensamento, Dias e Miranda (1983) observam que no Estado do Piauí, como um todo, alastrou-se a mera reprodução de modelos culturais exógenos, sobretudo importados do eixo Sul-Sudeste do país, instituídos pelas classes

dominantes e difundidos amplamente através da mídia, provocando a desvalorização e retração da cultura local, processo este intensificado pelas dificuldades econômicas e os índices de educação desfavoráveis com os quais a imagem do Estado sempre esteve associada, regionalmente e nacionalmente.

Com efeito, conforme já observado, a delimitação de uma identidade cultural, seja a nível municipal, no caso de Teresina, ou mesmo estadual, parece ser uma questão bastante contundente. Ao tratarmos do turismo, por sua vez, essa questão também apresenta seus reflexos quanto à consolidação de uma imagem turística capaz de competir com os demais estados vizinhos os quais apresentam uma identidade, tanto cultural quanto turística, suficientemente delineadas a nível nacional e mesmo internacional, tais como no caso da Bahia e do Pernambuco.

A apreensão da proporção desse cenário voltou a urgir à necessidade de criação de dispositivos cujos esforços fossem direcionados a um enfoque nos bens e manifestações culturais locais, dessa vez, a exemplo das tendências seguidas a nível nacional e internacional, tendo por objetivo a perspectiva de desenvolvimento econômico e social a partir de recursos já existentes, preocupação esta que passará a vigorar, pelo menos teoricamente, como será observado, em políticas e instrumentos públicos.

Por fim, através das exposições apresentadas, procuramos empreender uma breve reflexão acerca do cenário geral, e do contexto histórico e atual dos temas que se relacionam com a nossa discussão principal neste capítulo: a ressignificação do patrimônio cultural a partir da sua apropriação enquanto recurso pelo turismo. Isto posto, seguimos à análise documental do instrumento que balizou a requalificação do Mercado Central, tentando destacar o modo como os assuntos já tratados foram nele apreciados com o objetivo de justificar a execução desse processo.

4.4 O PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL:

PERSPECTIVAS E AÇÕES

Para que o turismo possa induzir aos resultados e receitas esperados que se vinculam a ele, e no que tange ao desenvolvimento das localidades e de suas comunidades, é necessário que, mais do que apenas a existência de recursos que possam instigar o interesse, estes sejam

qualificados através de iniciativas e aparatos, a fim de converter-se em produto para ser ofertado ao mercado.

Atribui-se esse papel principalmente ao poder público instituído na figura do Estado, o qual se espera que assuma a responsabilidade pela criação de ações que abranjam e atendam aos interesses e necessidades dos diferentes setores da sociedade, ou seja, de políticas públicas. No caso do turismo, a tarefa do Estado deve ser, entre as principais atribuições, o de viabilizar a prática dessa atividade, ao prover a estrutura e o aparato judiciário necessários à organização e ao gerenciamento dos recursos. Do mesmo modo, deve haver um monitoramento do seu andamento e garantir que os benefícios advindos contemplem todos os atores envolvidos.

Aliado a essas ações, o planejamento desempenha um papel de fundamental importância. De acordo com Ruschmann (1996, p.66), o planejamento pode ser descrito, genericamente, como um “conjunto de atividades que envolvem a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos”. O planejamento deve envolver todas as etapas do desenvolvimento de um projeto, desde a idealização até a continuidade, partindo do conhecimento da realidade atual em que se irá atuar, da preparação das ações a serem executadas e a previsão dos resultados que se pretende obter.

Na prática, tais formulações e tomadas de decisões costumam se articular entre as três esferas do poder: o municipal, o estadual e o federal. Entretanto, como observado em exemplo já apresentado sobre a preservação do patrimônio cultural em Teresina, essa articulação pode se deparar com obstáculos e interesses conflitantes, os quais nem sempre levam em conta o bem coletivo, e que impossibilitam que essa relação ocorra de forma equilibrada. Nesse sentido, podemos observar a ocorrência de um maior engajamento a nível municipal, e que despontaram nas principais iniciativas no âmbito das políticas públicas que relacionem patrimônio, turismo e desenvolvimento, a partir do limiar do século XXI.

Dias (2006) sublinha, especificamente, o papel que o poder municipal pode empreender. Apesar de observar que o mais alto grau de identificação do brasileiro costuma se dar em relação à nação, enquanto maior e mais consolidada comunidade imaginada, tal modo que esse grau parece diminuir na medida em que nos acercamos das esferas locais, como os estados e os municípios, o aumento da influência desse estrato de poder e a descentralização em relação ao poder federal tem sido essencial “na determinação dos rumos de seu próprio desenvolvimento” (2006, p.181). É a nível municipal, por sua vez, que podem

se circunscrever possibilidades econômicas e de desenvolvimento melhor articuladas e adequadas à realidade local, de forma a complementar às instituídas a nível nacional.

Para dar continuidade a tal discussão, procedemos à análise documental dos instrumentos que tratam do assunto, seguindo as recomendações de Cellard (2012). Concordando com o autor de que o emprego desse método pode ser constituir um desafio, e para melhor empreende-lo, é mister que se faça uso atencioso de textos pertinentes e de credibilidade verificada, tomando as devidas precauções quanto ao sentido da mensagem neles expressa e os limites que eles podem impor. Os documentos aqui elegidos para essa tarefa se caracterizam, de acordo com a definição deste autor, como públicos, uma vez que se incluem no grupo de arquivos governamentais, neste caso, municipal.

Iniciamos a análise desse cenário a partir da Lei Municipal nº 3.151 sancionada em 23 de dezembro de 2002 pelo então prefeito Firmino Filho, e que concretizou, pelo menos na teoria, as primeiras políticas públicas municipais de desenvolvimento de base sustentável. Essa legislação instituía o Plano de Desenvolvimento Sustentável – Teresina Agenda 2015 enquanto Plano Diretor de Teresina, logo na primeira metade do segundo mandato do representante teresinense.

Esse curto documento seria responsável, conforme seus objetivos apontam, por normatizar e orientar a política de desenvolvimento nos âmbitos urbanísticos, socioeconômico, ambiental e político-administrativo da cidade, de modo que as metas presentes nele deveriam ser priorizadas nos planos municipais a serem desenvolvidas no recorte de até 15 anos, como o próprio título sugere. Suas ações, porém, deveriam estar subordinadas e limitadas às regulações já instituídas no Plano Diretor da cidade, previamente elaborado (TERESINA, 2002).

Sua elaboração visou atender às necessidades e preocupações a nível nacional no que diz respeito à gestão de política urbana e à correção dos impactos ambientais e sociais resultantes do crescimento urbano acelerado e desproporcional. De fato, o tema da sustentabilidade ganha destaque e responsabilização por parte do poder público com a promulgação da Política Nacional de Meio Ambiente, no ano de 1981, e da Constituição Federal de 1988, em consonância com os debates sobre o assunto no âmbito internacional, e na esteira da garantia do direito a um meio ambiente equilibrado, lançando as bases para a gestão do desenvolvimento socioeconômico em conformidade com o meio e os recursos naturais disponíveis.

Esse cenário foi perpetrado a partir da sanção da lei federal N°10.257 de 10 de julho de 2001 – Estatuto da Cidade que instituiu diretrizes acerca das políticas urbanas, as quais deveriam nortear o desenvolvimento e a garantia do que seriam as funções sociais da cidade, tais como: o planejamento e o direito a cidades sustentáveis, à gestão democrática, através da participação popular, e da gestão de riscos e controle sobre a ocupação do solo e do meio ambiente (BRASIL, 2008). Nesse sentido, responsabilidades como a promoção do planejamento e ordenação territorial, e de políticas de desenvolvimento urbano, por meio da instituição de um plano diretor, passaram a ser atribuídas aos municípios.

Posteriormente, na data de 20 de outubro de 2006, já durante a gestão do prefeito Sílvio Mendes, é que o primeiro plano entraria plenamente em vigor, reinstituído através da sanção da lei n°3.558, que também revogou o instrumento anterior. Esse documento, já mais detalhado, apresentava a mesma definição do anterior, porém acompanhando a descrição de objetivos e diretrizes que deveriam pautar sua atuação em relação aos setores que seriam contemplados.

Dentre os principais objetivos direcionados aos setores político e administrativo, destacam-se o incentivo a um maior exercício da cidadania, através da participação da sociedade no acesso à informação e nas decisões do governo municipal, e a descentralização e otimização dos serviços públicos. Já nos objetivos econômicos, além do estímulo ao desenvolvimento e à competitividade no setor privado, projeta-se o fortalecimento de Teresina como capital regional política, comercial e de serviços, dentre os quais figura o turismo, com ênfase ao segmento de negócios e eventos.

Nos objetivos sociais, por sua vez, o 28º traz o seguinte destaque: “a valorização da cultura local, tradicional e moderna, com adaptação ao processo de globalização”. Somados a esse objetivo, no âmbito físico-ambiental, prospecta-se ainda a “reabilitação da paisagem urbana” e “a preservação do patrimônio histórico e cultural”, bem como a aproximação dos indivíduos a aspectos simbólicos, como o “resgate da relação homem-rio” e o desenvolvimento social, cultural e econômico da região do Centro de Teresina (TERESINA, 2006, p.02).

Simultaneamente, em vários pontos desses objetivos, propõe-se processos de modernização, implantação e melhoria de recursos de ordem urbanística e estrutural (tais como serviços públicos de fornecimento de energia, transporte, etc.), ao passo em que se apresenta esses objetivos de recuperação das relações com o espaço e os bens culturais da

cidade. Da mesma forma, é proposto, quase que de forma repetitiva fazendo uso de palavras diferentes, uma maior integração e participação da comunidade nas ações e decisões políticas municipais.

A partir do capítulo 3 do documento, são apresentadas as diretrizes que devem nortear a execução das ações que vão ao encontro dos objetivos apresentados, e também contemplam os setores já referenciados anteriormente (econômico, social, ambiental, etc.). De forma bem clara, são sugeridas criações e implementações de projetos, programas e órgãos que viabilizem, na prática, alcançar os objetivos estipulados para o desenvolvimento sustentável da cidade. Como exemplo, o item 23 do artigo 9, que inclui as diretrizes direcionadas ao desenvolvimento econômico, já trata da elaboração de um “Plano de Desenvolvimento do Turismo de Teresina”, e o item seguinte institui a criação de um comitê gestor para essa atividade (TERESINA, 2006, p.04).

Mais adiante, o artigo 17 do referido capítulo compreende as diretrizes que deverão se relacionar à revitalização do centro urbano, além do estímulo à sua ocupação cultural. Nesse excerto, demonstra-se a preocupação não apenas em promover melhorias urbanísticas na região central da cidade, mas integrando ações relativas aos bens culturais que se encontram nesse espaço, bem como sugerindo reforço nas práticas de acautelamento do patrimônio cultural, como mostrado nos pontos destacados a seguir:

- I - Revisar a legislação ambiental no que se refere ao patrimônio construído;
- V - Promover campanha relativa ao patrimônio e a memória, história e contemporaneidade do Centro;
- VIII - Preservar, através de tombamento do Centro Histórico e seus entornos imediatos;
- XXIII - Implantar ruas com soluções de *traffic calm*, em áreas históricas do Centro, a fim de preservar as estruturas das edificações antigas;
- XXIII - Realizar eventos culturais em locais no centro (TERESINA, 2006, p.07).

O patrimônio cultural da cidade também foi abrangido em diretrizes específicas direcionadas às atividades culturais, embora nesse momento o turismo não tenha sido diretamente articulado a essas iniciativas, tais como:

- I – Consolidar um calendário de eventos culturais de âmbito local, regional, nacional e internacional;
- III – Realizar inventário do patrimônio histórico e cultural para fins de preservação;
- IX – Implantar legislação específica relativa à preservação do patrimônio cultural, no centro da cidade;

XI – Promover na educação ambiental a integração do patrimônio histórico e cultural como parte do ambiente a ser preservado (TERESINA, 2006, p.10).

Por fim, as orientações dispostas nesse instrumento apenas indicavam iniciativas que, a fim de serem efetivamente executadas, deveriam compor outros projetos a serem desenvolvidos. Além disso, observou-se que, embora categorizadas de acordo com os setores a serem contemplados, essas orientações careceram de uma melhor organização e projeção do contexto em que deveriam se inserir.

Nesse sentido, pensou-se, no ano de 2010, na elaboração de um Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS para Teresina. Esse instrumento técnico, já utilizado nacionalmente em outras localidades, tanto em estados como em municípios, tem por finalidade analisar a situação do turismo em potenciais destinos, projetar objetivos e metas que orientem e fomentem o seu desenvolvimento, e, por meio da elaboração desse panorama, obter recursos – principalmente a nível federal – para realiza-lo. O contexto político da sua criação foi durante o governo do prefeito Elmano Férrer de Almeida, que de vice-prefeito da cidade, assumiu o cargo de prefeito da capital piauiense durante o período de 2010 a 2012, quando o então ocupante deste cargo, Silvio Mendes, abriu mão do posto para concorrer ao governo do Estado do Piauí.

Assim como os demais documentos analisados para essa pesquisa, a procura e o acesso a esse plano se deu através do uso da internet, estando o mesmo disponibilizado no formato PDF no site da Secretaria Municipal de Planejamento da Prefeitura Municipal de Teresina – SEMPLAN, para acesso livre ao público. Durante a realização do trabalho de campo, chegamos a visitar a sede da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEMDEC, órgão em cujo âmbito se deu a elaboração desse documento, com o objetivo de colhermos mais informações sobre o PDITS, e ter acesso a uma cópia física do documento para análise.

No entanto, chegamos apenas a conversar com a recepcionista do órgão que não soube nos dar maiores informações. A mesma nos indicou falar com a Sra. Márcia, que informou que a equipe havia sofrido mudanças e que não haveria ninguém no momento que pudesse tratar do plano. A mesma orientou que procurássemos a secretária do Sr. José João Braga na Prefeitura Municipal de Teresina no setor de planejamento, seu esposo, que poderia prestar mais esclarecimentos, mas não tivemos acesso ao documento físico ou mesmo contato com algum dos técnicos diretamente envolvidos na sua elaboração.

O arquivo, que contém 268 páginas, é introduzido pela ficha técnica que apresenta as autoridades e seus cargos em exercício no ano da sua formulação, além da equipe técnica responsável, seguidos pelo sumário, introdução, resumo executivo e apresentação. O restante do texto é dividido em 6 capítulos principais com seus respectivos subcapítulos, além dos anexos, dentre os quais o questionário de levantamento de informações iniciais, a saber:

1. Formulação de Objetivos do PDITS
2. Diagnóstico Estratégico da Área Turística
3. Validação da Seleção da Área Turística
4. Estratégias de Desenvolvimento Turístico
5. Plano de Ação
6. Feedback: Acompanhamento e Avaliação

Embora não seja diretamente uma consequência do Plano Diretor – Teresina Agenda 2015, ambos se relacionam, na medida em que determinadas ações nele estipuladas vão ao encontro das que foram pensadas na legislação municipal e tem por cerne o desenvolvimento sustentável, e a sua execução pressupôs um diálogo com as disposições desse documento, como “a conservação do meio ambiente, a valorização da cultura e dos hábitos e atividades locais” (SEMDEC, 2011, p.131).

A elaboração desse instrumento também foi responsável por marcar o enquadramento do turismo nas ações direcionadas às melhorias no âmbito econômico, social, ambiental e cultural dos principais dispositivos oficiais do governo municipal. Previamente à sua elaboração, inexistia quaisquer instrumentos legais, tais como plano diretor, estratégico ou de manejo, ou mesmo levantamentos e relatórios que tratassem do planejamento e dos resultados dessa atividade, de modo que as únicas fontes de dados encontradas que faziam referência à situação dessa atividade foram as de caráter estadual, como os relatórios de demanda turística confeccionados pela Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí – CEPRO. Estes relatórios, elaborados desde o ano de 1996, de forma bastante simplificada, apresentavam dados sobre a atividade e a estrutura turística da cidade, além de informações úteis ao delineamento do perfil do turista que chegava a Teresina.

O PDITS de Teresina foi então formulado pela SEMDEC entre os anos de 2010 e 2011, tendo por suporte financeiro o Ministério do Turismo do Governo Federal, obtido através do Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR, que incentiva o planejamento e promoção da atividade turística em estados e municípios, segundo

a lógica da regionalização. Salienta-se que a existência de tal documento, por sua vez, é pré-requisito para a obtenção desses recursos.

Para realizar tal empreendimento, uma equipe multidisciplinar composta por pesquisadores e técnicos a serviço da prefeitura municipal, tanto SEMDEC como da Fundação Getúlio Vargas, foi escalada para elaborar o documento e realizar as pesquisas e análises apresentadas. A metodologia empregada foi do tipo participativa, envolvendo representantes dos diferentes setores relacionados à atividade turística local, como o poder público e a iniciativa privada, cujos dados e opiniões foram trocadas por meio de encontros e entrevistas ocorridas ao longo da construção do plano.

De acordo com o apresentado, teve como principal objetivo “orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis, em curto, médio e longo prazo, estabelecendo as bases para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão”, e deveria contar com uma estrutura que incluísse uma justificativa acerca da escolha da área pretendida, a apresentação de um diagnóstico e dos dados da atual situação, tal como a formulação de objetivos e estratégias necessários ao desenvolvimento do turismo, habilitando-o como um instrumento de caráter técnico de “gestão, coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor privado” (SEMDEC, 2011, p.08).

Entendeu-se que o turismo, fora inserido nas políticas públicas como vetor para o desenvolvimento econômico e sustentável de Teresina há pouco tempo e, portanto, ainda se encontra em fase de desenvolvimento, ocorrendo de maneira espontânea e paralela às iniciativas do poder público municipal. Por conta disso, o município, à época da elaboração do plano, carecia de relatórios e dados que ajudassem a dimensionar a atividade turística em termos quantitativos. Tal modo, a identificação de atrativos e segmentos consolidados e em potencial foi viabilizado por meio de visitas técnicas.

Do mesmo modo, constatou-se que a capacidade de atuação do órgão responsável pelo planejamento dessa atividade e que fora posteriormente estabelecido, nesse caso, a própria SEMDEC, seria bastante limitado. Os fatores responsáveis por essa questão seriam, a saber: de natureza operacional, no que concerne ao seu quadro institucional, e orçamentário, com a baixa destinação de verbas para essa pasta, que diminuía sua eficiência na elaboração e implementação de políticas públicas voltadas para o setor; e no que tange ao distanciamento existente entre o órgão e o *trade* turístico local, que dificulta a articulação entre os diferentes atores responsáveis pela gestão do turismo no município.

Quanto ao diagnóstico apresentado, o documento sugere a inexistência de um posicionamento e identidade promocional da cidade enquanto destino turístico. Por outro lado, o Estado do Piauí teria uma imagem turística já consolidada, em função dos seus demais atrativos mais conhecidos, de modo que a principal identificação turística de Teresina se limitava à sua função enquanto portão de entrada do Estado.

Observa-se que, embora os dados apresentados no documento apontem para a existência de segmentos turísticos responsáveis pelo fluxo de turistas que visitam a cidade, tais como o turismo de negócios e eventos, sendo estes atrelados à principal imagem que se visa consolidar, e à existência de recursos que possibilitariam a potencialização de outros, como o turismo cultural e o ecoturismo, os quais ofereceriam suporte ao dois principais já existentes, o maior obstáculo ao respectivo crescimento e desenvolvimento desses segmentos seria a deficiência de infraestrutura, equipamentos e de planejamento turístico nas políticas públicas do município.

Acrescenta-se ainda, conforme os dados obtidos nos relatórios da Fundação CEPRO apontaram, a deficiência quanto à prestação e disponibilização de informação turística especializada, tanto nos atrativos, com a debilidade de Centros de Atendimento ao Turista – CAT, como de material promocional divulgado *online* e a ser disponibilizado nos equipamentos turísticos, como o aeroporto, o terminal rodoviário e os hotéis.

A qualidade e “singularidade” dos atrativos turísticos são também colocadas em pauta nessa discussão, de acordo com o observado em campo pela equipe técnica responsável. No diagnóstico, constatou-se que todos os atrativos turísticos do município, de uma forma geral, apresentavam-se desestruturados, em maior ou menor proporção, mesmo no caso do turismo de eventos, majoritariamente impulsionado pela iniciativa privada. O calendário de programações culturais do município também se defronta com a ausência de um local característico e/ou apropriado para a realização de eventos dessa natureza.

O turismo cultural, que de acordo com o já discutido, é descrito como um dos potenciais segmentos e gerador de renda, sobretudo à comunidade local, por sua vez, não apresentaria essa condição no caso de Teresina. No plano, entende-se que tal nicho carece de “elementos que o caracterizem melhor e permitam a exploração turística” (SEMDEC, 2011, p.73); não apresentaria uma demanda expressiva de turistas, tanto atual como potencial e possuiria baixa articulação em relação ao perfil econômico do município. As justificativas se baseiam nos seguintes argumentos:

- A cidade não conta com um “patrimônio arquitetônico de interesse regional ou nacional que tenha capacidade de atração de turistas, (...) ou que expressem sua cultura exclusiva” (SEMDEC, 2011, p.13), que justificasse o deslocamento de turistas para a localidade. Isso poderia ser creditado à jovialidade da cidade, fundada em 1852, o que seria um dos fatores pelos quais não apresentaria um conjunto arquitetônico de caráter expressivo a nível regional ou nacional.
- Do mesmo modo, relata-se a ausência de práticas culturais de dança, música, expressões populares características do local que fizessem referência à identidade ou à “uma cultura exclusivamente teresinense” (SEMDEC, 2011, p.74).
- O calendário de eventos da cidade, por sua vez, não apresentaria uma programação suficiente de eventos culturais capazes de induzir à atração de turistas.

Mesmo em face desses fatos, também observados a partir da execução de uma análise SWOT² de Teresina, concluiu-se que este segmento, se trabalhado de forma estratégica em conjunto com os demais segmentos já consolidados e potenciais, pode apresentar uma considerável capacidade de complementariedade, além de poder contribuir na construção de uma imagem turística secundária do destino, embora não se trate do posicionamento principal.

Os atrativos existentes na cidade ainda assim “podem ser utilizados no decorrer de todo o ano e, se bem equipados, podem ser de grande capacidade de atração de turistas e entretenimento de seus visitantes” (SEMDEC, 2011, p.147), bem como, ao serem favorecidos pela sua relativa proximidade geográfica, podem ser interligados entre si na composição de um roteiro turístico.

Desse modo, as ações apresentadas no plano sugerem resolver essa problemática, visando adequar a oferta turística da cidade à sua demanda, priorizando o investimento na recuperação e no provimento de infraestrutura adequada à visitação e de iniciativas que qualifiquem os atrativos em produtos turísticos. Articulou-se sua atuação em torno de três principais objetivos:

I – Qualificar o destino, melhorar a qualidade do serviço prestado, da infraestrutura dos atrativos e dos produtos ofertados;

² A análise SWOT é uma ferramenta comumente utilizada no planejamento turístico, que se constitui na identificação de quatro principais elementos: *strengths* – pontos fortes, *weakness* – pontos fracos, *opportunities* – oportunidades e *threats* – ameaças. A partir dos resultados obtidos é possível uma melhor definição do posicionamento estratégico, dos objetivos e da projeção de resultados esperados.

II – Aumentar o fluxo de turistas, o tempo de permanência média e o gasto diário dos turistas que chegam ao município;

III – Consolidar a imagem de destino de negócios e eventos com um valor agregado pelo oferecimento de opções de entretenimento e lazer diversificadas (SEMDEC, 2011, p.14).

Definiu-se, por fim, um Plano de Ação com as estratégias e investimentos a serem realizados para efetivar a estruturação da atividade turística, dividida em cinco componentes com suas respectivas estratégias: a estratégia do produto turístico, a estratégia da comercialização, o fortalecimento institucional, a infraestrutura geral e de serviços básicos, e a gestão ambiental.

Diante da exposição desse panorama é que se insere a proposta designada de requalificação do Mercado Central de Teresina, como uma das prioridades nesse Plano de Ação, no quadrante da estratégia do produto turístico, que se encontra subdividido em três partes. O Mercado Central aparece em duas ações da estratégia 3, designada “investir na qualificação profissional e empresarial e no serviço de informações do destino” (SEMDEC, 2011, p.199), sendo a primeira a que trata da elaboração do projeto de requalificação, e a segunda da execução das obras do referido projeto, a serem realizadas mediante investimentos do PRODETUR e com suporte de recursos do próprio município.

Reiteramos que a utilização do termo requalificação, nesse contexto, não foi justificada ou problematizada no documento, mas foi apenas adotada para nomear o projeto que estipularia as intervenções a serem realizadas no Mercado, notadamente a reforma da estrutura física do espaço, bem como o processo para convertê-lo em um atrativo turístico, de acordo com as diretrizes e propostas apresentadas ao longo do Plano. Em síntese, o emprego desse termo deixa subentendido que requalificar esse local diz respeito a reestruturá-lo e torná-lo apto para a nova função expectada.

A justificativa para tal se baseou principalmente na expectativa de que, uma vez requalificado, ou seja, com uma estrutura adequada na medida em que tais ações fossem executadas, este espaço forneceria suporte ao desenvolvimento do segmento de turismo de eventos da cidade, ao possuir um espaço que pudesse contar com uma agenda cultural e a apresentação de artistas locais, adicionalmente à oferta de artesanato, gastronomia e representação de expressões populares, entre outras atividades, além de atuar como um ponto de interesse e de informações turísticas, o que incrementaria o número de visitantes ao local.

Do ponto de vista dos prováveis impactos resultantes da realização desse projeto, apenas positivos foram destacados no instrumento, tais como: proteção e conservação do

patrimônio histórico-cultural da cidade do destino; elevação da autoestima da população; ampliação de oportunidades de lazer; fortalecimento da cultura; geração de emprego e renda; aumento de oportunidade de negócios; satisfação do turista; valorização de atrativos; valorização de imóveis; e, melhoria da competitividade do destino. Nesse sentido, por requalificar esse espaço, entendeu-se ainda nesse componente que:

A recuperação e a qualificação das áreas turísticas adquirem relevância em função da crescente necessidade de incrementar o poder de competição dos produtos turísticos (novos e já existentes) por meio da reavaliação dos destinos e investimentos em estratégias de reposicionamento de mercado nas modalidades específicas (SEMDEC, 2011, p.190).

Revitalização ou requalificação, aproximando-se dessa ideia, podem ser entendidos como termos equivalentes usados para descrever processos em que determinados elementos arquitetônicos presentes no espaço urbano estabelecidos em outros tempos, e que se encontram em estado de abandono ou subutilização, são recuperados e “revividos”, do ponto de vista estrutural, e têm suas funções transformadas para atender a novas funcionalidades, de acordo com as necessidades contemporâneas desses espaços, contribuindo na sua valorização e dinamização.

De uma forma geral, esses termos, dentre outros, se relacionam a processos que se alinham à uma gama de intervenções no espaço urbano, e que se fazem necessárias à sua adequação e adaptação, na esteira das transformações e das novas realidades experimentadas por essas áreas, dentre as quais, a de ordem econômica. Essas intervenções se estendem, principalmente, sobre o tecido e a paisagem urbana, mas também tem a ver com adequação na sua oferta de equipamentos e serviços, e mesmo no que tange a aspectos simbólicos e culturais. Neste último caso, a cultura se torna também instrumento de revitalização urbana e ferramenta estratégica no âmbito do desenvolvimento econômico. Isso se dá, porque segundo Vaz (2004), na medida em que estas ações superam o âmbito espacial e também interferem na dimensão subjetiva, elas estimulam uma economia cultural que abrange a indústria cultural, turística e simbólica.

Esses processos podem ser ferramentas estratégicas no âmbito das políticas de planejamento urbano, e sua ênfase historicamente tem sido nas áreas consideradas degeneradas e abandonadas, apresentando-se como uma saída à recuperação de áreas inteiras deterioradas para fins específicos, de acordo com a definição proposta no dicionário do patrimônio cultural do IPHAN:

A revitalização consiste na refuncionalização estratégica de áreas dotadas de patrimônio, ou seja, de objetos antigos que permaneceram inalterados no processo de transformação do espaço urbano, de forma a promover uma nova dinâmica urbana baseada na diversidade econômica e social (MOURA et al., 2006 *apud* IPHAN, 2011, p.01).

O início da execução desse projeto foi definido de forma prioritária e a ser implementada em curto prazo, no período inicial estimado de dezoito meses da atuação do PRODETUR Nacional em Teresina, conforme as informações apresentadas nas tabelas abaixo demonstram:

Ações dezoito primeiros meses	
Ação: Projeto de Requalificação do Mercado Central	
Objetivo	Elaboração do projeto executivo de requalificação do Mercado de São José em Teresina para dar subsídio à execução das obras físicas.
Justificativa	Para execução das obras de requalificação do Mercado de São José no centro de Teresina é necessário que se desenvolva o projeto executivo desta obra.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Mercado Central de Teresina restaurado funcionará como centro de artesanato e cultura popular, além de abrigar um CAT no centro da cidade.
Benefícios e beneficiários	Projeto executivo elaborado com o estudo preliminar da área, os projetos de engenharia, arquitetura, restauração, instalações elétricas, luminotécnica e eletrônica, infraestrutura hidrosanitária, drenagem, infraestrutura de combate a incêndio, sonorização, infraestrutura lógica, Climatização, Segurança eletrônica e Comunicação Visual.
Responsáveis pela execução	Superintendência de Desenvolvimento Urbano – SDU/Centro Norte
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Superintendência de Desenvolvimento Urbano – SDU/Centro Norte
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 393.479,00 (trezentos e noventa e três mil, quatrocentos e setenta e nove reais) Fonte: Ministério do Turismo
Gastos estimados de operação.	Não haverá gasto com esta ação.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Sem previsão.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	Projeto Executivo elaborado no prazo estabelecido
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	Este projeto subsidiará a requalificação do Mercado de São José no centro de Teresina, prevista para ser realizada no PRODETUR Nacional.
Nível de avanço	Termo de Referência elaborado. Em processo de contratação.

Quadro 1 - Descrição do projeto de requalificação do Mercado Central de Teresina no conjunto de ações a serem implementadas nos 18 primeiros meses.

Fonte: SEMDEC (2011).

Ações dezoito primeiros meses	
Ação: Obras de Requalificação do Mercado Central de Teresina	
Objetivo	Executar as obras de requalificação do Mercado Central de Teresina
Justificativa	O Mercado Central de Teresina é um patrimônio histórico localizado no centro da cidade que, após restaurado, proporcionará aos turistas um local para obtenção de informações turísticas, contato com o artesanato e a cultura local.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Consolidar o Mercado São José como atrativo turístico de importância não apenas para região central, mas para a cidade, visando incrementar o fluxo turístico.
Benefícios e beneficiários	Mercado Central requalificado e CAT em funcionamento.
Responsáveis pela execução	Secretaria Municipal de Planejamento da Prefeitura Municipal de Teresina – SEMPLAN
Entidade responsável pela operação/ manutenção da obra ou serviço.	Superintendência de Desenvolvimento Urbano – SDU/Centro Norte
Custo estimado e fonte de financiamento.	R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) Fonte: CAF/PRODETUR Nacional
Gastos estimados de operação.	R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Receita gerada pelo aluguel dos espaços para comercialização de artesanato, comidas típicas e espaços para apresentações da cultura local.
Indicadores de resultado e fonte de verificação.	- Número de visitantes no Mercado Central (livro de visitas); - Gasto médio por visitante (Relatórios de Gestão); - Grau de satisfação dos turistas com o equipamento (Pesquisa de Demanda)
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	Por se localizar no centro da cidade também será importante ponto de apoio para o Circuito Náutico do Rio Parnaíba que prevê o ponto de partida nesta região da cidade.
Nível de avanço	Termo de Referência para a Elaboração do Projeto Executivo (Arquitetônico e de Engenharia) já elaborado e em fase de contratação.

Quadro 2 - Descrição das obras requalificação do Mercado Central no conjunto de ações a serem implementadas nos 18 primeiros meses.

Fonte: SEMDEC (2011).

A sugerida requalificação do Mercado, portanto, teve sua execução iniciada através do projeto de reforma do local, iniciado no ano de 2013 e dividido em três etapas. Durante a análise do referido documento, chegamos a entrar em contato com a assessoria de comunicação da Secretaria de Desenvolvimento Urbano da região centro da Prefeitura Municipal de Teresina – SDU Centro/Norte no dia 09 de novembro de 2018, através da página oficial do órgão no site Facebook, solicitando informações acerca da existência de algum documento online que tratasse somente do projeto de reforma do Mercado Central.

Como retorno, fomos informadas que todas as informações que pudéssemos ter acesso nessa formato estariam disponíveis no site da Prefeitura Municipal. Ainda no mesmo diálogo, indagamos que não pudemos encontrar no site nenhum documento específico com os dados sobre a reforma, nem as diretrizes que a regeram, para que pudéssemos confirmar se o PDITS foi seguido. Em resposta, foi-nos solicitado que endereçássemos um ofício à SDU Centro/Norte.

No mês de janeiro de 2019, visitei a sede da SDU Centro/Norte e solicitei informações sobre o projeto de reforma do Mercado, e fui informada que os arquitetos responsáveis pela obra não estavam presentes na ocasião, sendo orientada a falar diretamente com um outro arquiteto do órgão que mostrou algumas plantas arquitetônicas referentes ao projeto. No entanto, por se tratarem de dados técnicos que fugiam à minha capacidade de interpretação, bem como não eram relevantes no contexto dessa pesquisa, não tomamos nota das informações apresentadas. Ainda em contato com esse arquiteto, o mesmo mostrou algumas imagens do local feitas durante a execução da reforma, porém reforçou que eu voltasse em outro momento para tratar diretamente com os arquitetos envolvidos no processo, mas ressaltando que os dados que eles poderiam me apresentar também seriam em sua maioria de caráter técnico.

Procedemos, então, à sede da Prefeitura Municipal de Teresina. Nessa visita, procuramos por um dos secretários da Secretaria Municipal de Planejamento, Sr. José João Braga, que segundo orientações recebidas em visita à sede da SEMDEC dias antes, seria o gestor mais apropriado para tratar do assunto. Em duas tentativas não consegui contato com o mesmo, porém, fui orientada a conversar com a arquiteta e urbanista Danielly de Oliveira Bezerra. Em breve entrevista, a mesma informou que foi a responsável técnica pela elaboração do projeto que foi empregado na primeira etapa da requalificação do Mercado Central, e que teria por objetivo restaurar as características da fachada original do local à época da sua fundação.

Este projeto, segundo a arquiteta, originou-se do seu trabalho de conclusão de curso realizado no início dos anos 2000, que tinha por título “Restauração e reabilitação do Mercado Central de Teresina-PI”, e cuja escolha fora motivada pelas próprias percepções pessoais da profissional acerca daquele espaço, já naquele período. Posteriormente, o projeto foi apresentado à Prefeitura de Teresina quando a mesma passou a compor seu quadro de colaboradores, no ano de 2006. O projeto que foi efetivamente empregado na execução da obra, por sua vez, remonta ao ano de 2009 e, posteriormente, seria incluído nas diretrizes do PDITS. Quando questionei a arquiteta sobre a influência deste documento durante o processo, a mesma informou que o projeto de reforma do Mercado feito uso do PDITS e das suas orientações como base.

Ainda acerca da utilização do plano, em entrevista concedida à um programa de TV local no dia 30 de dezembro de 2019, ao se referir às iniciativas públicas de turismo

desenvolvidas para Teresina, o atual prefeito da cidade, Firmino Filho, reiterou a necessidade de melhorar a oferta de atrativos turísticos como forma de dinamizar a atividade e seus segmentos no município. Expondo as ações que já haviam sido realizadas nesse sentido, dentre as quais a requalificação do Mercado, o gestor reforçou a importância do documento, bem como da secretaria responsável pela sua elaboração, e confirmou que as diretrizes expostas no mesmo continuam a serem seguidas.

A primeira etapa, portanto, que por conta de atrasos nas obras fora finalizada apenas em dezembro de 2017, constitui-se basicamente do projeto apresentado pela arquiteta Danielly de Oliveira Bezerra, e abrangeu a recuperação e estruturação da fachada da edificação principal, correspondente à mais antiga, e cuja área comportava na atualidade o setor de artesanato. À ocasião da inauguração do novo espaço, o Prefeito de Teresina afirmou que “com a restauração temos um resgate de um pouco da nossa história. Estamos reinaugurando um Mercado que se iniciou nos primórdios da nossa cidade, ainda quando o Conselheiro Saraiva caminhava pela chapada e sonhava com um futuro para o Piauí” (PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA, 2017).

Além da criação de um espaço, a Galeria de Artes Visuais do Mercado Velho, com iluminação específica para a realização de exposições e apresentações, e de um memorial contendo artefatos encontrados durante a execução das obras de reforma e quadros com imagens e informações sobre a história do Mercado, conforme pudemos constatar nas visitas de campo. Observa-se que a área contemplada por essa primeira etapa foi estratégica e escolhida exatamente por se tratar do espaço que mais recebe turistas, por conta da comercialização de artesanato, e que abrange a edificação mais antiga. A reestruturação dessa área contrasta com as demais expansões do Mercado que ainda não passaram por reforma, cuja realização ainda não tem data estabelecida e encontra-se em fase de planejamento.

Ressalta-se que, apesar das novas configurações atribuídas a essas áreas do local, e da prioridade no recebimento de turistas, a função principal do Mercado Central de comercializar produtos, sobretudo de gêneros alimentícios, continuou a ser exercida e figurar como o uso principal desse espaço, de modo que esse novo uso enquanto equipamento turístico não deve deturpar o seu uso primário, conforme entende De Varine em relação a esses casos:

O uso do patrimônio, antes de lhe darmos este nome, é aquele para o qual cada um desses elementos foi feito: morar, lembrar, alimentar-se, praticar uma religião e tantas outras coisas que pertencem à nossa vida e ao

nosso ambiente. Enquanto esse uso “primário” existir, todos os outros usos possíveis serão secundários e não poderão ser priorizados (...) (DE VARINE, 2013, p.83).

Embora oficialmente não tenham sido ainda apresentados dados que apontem aos resultados, quanto ao aumento no número de visitantes e de vendas no local após a execução dessa etapa da reforma, e apesar da situação de baixa nas vendas apontada pelos permissionários, é notável a atenção que o Mercado passou a receber. A começar pela própria fachada que voltou a ganhar destaque na paisagem do entorno da Praça da Bandeira. O espaço reinaugurado também tem recebido constante divulgação positiva que o local não recebia há bastante tempo, assim como têm sido observadas as tentativas de desenvolver atividades de caráter cultural e que incluam artistas locais no espaço criado para essa finalidade.

Diante do que foi exposto, discutimos um exemplo de como o turismo tem sido colocado em perspectiva como um celeiro de oportunidades e possibilidades por políticas públicas que visam o desenvolvimento em suas diversas vertentes (econômico, social, sustentável, etc.), bem como na construção e afirmação de identidades que também podem ser utilizadas como recurso à produção do imaginário turístico. Essa relação, como observamos, deve necessariamente vir acompanhada de planejamento, conforme o desencadeamento dos eventos no processo que envolveu a requalificação do Mercado Central sugeriu.

Essas percepções, na prática, apresentaram resultados diferentes, como pude perceber no próprio local, além de envolver diferentes variáveis e sofrer interferências. Pode-se entender que o processo ainda está em andamento e os resultados não foram tão imediatos, como se esperava, tampouco o foi a execução do projeto.

5 TRAJETÓRIAS NO TEMPO E NO ESPAÇO

Analisar a trajetória do Mercado Central no âmbito da relevância que este tem no que diz respeito à economia, história e cultura de Teresina, requer uma observação para além da mera discriminação de fatos e dados notáveis registrados na história oficial. Faz-se necessário, por sua vez, entendê-lo à luz dos significados que ele assume, bem como dos percursos e transformações que ele atravessa no âmbito da vida social, e das suas influências nos grupos com os quais se relaciona, como sugere Gonçalves (2007). Posto que a relação dos seres humanos com os objetos materiais é indissociável, e que estes circulam de forma

permanente nas sociedades, integrando sistemas simbólicos, a relevância desses artigos sobrepuja as delimitações impostas pelas formas e pela razão prática, para revelar-se basilar na compreensão das dinâmicas da vida social e cultural.

Sendo percebidos a partir de diferentes pontos de vista ao longo do desenvolvimento dos estudos antropológicos, seja como sinalizadores dos nossos propósitos, posições e aspectos identitários, ou sob a ótica da dimensão simbólica que assumem na organização das relações sociais, favorecendo o estabelecimento de vínculos através das trocas, e sendo, portanto, fatos sociais totais, como entende Marcel Mauss (MARTINS, 2005; MAUSS, 2003), o valor das coisas, no entanto, não reside apenas nos valores que lhe são atribuídos. Com efeito, pode-se inferir que integram a maneira como concebemos nossa própria subjetividade e a percepção que elaboramos acerca de nós mesmos. Em suma, as interações entre indivíduos e objetos envolvem interferências recíprocas, tal modo que “sem os objetos não existiríamos; ou pelo menos não existiríamos enquanto pessoas socialmente constituídas” (GONÇALVES, 2007, p.27).

É notório acentuar ainda que os objetos materiais não são inertes, mas podem se deslocar ativamente no âmago das sociedades, sendo ressignificados ou reclassificados de acordo com o contexto e as atribuições sociais em que se encontram, podendo assumir diversas fases ao longo do seu processo de circulação, ou seja, da sua própria vida social. Gonçalves (2007) exemplifica essa ação com a classificação de objetos à condição de patrimônio cultural, o qual tem por objetivo a mediação entre o presente e um passado selecionado, e a sucessiva transmissão dos valores sociais imbricados na evocação das memórias a ele relacionadas. Essa classificação, por sua vez, pressupõe seleções que demarcam discursos e interesses sob a pretensão de desempenhar a função de representar identidades coletivas.

Nesse sentido, esta relação entre objeto e indivíduo pode ser projetada, e essa conjectura é levada em conta na eleição do que será instituído patrimônio, de modo a atender a tais propósitos pré-estabelecidos no contexto da vida social, e enquanto representativo de identidades e de memórias dos grupos, endossando sua continuidade no tempo-espço. Como sucessão à prática de colecionismo inerente aos grupos humanos, e confundindo-se às formas de autoconsciência cultural, o patrimônio pode ser compreendido como uma importante e complexa categoria de pensamento, “pressuposto que dirige nossos julgamentos e raciocínio” (GONÇALVES, 2009, p.24).

Não obstante, o autor elucida que tais ações não necessariamente implicam que são as atribuições conferidas aos objetos, muitas vezes arbitrárias, que designam a sua interferência no âmbito social, mas sugere que eles por si só podem desempenhar um papel ativo e determinante na maneira como concebemos nossa subjetividade, ao materializar as categorias de pensamento que orientam este processo. Assim, faz-se oportuna a observação desses deslocamentos e classificações que marcam diferentes fases da sua vida circulando na sociedade (GONÇALVES, 2007).

Por conseguinte, Appadurai (2008) e Kopytoff (2008) sugerem uma perspectiva de analisar os objetos a partir das suas próprias trajetórias, e não apenas no eixo das transações ou dos significados que lhe são atribuídos socialmente, considerando que eles também integram um mundo social, e cujas formas de circulação, usos e contextos compõem uma ou mesmo várias biografias. Este tipo de análise caracteriza a perspectiva teórico-metodológica sugerida por tais autores, denominada *biografia cultural das coisas*, que entende que:

[...] temos de seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos, suas trajetórias. Somente pela análise destas trajetórias podemos interpretar as transações e os cálculos humanos que dão vidas às coisas. Assim, embora de um ponto de vista *teórico* atores humanos codifiquem as coisas por meio de significações, de um ponto de vista *metodológico* são as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social (APPADURAI, 2008, p.17).

Isto posto, orientamo-nos por essa proposta de reflexão para descrever o Mercado Central e as várias fases vivenciadas por ele ao longo da sua história, até chegar à fase atual, na qual se pode considerar como uma fase mercantil, procurando reconstruir de forma sintetizada a sua biografia cultural. Este momento da história desse espaço, por sua vez, caracterizou-se pela reforma e transformação da sua parte mais antiga, como observamos durante as incursões em campo, com o objetivo de promover sua turistificação, a qual fora conjecturada no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS e efetivamente consolidada com a execução do projeto de requalificação do local.

A despeito do seu entrelaçamento à história de Teresina, traçar um histórico desse espaço, entretanto, apresentou-se como um desafio ao longo do desenvolvimento da presente pesquisa. Isto ocorreu porque, apesar do seu projeto de construção ter sido elaborado e executado ao longo da primeira década de existência da cidade em consonância com a execução de outras obras que atendiam às necessidades da capital, as fontes existentes, em sua maior parte, apresentam apenas dados técnicos e orçamentários restritos aos registros

apresentados pelos diários oficiais do governo. Do mesmo modo, deparamo-nos com a carência de demais fontes que nos apontassem pistas sobre o processo de fundação do local.

Nesse sentido, as fontes de informações históricas que se mostraram mais profícuas para entender a trajetória desse espaço, bem como os usos e significados que lhe foram atribuídos, possibilitando a reconstrução do seu cotidiano no passado, foram os jornais impressos, através dos diversos discursos elaborados sobre esse local. Assim, recorreremos à pesquisa bibliográfica, analisando os principais periódicos em circulação no estado à época, cujas principais ferramentas que viabilizaram a execução de tal empreitada foram o acervo da Hemeroteca Digital Brasileira, da Fundação Biblioteca Nacional, o qual apresenta principalmente exemplares da segunda metade século XIX, e o acervo do Arquivo Público do Piauí, cujos exemplares já datam do século XX, a partir da década de 1930, até a década de 1990 e início do século XXI.

Complementarmente, percorrendo os caminhos contemporâneos do local, a partir da década de 2000, pesquisamos periódicos e notícias através de site de buscas Google, consultando os acervos virtuais dos periódicos mais atuais do estado, e dos próprios websites dos órgãos públicos, como a Prefeitura Municipal de Teresina, além ainda de informações em blogs pessoais de escritores, jornalistas e estudantes.

Durante esse empreendimento, as terminologias usadas ao longo do tempo para se referir ao Mercado, e que já tínhamos tido contato através das memórias e testemunhos que nos deparamos durante a presença em campo, tanto oficiais como de populares, precisaram ser entendidas e consideradas, uma vez que ao longo dos tempos um ou outro termo era mais comum. Por exemplo, naquele acervo mais antigo, o principal termo adotado para fazer referência ao local era “mercado público” e “Mercado São José”. Encontramos 357 ocorrências nos principais periódicos em circulação no Piauí, no período que compreende os anos de 1856 a 1933, incluindo o Diário Oficial do Piauí, utilizando o termo “mercado público”.

Já no acervo do Arquivo Público do Piauí, cujos arquivos remontam principalmente à segunda metade do século XX, a experiência pôde ser, sobretudo, sensorial. O ato de buscar informações folheando os pesados livros que reuniam os mais diferentes exemplares de periódicos de cada ano, percorrendo e manuseando com cuidado as páginas amareladas pelo tempo propiciou uma experiência de mergulhar no passado, permitindo-nos sentir testemunhas dos fatos ali narrados, na medida também em que poderíamos figurar os acontecimentos, preocupações e cotidiano da Teresina daquela época. Nas fontes ali

encontradas, por sua vez, o termo empregado mais comum era “Mercado Central”. Já nos periódicos mais atuais, cuja análise empreendemos deliberadamente através de pesquisa digital nos mais diversos websites, os termos multiplicam-se, dentre os quais: “Mercado Central São José”, “Mercado São José” e “Mercado Velho”.

Observamos ainda que as narrativas sobre o Mercado comumente estavam entrelaçadas a histórias e descrições dos demais espaços e construções próximos, como a Praça da Bandeira e a Igreja Matriz, e do cotidiano de Teresina, de uma forma geral. Dessa forma, recorreremos ainda à literatura local através de escritos e crônicas de destacados escritores piauienses, publicadas em livros e artigos. Evidentemente, diferentes discursos, dentre os quais de caráter político-ideológico, percorreram o decorrer dessa análise.

Assumindo narrativa como o construto verbal ou visual de memórias, a partir de eventos reais ou imaginários em um contexto temporal e espacial, e o verbete discurso, enquanto mecanismo, imbricado em relações de poder, que dá suporte a essa construção e seleção (OLIVEIRA, 2018), percorremos a trajetória desse local ao longo dos anos através dos relatos dessas fontes, percebendo as diferentes narrativas que foram construídas a seu respeito e as novas possibilidades que surgiram com as novas fases que o Mercado se viu submetido, após o processo de requalificação.

Se as descrições nessas fontes, por mais de um século, convergiam à ideia de um local sujo e desorganizado, considerado mesmo um problema de saúde pública, e cujas características se estendiam aos demais logradouros sob sua influência, a partir da execução da primeira etapa da reforma uma nova fase marcaria a formulação de outras narrativas, permeadas por expectativas de um Mercado novo, que alinha passado e presente, concebido como cartão postal da cidade e que se apresenta em condições adequadas para turistas e visitantes.

Assim, propomos ainda nesse capítulo alinhar essa análise as narrativas que foram construídas sobre o Mercado às percepções de permissionários, frequentadores e passantes para compreender como esse local é entendido enquanto patrimônio cultural e a maneira como esse processo se dá, tanto de forma oficial como não oficial e, do mesmo modo, de que forma essas memórias foram manejadas para constituir o local como um produto turístico na atualidade.

5.1 VÁRIOS NOMES, UM ÚNICO MERCADO

Uma cidade que se preza não funciona sem igreja, cadeia, cemitério e mercado (A. Tito Filho)

Para entender a relevância que a posição geográfica e social do Mercado Central atingiu, é necessário retomarmos aos primórdios da fundação de Teresina na década de 1850. Os primeiros focos de ocupação do atual território que corresponde à cidade remontam a meados do século XVIII, formados por pescadores e pequenos agricultores situados na barra do Rio Poti, em assentamento conhecido como Vila do Poti.

No ano de 1850, o então presidente da Província do Piauí, o jovem José Antônio Saraiva, articula a transferência da sede do poder político-administrativo provincial, até então situado na cidade de Oeiras, localizada mais ao sul do território piauiense, para a região. Após cogitar outras localidades, o presidente considerou aquele assentamento ideal, por conta da sua posição geográfica, próximo aos rios Parnaíba e Poti. Em função dos alagamentos regulares que ocorriam na região devido às cheias dos rios, ocasionando riscos de epidemias, entretanto, e contando com o apoio da população ali residente para o sucesso do projeto da nova capital, o povoado foi transferido para um ponto mais alto à margem do Rio Parnaíba, em uma área onde se situava uma antiga fazenda de gado conhecida como Chapada do Corisco, cujas terras serviriam para formular a sede da Vila Nova do Poti (GANDARA, 2011; TITO FILHO, 1990; CHAVES, 2013).

Uma das justificativas para a transferência da nova capital se baseava no fato de que comercialmente o Piauí era dependente do Maranhão, mais especificamente da cidade de Caxias, localizada há cerca de 70km de distância da Nova Vila do Poti. O discurso de Saraiva orbitava ainda em torno do projeto de desenvolvimento da navegabilidade no rio Parnaíba, o qual a transferência da sede provincial era condição, promovendo o que ele chamaria de *provincialização do comércio*, facilitando as comunicações, tanto como no interior da própria província, bem como com o intuito de garantir a autonomia da exportação e importação de produtos, já que, até então, as principais rotas comerciais atravessavam o território da província vizinha, intermediadas por Caxias, e chegando ou partindo do porto da sua capital, São Luís (VILHENA, 2016). Nesse sentido, Teresina nasce justificada por razões econômicas e visando o estabelecimento de um polo econômico a ser beneficiado pela navegação a vapor (GANDARA, 2011).

Esse projeto de mudança da capital, por sua vez, já havia sido discutido politicamente muitas décadas antes, mas só foi de fato levado a cabo por Saraiva, que o concretizou

oficialmente no ano de 1852, consolidado com a transferência do Tesouro e das repartições públicas de Oeiras para a nova localidade. O núcleo da cidade foi definido seguindo o projeto formulado pelo próprio Saraiva, em formato de tabuleiro de xadrez, simétrico, tendo por referência o Largo do Amparo ou Praça da Constituição, atual Praça da Bandeira. No entorno da praça e nos perímetros próximos seriam instituídas a Igreja Matriz de Nossa Senhora do Amparo, a primeira edificação do novo município, e o centro administrativo, concentrando as funções de comércio e serviços, sob a chefia do mestre de obras português João Isidoro França.

Nos primeiros meses logo após a instalação da capital, as principais repartições, entretanto, funcionavam em edificações cedidas ou alugadas pelos moradores, assim como a residência de Saraiva – o palácio do governo – e as demais residências destinadas a abrigar os funcionários públicos que acompanharam a mudança de sede. Logo mais, o gestor providenciou a construção do cemitério, da cadeia e do quartel de polícia. A marcha mais lenta com que a cidade foi se urbanizado e, efetivamente, ganhando ares de uma sede provincial, foi resultado de uma capital construída especificamente para tal propósito e que se desenvolveu “com todos os defeitos inerentes a um desenvolvimento prematuro e apressado” (CHAVES, 2013, p.27). De fato, esse desenvolvimento foi marcado, em grande parte, pelo imprevisto.

A complexidade e os altos gastos despendidos na construção desses imóveis, a qual foi levada a cabo pelos anos seguintes, forçou o adiamento de outros prédios públicos que já se faziam necessários como um hospital e uma casa para o mercado. Chaves (2013) descreve ainda a constante e mesmo absoluta falta de recursos e de mão de obra especializada para as obras públicas do novo município, que fez uso de trabalho escravo e de materiais improvisados. Como consequência, quase todas os prédios construídos nos primeiros anos apresentaram problemas estruturais e, em função da demora das construções, entraram em funcionamento mesmo antes de estarem completos, dando-lhes um aspecto tosco (ANJOS e SOARES, 2010).

É o caso da própria igreja matriz, que entrou em funcionamento antes de seu término a fim de consolidar o processo de transferência da capital, e poucos anos depois seus utensílios já estariam desgastados e em mau estado, incluindo os sinos que se encontravam rachados. Inicialmente erguida com o suporte dos próprios residentes da localidade e, posteriormente, sendo marcada pela ausência de um engenheiro e de um corpo experiente de artífices, teve partes da construção que desmoronaram, fazendo-se necessária sua interdição. Apesar desse

fato, todos os anos seguintes à fundação de Teresina, como se observa nos relatórios provinciais, novas edificações públicas começavam a ser erigidas, conforme se julgasse necessário, prolongando-se pelos anos subsequentes. No ano da primeira década da cidade, entretanto, poucas delas se encontravam concluídas e em plenas condições de funcionamento.

Recebendo o terreno por doação do coronel Jacob Manoel d'Almeida na praça da Constituição e próximo ao rio Parnaíba, o mesmo que doou o imóvel sede do palácio do governo, as obras de edificação do ponto de comércio seriam prioritárias tão logo se achassem concluídas as obras do cemitério e da cadeia, conforme apontando nos relatórios provinciais do ano de 1854. Não obstante, no mesmo ano as plantas estruturais e o orçamento da obra foram encomendados ao mestre de obras responsável.

A construção de um mercado público nesse espaço, por sua vez, visava atender às necessidades de comércio e de abastecimento da cidade, bem como visando regulamentar a venda de produtos que, àquela época, era realizado nas ruas por vendedores ambulantes (TAJRA, 2012), principalmente de carne, produto este de forte influência na economia provincial. A necessidade de uma casa de mercado também constituía uma condição imprescindível na formação de núcleos urbanos, desde o período colonial. Historicamente, esses espaços se consolidaram como elementos fundamentais no cotidiano das cidades. Sua existência não era apenas um produto resultante da formação desses aglomerados, mas um agente na sua construção (BITAR, 2014).

Nas cidades ocidentais medievais, por exemplo, o principal cenário onde ocorriam as atividades econômicas urbanas eram as ruas, como descreve Sennett (1994). Nesse contexto, a existência de aglomerados específicos para essa finalidade pode remontar suas origens aos comércios realizados nos pátios medievais, que passaram a atender o público geral, e para as feiras, que ocorriam sazonalmente reunindo artesões, agricultores e mercadores. Progressivamente, esses eventos passaram a se concentrar em espaços apropriados ou cobertos, onde “comia-se, bebia-se e negociava-se, tudo ao mesmo tempo” (SENNETT, 2003, p.168). De fato, as feiras constituíam laços com os mercados, na medida em que, transferidas de espaços públicos, passaram a se confinar em determinados espaços e assumir uma frequência regular.

Weber (1999) entende que os mercados são condição à existência das cidades. Em sua definição, estas têm por característica a existência de um mercado permanente, onde há a ocorrência de troca de bens de forma regular, fundamental à satisfação das necessidades de

seus moradores. Assim, “toda cidade (...) é localidade de mercado, isso é, tem um mercado local como centro econômico” (WEBER, 1999, p.409).

Os primórdios do comércio teresinense, contudo, remontam às casas comerciais que, acompanhando o estabelecimento da nova cidade, transferiram-se da antiga Vila do Poti, que atualmente constitui o bairro Poti Velho, para as proximidades do novo local. mercearias, quitandas, lojas e botecos acompanharam o rápido crescimento da capital durante a primeira década, mas entraram em decadência nos anos seguintes (CHAVES, 2013).

Não obstante, a localização do terreno escolhido para o Mercado, bem como a proximidade do rio Parnaíba era ideal para o imediato desembarque e estoque dos produtos que abasteceriam a capital, indo ao encontro das pretensões de desenvolvimento da navegação deste rio propostas pelo presidente Saraiva. O presidente da província à época responsável pela iniciativa, Antônio Francisco Pereira de Carvalho, escreve que o terreno escolhido, cedido pelo mencionado coronel era:

[...] lugar de todos o mais apropriado para isso, não só por ser mais plano, do que o que lhe fica fronteiro na mesma praça, que, por muito desigual, tornaria a obra *assás dispendiosa*, como porque, *attentas* as condições *topographicas* desta Capital, e a *circumstancia* de ser por água a maior parte dos transportes dos gêneros, e mesmo pela razão de serem fornecidos muitos artigos alimentícios pela outra margem do Rio da Província do Maranhão, só em sua proximidade, em uma praça e no lugar mais central em relação ao povoado, é, que deve existir tão útil edifício (PIAUI, 1854, p.15).

Essa escolha chama à atenção não apenas do ponto de vista estratégico, mas também do ponto de vista simbólico, entrelaçando-se às práticas e elementos mais significativos do cotidiano teresinense, onde a cidade nasceu e desenvolveu-se, e por representar importante espaço de sociabilidade e integração da capital. Do mesmo modo, a proximidade com a primeira e mais importante praça do município, criaria ainda uma relação histórica e inseparável entre os dois espaços, provada pelas diferentes formas como ambas podiam ser denominadas popularmente. Assim, o mercado público era também o Mercado da Praça Deodoro ou Mercado da Praça da Bandeira, bem como a praça podia ser intitulada de Praça do Mercado.



Figura 3 - Antiga Praça da Constituição, atual Praça da Bandeira em 1910. Pode-se ver as principais edificações da cidade no seu entorno, incluindo o Mercado no canto esquerdo.

Fonte: Arquivo Público do Piauí (2019).

A obra que constituiria o Mercado, contudo, enfrentaria diversos desafios. Considerando a modéstia e as dificuldades orçamentárias, no que diz respeito à construção de prédios públicos, em que a capital se encontrava, o presidente da província rejeitou o orçamento inicial, considerado alto, incentivando a simplificação do projeto inicial e da urgência na imediata conclusão da obra, que poderia ocorrer de forma progressiva, conforme estabelece:

Já mandei levantar a planta e organizar o respectivo orçamento, e com quanto este último apresente uma cifra muito elevada, e que torna *inexigível* a obra, *atentos* os recursos pecuniários da Província, *si* se quisesse construí-la de um *jacto*, visto como o seu plano é de grandes proporções, contudo nenhum embaraço serio *oferece* esta consideração; por quanto nem há necessidade de fazer simultaneamente todos os raios do edifício, bastando por ora o mais pequeno que é do o do lado do Sul, que faz frente para a praça, e nem concluí-lo em *trez* ou quatro *mezes*, podendo gradualmente ser construída somente a porção reclamada pela necessidade e *commodos* do publico (PIAUI, 1854, p.15).

As obras, por sua vez, teriam tido início oficialmente no mesmo ano, no dia 03 de outubro de 1854 sob a administração do Coronel Balduino José Coelho, seguindo à conclusão das demais obras anteriores em andamento. Formado por alvenarias de tijolo queimado ou

adobe, possuía estruturas feitas de carnaúba, árvore local abundante na localidade, e tipologia organizacional que remete a uma feira antiga. Essa primeira edificação do espaço, foi uma das primeiras a apresentar a junção de diferentes estilos arquitetônicos que lhe conferiram aspectos ecléticos marcantes no conjunto arquitetônico da cidade, e demonstrava ainda “traços arquitetônicos imponentes, marcados por seus arcos em sequência e paredes de grande espessura, característica da arquitetura românica” (COUTINHO, p.02, 2014).



Figura 4 - O mercado público de Teresina em suas características originais.

Fonte: Fundação Cultural do Piauí (2019).

Logo no ano seguinte, todavia, as obras foram paralisadas pelo presidente provincial que afirmou que os recursos expedidos nos empreendimentos públicos em andamento tornariam inviável o pagamento de funcionários públicos essenciais, como o corpo de polícia, e a garantia de suprimentos para outras instituições. Em 1856, o presidente da província em exercício naquele ano, Frederico de Almeida, descreve que a construção se encontrava sem andamento, e o mesmo agiu para inviabilizar a sua continuidade, justificando-se pelas dificuldades de materiais e de transporte, ocasionadas pelas secas que assolavam a região, e pelos problemas de planejamento constatados na construção e no seu projeto.

Isto posto, a mesma foi embargada indefinidamente, e seu término postergado pelo gestor para dar prioridade a outras edificações, sob o risco da sua continuidade trazer prejuízos e não ser de grande utilidade à população. No ano seguinte, a obra do mercado foi oferecida em leilão para posterior conclusão.

A inconveniência da obra, que se destina para o mercado público, segundo as proporções gigantescas da respectiva planta, é proverbial. Para

convencer à *aquelles*, que não tiverem *conhecimemto* de semelhante obra, da sua completa inconveniência, é *suficiente* dizer, que se *ella* fosse concluída – de conformidade com o plano – ficaria a casa do mercado publico da Capital d’esta província maior do que o edificio do mercado publico da Corte do Império! Felizmente, essa obra se achava ainda em começo; apenas se havia despendido com *ella* a quantia de reis 7:373\$598. Procurei ver se *é*ra possível dar alguma outra aplicação a parte da obra, que estava adiantada, não me sendo porem isso possível, entendi que fazia um serviço á Província não determinando a continuação de semelhante obra (PIAUI, 1856, p.19).

O engenheiro solicitado pelo gestor e responsabilizado por fiscalizar o estado das obras públicas, por sua vez, constatou ainda em relação à situação da edificação do mercado que:

Tendo-se empregado nesta construção o adobe de mistura com o tijolo, as chuvas o dissolveram e assim causaram o fendimento de alguns arcos, tornando-se por isso necessário desmanchar alguns deles e igualmente algumas das paredes divisórias. Nada digo da regularidade, por ainda não me ter sido remetida a planta. (FREITAS, 1988, p.151 e 152).

O dito engenheiro entendeu ainda que, de todas as construções em andamento na província, a da casa de mercado era a de maior solidez, no entanto, excedia “as forças e necessidades da Província” (FREITAS, 1988, p.152). Ele responsabiliza também o ex mestre de obras responsável pelo feito pela maneira como se deu a execução do projeto, de modo que haviam discrepâncias em relação às formas das estruturas.

Essa situação, somada à problemática da carência de recursos que acompanhava a capital desde a sua transferência, submetia o primeiro mercado público a um extenso e dramático processo de construção que levaria anos para ser totalmente finalizado e despenderia altos valores, resultando em problemas de organização e estruturais, ao passo em que tal empreendimento, antes considerado prioritário, gradualmente foi considerado inconveniente e já não mais parecia se fazer importante para o governo local. Freiras (1988) descreve que o então presidente provincial Junqueira, em 1857, condenou a construção desse espaço, afirmando que Teresina não tinha condições de possuir tal empreendimento, apropriado apenas para grandes capitais abundantes em recurso e população, na medida em que se secundarizava a construção da igreja matriz e da cadeia.

Materiais empregados no empreendimento foram utilizados em outros edificios durante as interrupções, como no instituto de Educandos Artífices. Em 1858 o local entrou em funcionamento mesmo sem ter sido finalizado e em caráter improvisado e subutilizado, seguindo o exemplo da cadeia pública e da igreja matriz, com rendas sendo arrecadadas pela Província anualmente. Contudo, não atendeu à finalidade original, servindo a outros

propósitos que progressivamente causaram desgastes à sua estrutura física, dentre os quais, um depósito de cal, junto aos gêneros alimentícios.

Nos escritos de Monsenhor Chaves (2013), o mesmo afirma que no ano de 1862 o mercado ainda não estava terminado. As obras seriam retomadas apenas em 1877. Tajra (2014), por sua vez, relata que o mesmo ainda sofreria outras sucessivas interrupções na construção, estando em plenas condições de funcionamento apenas duas décadas depois, quando da sua inauguração no ano de 1890. Para promover a conclusão da tão arrastada obra, o então administrador da província, Raimundo Theodorico de Castro e Silva, autorizou que fosse organizado o orçamento e executadas as melhorias necessárias, sendo erigida uma nova parte com novos cômodos e materiais, e procedidos os reparos na parte existente. Este novo anexo, finalizado em julho deste ano, contava com alicerces de alvenaria de pedra e tijolo, e paredes de adobe.

Essa ação foi posta em prática em face das condições do local, tanto de ordem estrutural, quanto em relação às próprias condições de salubridade, apresentadas pelo engenheiro responsável, que em janeiro daquele ano dissertou que:

A concentração em um único ponto de todos os açougues esparsos por diversas ruas desta capital, assim como da venda de todos gêneros alimentícios, como sejam: verduras, legumes e cereais, que ora se faz no meio da rua, com prejuízo de trânsito público e da limpeza e higiene da cidade, é insistentemente reclamada, há muito, pela opinião pública, não só porque desta forma mais fácil se tornará ao consumidor a escolha do gênero que melhor lhe agrade, como porque melhormente poderá a municipalidade exercer a inspeção e fiscalização para a boa execução das suas posturas e melhor observância dos preceitos da higiene pública, assim como mais fácil será ao médico do partido público examinar diariamente os referidos gêneros. Para satisfazer tão palpitante necessidade, tem a província um prédio de sólida construção e acomodações apropriadas, edificado especialmente para esse mister; sob um plano conhecido; infelizmente, porém, até hoje, não foi concluído, de modo que apenas uma de suas seções está terminada e na qual funciona o Mercado Público. Esta seção, porém, além de não ter acomodações suficientes para comportar todos os açougues e vendas referidas, acha-se muitíssimo estragada e suja, tornando-se por isso necessário experimentar grandes concertos tendentes, uns à conservação e asseio da dita seção e outros a modificações de suas subdivisões, de modo a obter-se mais compartimentos; assim como construir-se novas acomodações, conforme o permitirem os recursos do mingado cofre provincial (FREITAS, 1988, p. 153).

Ainda em 1885, a lei nº 1121 de 23 de junho de 1885 decretava o estabelecimento do Mercado Público de Teresina no imóvel próprio para tal fim, e a restituição à Câmara Municipal dos valores investidos na obra de melhoria, posto que a edificação era de responsabilidade da Província. Nesse interim, iniciou-se ainda um impasse entre a Câmara

Municipal e o governo da Província quanto à gestão do espaço. Já em 1888, o presidente provincial à época, entendendo que o prédio seria melhor gerido pela Câmara Municipal, procedeu com a sua venda e sucessiva transferência para esta instituição.



Figura 5 - Fachada principal do Mercado em 1910.

Fonte: Arquivo Público do Piauí (2019).



Figura 6 - O Mercado Público de Teresina.

Fonte: Arquivo Público do Piauí (2019).

Simultaneamente, casas comerciais foram se espalhando no centro teresinense, constituindo a base da vida econômica local e marcando a sua vocação e a habilidades para essa atividade. Estabelecimentos de todos os tipos, incluindo farmácias, dentre os quais que, na tentativa de trazer à capital as novidades do restante do país e a moda em vigor em outros países, a exemplo da Casa Inglesa, iam se fixando nas imediações. Posteriormente, chegaram à cidade os imigrantes, notadamente de origem árabe, que ali também instalaram seus pontos comerciais.

No primeiro ano do século XX, foi criada a Associação Comercial que visava proteger e promover os interesses da classe comerciária de Teresina (CHAVES, 2013). Apesar dos problemas de conservação que passou a acumular desde que entrou em funcionamento, o Mercado, até então atendendo sempre pela designação de Mercado Público, constituiu-se como o maior e principal centro comercial da cidade até o ano de 1907, quando se deu a liberação de criação de açougues em outros bairros, descentralizando o comércio nesse estabelecimento.

As primeiras décadas do século XX em Teresina, sobretudo durante o período histórico do Estado Novo, foram marcadas por sucessivas novas tentativas de modernização e

urbanização da cidade, adequando-se aos ideais propagados pelos grandes centros urbanos do país e do Ocidente, apesar de ainda conservar seus ares provincianos e aspectos tipicamente rurais. Nascimento (2002) descreve a expansão da capital em relação ao seu projeto original em formato de tabuleiro de xadrez durante esse período, ganhando novas vias e acessos e calçamento que possibilitassem a adequação para receber automóveis.

Na arquitetura, diferentes estilos com características próprias, iam ganhando espaço na paisagem urbana, tanto nas edificações públicas quanto particulares, contrastando com os modelos já existentes e remanescentes de outros períodos. Praças são arborizadas e recebem as primeiras intervenções. O embelezamento é também promovido, sendo regulamentado pela instituição de Códigos de Posturas que definiam as normas para construções nos principais logradouros da cidade.

Enquanto Teresina se urbanizava e ambicionava o novo, entretanto, o “velho” ia sendo relegado. O Mercado, por exemplo, que já havia se consolidado nas práticas cotidianas dos cidadãos, tinha sua conservação cada vez mais negligenciada, em detrimento das novas obras que se espalhavam pela cidade. O local, peculiarmente popular, ia sendo sufocado pelas exigências estéticas e urbanistas do referido “progresso” que chegava à capital.

Assim, tudo que levava a característica de popular, e que fosse de encontro com os ideais elitistas, era abandonado ou apagado da paisagem, como ocorreu às moradias de palha das camadas mais humildes da população que se situavam na zona urbana. Não obstante, esse cenário reforçava o caráter dicotômico que definiu Teresina desde a sua fundação, até meados do seu primeiro centenário, numa acirrada disputa entre a real situação do município, com todas as suas dificuldades e deficiências, e a imposição do ideal imaginado.

Nesse sentido, salientava-se o discurso de higienização da cidade, que ainda conservava traços considerados rústicos, promovendo-se a transferência de estábulos e passagens de animais para áreas afastadas do centro, bem como criando-se uma questão em torno do abate e comercialização de produtos perecíveis, principalmente a carne, que se dava em situação precária, problema aparentemente recorrente no Mercado.

De fato, pelas décadas seguintes, a situação de higiene desse estabelecimento marcaria profundamente a forma como ele era visto, e seria apenas um dos problemas contínuos que o local enfrentaria ao longo de sua história, presente na maioria das narrativas. Da mesma forma também, o mesmo se estendia à conurbação composta pelo Mercado e pelos quiosques e feiras informais que se estabeleceram nas imediações da praça, emoldurando uma paisagem considerada abandonada, imunda e foco de doenças, que urgia à necessidade de

higienizações, refletindo ainda a situação do centro comercial de Teresina, como um todo, como relatos de periódicos em diferentes anos apontam:

Attenda o sr. De Arês Leão, inspector de hygiene, para a falta de aceio nos açougues do mercado público [...] desde que se fiscalize diariamente, como é do seu dever, todos os açougues e vendas do mercado público as cousas marcharão melhores e não observaremos mais a imundície, que temos visto (A PHALANGE, 1889, p. 04).

É profundamente contristador o abandono em que se vão as cousas publicas nesta desolada capital. O governo, que não se interessa pelo bem público, deixa que se arruíne as obras de maior utilidade, por falta de simples reparos, pouco dispendiosos. [...] O mercado sujo, com talhos nauseantes, é outro prédio que devia merecer a *atenção* do governo municipal tão vigilante e enérgico na arrecadação dos impossíveis impostos, que são a pagina mais triste e vergonhosa da história desta *olygarchya* e que um dia teremos de escrever com franqueza, com todos os documentos, com toda lealdade (DE RELANCE, 1902 apud MOREIRA, 2017, p.04).

Cidade esburacada; cheia de lama no inverno e também na seca; poeira, lixo e até carniça e mictórios nas ruas urbanas; os meios fios, quer onde já passa o calçamento e onde o mesmo não passa, muito descuidados e cheios de mato e lama podre; mercados imundos, e nos bares e botequins... nem é bom falar [...] E a vergonha será somente para nós apresentarmos Teresina, no seu primeiro Centenário, nas condições em que se acha [...] Se um turista que nos chegue pelo Centenário visitar o Cemitério, os Mercados, o Matadouro e a Praça Deodoro, é certo que dirá ter pisado a terra mais imunda e abandonada do mundo. Sairá cuspiendo de nojo. (JORNAL DO COMÉRCIO, 1952, apud NASCIMENTO, 2011, p.06).

A essa altura, o primeiro mercado público já não gozava de tanta imponência ao carregar tal título. Isto, porque novos mercados foram se espalhando pela cidade, ao passo em que outros estabelecimentos foram paulatinamente diminuindo-lhe a função de principal centro de abastecimento. Entretanto, o que passaria a marcar o espaço, além da sua historicidade, por se tratar de uma edificação que remontava aos primeiros anos da capital, por seu próprio caráter popular, reunindo práticas, manifestações e personagens característicos. Além disso, lembrando uma grande feira, reunia produtos de toda natureza, não apenas alimentícios, e movimentava toda a região que envolvia a praça, especialmente nos finais de semana e dias de feira.

Já não era mais “o” mercado público, mas, por sua idade e estado de conservação, ganhou a alcunha de Mercado Velho, em oposição ao Mercado Novo, instalado na Praça Demóstenes Avelino e aos outros mais que iam se espalhando pela cidade, mais “jovens” e com estruturas melhores. Ainda assim, em face da sua diversidade e localização passou a ser chamado também de mercadão e, mais tarde, Mercado Central, que viraria a designação oficial pelas décadas seguintes. A relação que constituiu com os teresinenses, por sua vez,

não era limitada às trocas comerciais, mas, principalmente, afetiva, o que, com efeito, sempre o destacou em relação aos demais mercados, apesar dos seus problemas recorrentes, como descrevem minuciosamente os escritores:

O mercado municipal da Praça Deodoro estava se tornando demasiado sujo e congestionado e a Prefeitura mandou construir outro na Praça Demóstenes Avelino. Limpo, moderno e claro, o novo mercado jamais conseguiu atrair muita gente. Sofre um desprezo injusto, o que prova que neste ponto a população, de ordinário tão ordeira, é intransigente: nunca abandonará o seu mercado antigo, que tem para ela um valor único. Com seu aspecto de bazar oriental, o burburinho, a mistura de tipos e de *cousas*, é um mundo à parte e diferente que, aos domingos, redobra de movimento e agitação. Tem de tudo, desde linguíça a bonequinhas de *canarana*, rapadura a pequenos objetos de cerâmica. É uma feira típica do Nordeste, com cegos cantadores [...] com venda de animais [...]; restaurantes ao ar livre onde se pode tomar café com cuscuz, ou comer frito de carne de porco [...]; onde os barbeiros têm métodos especiais e rápidos para executar o seu serviço, onde quem estiver constipado pode chegar a uma banca de ervas e pedir um remédio, que lhe darão xarope de angico, pau ferro e imburana. Aliás as bancas de ervas são de uma riqueza incalculável e a sabedoria e a experiência dos donos, velhinhos, que conhecem todos os males, não são menores. [...] Ali se compra tudo: há quiosques que vendem todas as espécies de miudezas imagináveis, camelôs que dão ao povo a oportunidade de adquirir a última maravilha. [...] O prédio do mercado sofre agora uma limpeza geral, já necessária há muito tempo, e talvez reparos, e é dividido em secções: uma para os açougueiros [...], outra para os verdureiros, outra onde se vendem frutas, mas entre elas também se podem comprar *cousas* diferentes, como fumo de corda ou chapéus de palha. Prova de que as divisões não são irredutíveis. O bairro da Piçarra tem o seu próprio mercado, com o seu próprio valor, e os outros têm açougues, quitandas e bancas para as suas necessidades, mas o mercado de Teresina, para onde converge gente de toda parte será sempre o da Praça Deodoro (DOBAL, 1992, p.41).

Perto do rio Parnaíba, o mercadão ou mercado velho, também designado mercado central. Ai de tudo se vende: carnes, peixes, verduras, frutas, sandálias, calças, lamparinas, panelas, louça, mezinhas, beberagens eróticas, pós mágicos. Camelôs vendem cura-tudo, literatura de cordel, alguns cegos recitam lamurientos versos de arrecadar esmolas. E dezenas de restaurantes ao ar livre, com comida feita sob as vistas do freguês, vendem os mais variados pratos, sempre apimentados: fritos, sarapatel, buchada, panelada, mão-de-vaca, vísceras. Um arremedo dos mercadões de Fortaleza e de Salvador. Um colorido especial à vida da cidade. Poderás encontrar no mercadão o sujeito que vende maconha, o bicheiro, e as mulatas mais desconfiadas do mundo.... E muito chá-de-burro, o talentoso mucunzá.... (TITO FILHO, 1991, p.48)

A partir da segunda metade do século XX até a entrada no novo século, Teresina continuaria a se desenvolver de forma vertiginosa e apresentar acentuado crescimento demográfico, passando por diversas intervenções na sua paisagem, notadamente a partir da década de 1970, no período da gestão dos governadores Alberto Tavares e Silva e Dirceu

Mendes Arcoverde. A criação de pontes e novos logradouros promoveram a expansão geográfica, que fez surgir novos bairros periféricos, estendendo os limites do perímetro urbano. Para atender a essas demandas, os bairros ganharam seus próprios mercados e feiras, como o Mercado do Mafuá, do Dirceu e do São Joaquim. Chegam ainda à cidade os primeiros supermercados, e a Central de Abastecimentos de frutas e verduras – CEASA. Ainda denotando expressiva relevância no abastecimento de gêneros alimentícios de primeira necessidade, os preços praticados no local, principalmente da carne e do leite, durante algum tempo serviam como referência para mensurar a oferta e inflação de produtos, como revelam os jornais da época.

Em contrapartida, a expansão em direção à zona leste contribuiu para que houvessem rearranjos e que se reforçasse um processo de segregação, conforme essa área, ocupada principalmente pela elite teresinense, consolidou-se como “nobre”, atraindo diversos empreendimentos comerciais e de prestação de serviços, como os primeiros *shopping centers*. Isto promoveu transformações no centro.

Na medida em que sofreu significativo declínio de sua função residencial para dar espaço para o comércio que continuou se intensificando ali de maneira desordenada, ocupando vias e praças, principalmente o de caráter informal, o poder polarizador de atividades sociais e a influência dos seus logradouros públicos também se diluíram diante das novas áreas da cidade (ANJOS e SOARES, 2010).

Da mesma forma, as dinâmicas urbanas que foram se desenrolando com tais transformações também contribuíram para o esvaziamento de espaços públicos e pela predileção por espaços privados, bem como o encerramento, de uma forma geral, de atividades antes praticadas em áreas coletivas ao âmbito particular. Com efeito, os prédios públicos dessa região sentiram a diminuição no fluxo de pessoas, como rememora o lojista Wendel de 52 anos, que atua no Mercado Central há 29 anos:

De primeira o fluxo aqui era muito grande, era tradição. Aí foi expandido as outras cidades, que chama de Grande Teresina. Antigamente num Natal desse aqui a gente não podia tá conversando não que atrapalhava as vendas. Ai a gente trabalhava aqui às vezes até amanhecer o dia, no dia 24. Tinha a missa tradicional, a missa do galo, aí o pessoal saía da missa para comprar. Ai isso aqui era bebedeira, as lâmpadas, tudo aceso, era folia grande. Aí foi diminuindo, diminuindo. E também por causa dos bairros. Hoje nos bairros tem tudo. Tudo que você pensar nos bairros tem. Tem o Mercado do Dirceu, da Piçarra, do São Joaquim, do Parque Piauí. Então os bairros expandiram muito o tipo de venda (Grifos meus. Entrevista concedida em 17 de dezembro de 2019).

Apesar do espaço limitado, o Mercado sofreu diversas intervenções e ampliações em épocas diferentes, anexando novas edificações, e duplicando o tamanho da sua edificação original, como constatamos na pesquisa de campo. Além dos permissionários e feirantes, lojistas e outros estabelecimentos ganharam espaço nas instalações, a exemplo do Restaurante Popular, inaugurado no ano de 2009. Novas entradas foram abertas com fachada para outras ruas e não mais apenas para a praça, e a designação oficial passou a ser “Mercado Central São José”, embora popularmente continuasse sendo referido apenas como mercado central ou mercado velho.

A inserção do nome do santo católico, por sua vez, não encontra referências nos arquivos que tratam das primeiras décadas do local, que habitualmente era designado apenas de mercado público ou mercado municipal. Mas, provavelmente, segue a tendência de outras construções públicas da época, como o Cemitério São José, primeira necrópole da cidade, ou como herança de um dos primeiros títulos do Estado do Piauí, que já se chamou Província de São José do Piauí. O santo é também considerado padroeiro da Vila Operária, um dos bairros mais antigos de Teresina, localizado próximo ao Poti Velho, onde inicialmente o território que agora corresponde a essa cidade começou a ser ocupado.

Essa conjunção de construções de materiais distintos e a falta de uma manutenção adequada, por sua vez, progressivamente descaracterizaram e deterioraram as partes mais antigas, que não viam resolvidas por completo as habituais deficiências estruturais apresentadas quando as intervenções eram realizadas. Outrossim, os profissionais que atuavam naqueles cômodos eram os mais prejudicados, sentindo-se injustiçados em relação aos que ocupavam as partes mais recentes, as quais não davam conta de acomodar a todos.



Figura 7 - Nova entrada do Mercado Central com o título em destaque durante a década de 1980.

Fonte: Arquivo Público do Piauí (2019).

Enquanto isso as condições de higiene, tanto do local quanto dos feirantes autônomos que ocupavam os seus arredores, incluindo a praça, continuaram a serem apontadas como um outro problema crônico que parecia não ter solução definitiva e que corroborou para consolidar a sua imagem como um local sujo e precário, comprometendo a qualidade dos produtos comercializados, sobretudo, os alimentícios. Tanto as deficiências na manutenção e limpeza por parte do poder público, quanto as condutas dos próprios profissionais do local seriam responsáveis por esse cenário que, somados aos demais fatores contribuíram para o seu esvaziamento.

De tempos em tempos, higienizações precisavam ser executadas na área, principalmente pressionadas pela opinião pública. Por conta disso, o Mercado se tornou sinônimo de transtorno e um inconveniente que os gestores municipais evitavam lidar. Assim, a exemplo do que já ocorria desde a sua construção, as narrativas construídas sobre o local davam ênfase ao seu caráter diversificado e popular, mas, ao mesmo tempo, eram quase indissociáveis de tais questões. Intensificando a situação, um incêndio ocorrido no ano de 1987, vitimando duas feirantes, expôs ainda mais a situação do Mercado e impulsionou os clamores por melhorias, como relatou o jornal O Estado à época:

As construções no interior do mercado, por iniciativa dos feirantes, são verdadeiros convites ao fogo, as instalações elétricas são caducas, os produtos ali comercializados são de rápida combustão e, ao que consta, não

existe nenhum sistema de prevenção de incêndio em toda aquela imensa Babel de pequenos cubículos onde se vende desde sapatos feitos totalmente de borracha inflamável, até pinga em garrafa de plástico, artigos de palha, sem falar nos fogões a gás (O ESTADO, 1987, p.03).

De acordo com as denúncias dos feirantes, as paredes do mercado estão quase caindo em cima dos trabalhadores e consumidores, sendo que a sujeira existente no lugar é tanta que há áreas, como os banheiros, onde é praticamente impossível entrar. [...] A falta de higiene é um dos maiores problemas daquele logradouro público, pois as caixas para coleta de lixo vivem sempre repletas e os feirantes tem de jogar o lixo e restos de frutas apodrecidas por todo o mercado, tornando o local possuidor de muita sujeira e *mal* cheiro. [...] Os feirantes apelam a Prefeitura que, na hora de começar a reforma nos mercados da cidade, aquele seja senão o primeiro, pelo menos um dos primeiros, pois é o que tem maior número de trabalhadores e que há muito tempo vem sofrendo com as dificuldades para trabalhar ali (O ESTADO, 1987).

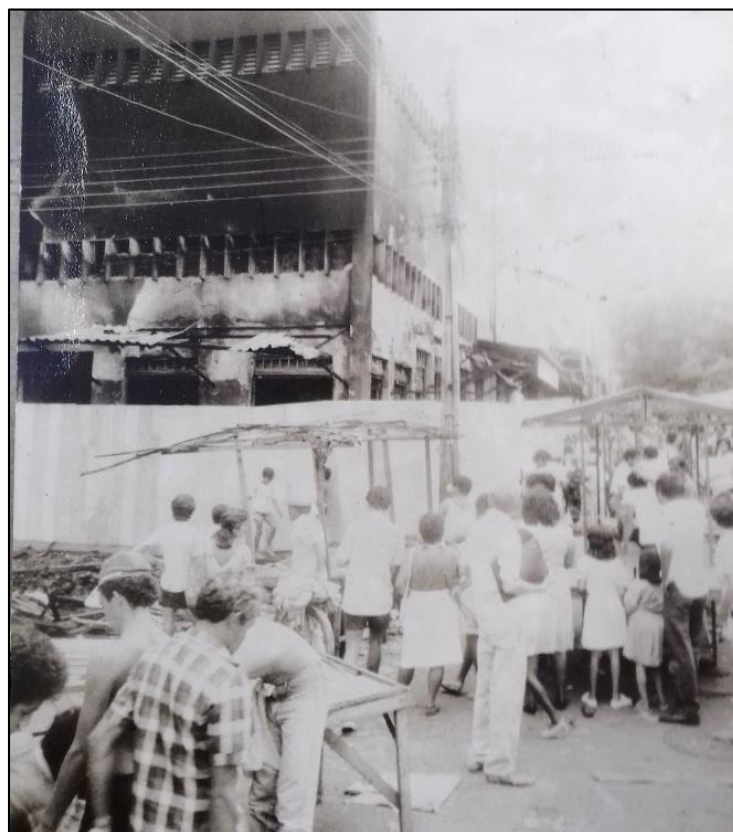


Figura 8 - Curiosos observam o Mercado após incêndio, em 1987.

Fonte: Arquivo Público do Piauí (2019).

Não foi em situação muito melhor que o Mercado adentrou o novo milênio, mas que, diante de novas possibilidades, sobretudo a partir da perspectiva do turismo, instigaram a ressignificação desse espaço, marcando uma nova fase na sua trajetória. Enquanto os gestores

municipais divulgavam projetos de reforma que não saíram do papel até o ano de 2013, os profissionais e usuários do complexo que constitui o Mercado seguem enfrentando os mesmos problemas de sempre, incluindo ameaças de desabamento da estrutura centenária.

Mais recentemente, um outro incêndio de grandes proporções, no ano de 2016, ocorrido nas barracas adjacentes ao local e que destruiu cerca de 40% delas, sinalizou novamente as condições dos feirantes que atuam ali, e colocaram em risco as estruturas do Mercado, que à época já se encontrava em processo de reforma (ALVES, 2016). Esse fato fez os órgãos responsáveis por sua gestão considerarem a possibilidade de absorver esses profissionais autônomos ao estabelecimento, porém, tal questão ainda não foi solucionada.

Mesmo diante dessas condições e desses diferentes cenários que foram se formando, os permissionários e lojistas continuaram se esforçando para manter o local vivo por meio das suas atividades. Como um permissionário relatou em entrevista:

Antigamente as pessoas vinham as quatro horas da manhã esperar o mercado abrir. Hoje em dia com a concorrência dos supermercados e essa falta de estrutura as pessoas não querem mais vir para cá. Mas, ainda assim temos um preço menor e mais fatura, só precisamos de mais estrutura, higiene e melhor administração (OLIVEIRA, 2013).

O Mercado vivia, apesar disso tudo, e procurava provar sua utilidade no cotidiano da cidade.

5.2 O MERCADO ENQUANTO PATRIMÔNIO: PERCEPÇÕES E PROCESSOS

A despeito de toda a problemática relacionada à biografia do Mercado Central e que delineou as narrativas a seu respeito, é notável que a sua percepção sempre esteve atrelada ao afeto que permissionários, moradores e frequentadores estabeleceram com esse local. Nesse sentido, pude compreender que não é a sua historicidade ou “excepcionalidade” do ponto de vista estético e arquitetônico que lhe atribui valor como patrimônio, mas o seu valor de uso para os grupos que se apropriam e estão diretamente associados a ele, residindo menos no seu caráter material e mais no universo de práticas que se desdobram a partir dele.

Como bem cultural da cidade, tal reconhecimento não aconteceu pelas vias “oficiais”. De fato, as principais listas e registros, que identificam o acervo que compõe o patrimônio cultural teresinense e piauiense, demonstram a predileção por bens materiais e conjuntos arquitetônicos, sobretudo se tratando de imóveis ou monumentos públicos. A edificação do Mercado Central, porém, não consta oficialmente em nenhuma das listas analisadas, como a Lista de Bens Tombados do Piauí da Fundação Cultural do Piauí – FUNDAC (2009) e da de

Bens Tombados e Processos de Tombamento do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (2017). Do mesmo modo, tampouco foram encontrados publicamente livros ou mecanismos que registrem bens culturais de natureza imaterial e práticas e saberes.

Gonçalves (2007), por sua vez, sugere uma análise do patrimônio a partir dos discursos que o envolvem, contrapondo-se e coexistindo, e que podem ser interpretados como narrativas, seja a partir da ótica da “monumentalidade” ou do “cotidiano”. Para explicar essas perspectivas, o autor se baseia nas características dos gêneros narrativos, a épica e o romance, representando-as nas figuras do bronze e da argila. De forma resumida, aquele primeiro é composto por um universo formado por heróis, tem como núcleo o passado absoluto, exemplar, de dimensões monumentais e já perfeitamente acabado, e a sua única fonte, a qual intermedia a relação com o autor, é a tradição. Poderia, portanto, ser comparada à uma inscrição em bronze. Em contrapartida, o romance relativiza o passado, abrindo-se ao presente e à transformação, valorizando a experiência e o conhecimento do autor, e permitindo que aspectos da sua realidade possam integrar a história. Dado o seu caráter flexível e maleável, poderia ser comparado à argila.

Através dessa metáfora, o autor contextualiza o cenário brasileiro ao explicar a disputa entre diferentes discursos sobre o patrimônio cultural, no que se refere à legitimidade na representação da identidade e da memória de grupos sociais, e que implicam em estratégias narrativas. Assim, a primeira fase da institucionalização do patrimônio no país, que seguiu a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN, pautou suas ações na ideia de tradição como base da identidade nacional, e como vínculo entre o passado e o presente. Como característica dessa concepção, fala-se de uma memória nacional, e instituiu-se o “patrimônio histórico e artístico” que valoriza as formas capazes de corporificar e recriar a relação com o passado, consolidando as pretensões políticas e ideológicas associadas a esse processo.

Já na narrativa do cotidiano, que se refletiria nos discursos patrimoniais mais tardios, assim como no romance, não se centra na sacralização de tal passado como referência superior e absoluta, mas parte do presente e suas múltiplas construções e possibilidades, tanto quanto a multiplicidade de memórias e grupos. Nesse cenário não mais se fala de um patrimônio nacional monumentalizado, homogeneizador e hegemônico, e que evoca aspectos considerados relevantes ao projeto de nação que ajuda a compor, mas de bens culturais que

encontram sua continuidade nas práticas cotidianas dos mais diversos grupos no âmbito das suas próprias particularidades.

Como discutiremos em profundidade no capítulo seguinte, encontramos, principalmente, inspiração naquele modelo no que tange aos primeiros mecanismos oficiais de reconhecimento e tutela do patrimônio cultural no Piauí. Contudo, observamos que ele também coexistiu com este, posto que um não exclui o outro, apesar da tendência “esquizofrênica” que circunda a questão, em que as diretrizes das concepções que se aproximam dessa narrativa do cotidiano só seriam aplicadas em bens culturais imateriais, enquanto o anterior continuaria sendo aplicado em casos que envolvam o patrimônio material (MENESES, 2009). De fato, a lei estadual nº4.515 que data de 1992, sendo o instrumento patrimonial ainda em voga que trata sobre o patrimônio cultural do estado, a definição adotada foi a seguinte:

Art. 1º - O Patrimônio Cultural do Estado do Piauí é constituído pelos bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da comunidade piauiense e que, por qualquer forma de proteção, prevista em Lei, venham a ser reconhecidos como valor cultural, visando à sua preservação (PIAUI, 1992).

Os critérios que poderiam ser empregados nessa classificação poderiam ser os aspectos cognitivos, estéticos ou afetivos, segundo o mesmo documento. Exemplos temos ainda na própria lista de Bens Tombados no Piauí, a qual, baseando-se na figura do livro de tombo, e privilegiando bens culturais arquitetônicos, edificações de instituições públicas de destacado valor estético e edificações mais rústicas, porém que fazem referência a modos de vida de grupos de diferentes estratos sociais. No entanto, ao Mercado não foi outorgado valor patrimonial por parte do Estado em caráter de estatuto, seja por essa perspectiva monumental apresentar quaisquer características arquitetônicas ou relevantes à histórica local, seja por sua representatividade no cotidiano e na cultura teresinense, mas dos atores que o compõem.

Com relação a esse tema, Meneses (2009) entende o valor cultural que integra o patrimônio, no que lhe concerne, a partir da sua composição por quatro principais vertentes: o valor cognitivo, formal, afetivo, pragmático e ético. Nesse entendimento, o primeiro se manifesta quando o bem cultural possibilita a fruição intelectual, informativa, ou seja, uma leitura no que diz respeito aos usos, práticas e temporalidades que o constituem e que sua trajetória envolve. Os valores formais se revelam na capacidade de qualificar uma conexão do “eu” do fruidor com o mundo externo, de evocar os sentidos e a percepção na formação

de consciência. Por sua vez, os afetivos, como o próprio termo sugere, estabelecem “vinculações subjetivas” através da vereda da memória, articulando representações e o imaginário social. Já os pragmáticos excedem meramente valores de uso de um objeto, pois possuem a capacidade de qualificar as práticas, sendo percebidos como qualidades. Por fim, o autor fala de valores éticos, que dizem respeito às interações sociais nas circunstâncias em que o patrimônio é apropriado.

De fato, a atribuição de valor patrimonial ao Mercado ao longo da sua trajetória não partiu diretamente de uma injunção do poder público em termos de mecanismos, embora também ele também tenha atuado através de discursos, sobretudo quando da conversão do local à condição de atrativo turístico, mas sim da própria sociedade, com base nos significados que ele mesmo emana. Quanto ao papel dessa instituição no âmbito dessa atribuição de valor, Meneses (2009) infere que:

É claro que o estado e o governo podem participar da criação desses valores, privilegiando ou marginalizando uns e outros, mas sempre no jogo das práticas sociais. Estas é que são o ventre gerador. O poder público, agora, tem um papel declaratório e lhe compete, sobretudo, proteção, em colaboração com o produtor de valor, a comunidade (para usar um termo problemático pela sua ambiguidade e utilizado pelo constituinte). Entretanto, mesmo sem qualquer intervenção do poder público, existe o “patrimônio cultural nacional” (MENESES, 2009, p.34).

É, portanto, como um patrimônio do cotidiano que os valores atribuídos ao Mercado se conjugam, como um espaço de reprodutibilidade de práticas e interações sociais e apropriado afetivamente. Essa relação por vezes, não é sequer percebida ou compreendida, em função da frequência e habitualidade em que ele insere na vida social. Por sua vez, o reconhecimento por parte do Estado dessas qualidades foi o que conduziu efetivamente à enunciação e explicitação daqueles valores que motivassem seu consumo cultural, no âmbito da sua turistificação.

Nesse contexto, porém, no que diz respeito à intervenção realizada no Mercado, houve o envolvimento de diversos atores e instituições do setor patrimonial na definição das condutas a serem aplicadas nesse projeto que definiria uma nova fase. Contudo, em função dessa ausência de estatuto ou registro que o reconhecesse, a execução da reforma não estava subordinada, em caráter oficial, a normas ou padrões pré-estabelecidos. No entanto, à época, a mesma foi alvo de críticas por parte de intelectuais e profissionais pela forma como se desenrolou. Acusou-se a prefeitura, responsável pelo empreendimento, de acentuar a descaracterização da edificação ao não respeitar as técnicas construtivas originais

(MOREIRA, 2016). Esse fato foi observado e criticado em entrevista concedida ao professor e apresentador Cineas Santos durante uma visita às obras do Mercado pelo arquiteto e intelectual teresinense Olavo Pereira da Silva Filho, ao programa “Feito em Casa”, transmitido na emissora TV Cidade Verde no ano de 2016. Nas palavras do entrevistado:

É curioso que, *agora*, essa intervenção que é um objeto difundido como uma obra de restauro, na verdade, é uma reforma aleatória, porque se comparar o que foi preservado nas intervenções anteriores como os arcos, a estrutura da cobertura, que é um dos elementos mais relevantes que estavam lá, *agora* foram *jogados fora* e substituídos por outro processo. Perderam *suas* carnaúbas, perderam *esses* elementos, além *dessa* laje que é uma intervenção violenta (referindo-se à construção do segundo piso, previsto para abrigar o espaço de exposições e o memorial). [...] O que eu vejo aqui é a *oficialização cultural*. É uma demonstração didática de restauração, que na verdade, para quem não tem acesso ao *conhecimento*, quem não tem acesso à educação patrimonial vai entender como uma obra relevante, mas na verdade essa é uma destruição do patrimônio da cidade. Não é à toa que Teresina tem sido difundida como a capital que mais descuida de seu patrimônio edificado (Grifos da pesquisadora. Entrevista exibida em janeiro de 2016).

O arquiteto segue sua fala ainda afirmando que esse processo não se trata de uma obra de restauro, mas apenas de uma reforma, reforçando a diferença entre os dois processos. Os procedimentos que foram adotados na obra, no seu ponto de vista, seriam inadmissíveis e injustificáveis, de acordo com as orientações e normas das cartas patrimoniais internacionais, descaracterizando, portanto, os aspectos originais construtivos que a converteram numa referência arquitetônica, e conferiam singularidade à edificação, representando a identidade da cidade. O profissional ressalta ainda que houveram pareceres técnicos, como o do IPHAN, que prestaram orientações técnicas à prefeitura municipal, chamando à atenção para a necessidade da avaliação por outros profissionais.

Nesse sentido, desvela-se ainda uma disputa entre a opinião dos permissionários que são os usufruidores diretos desse espaço, e a opinião técnica. Isto porque, segundo o que pude perceber, para aqueles, pouco fez diferença, na prática, a alteração de materiais ou a transformação das características originais, mas sim a melhoria nas condições de trabalho que foram propiciadas pela intervenção, incluindo as estruturas de carnaúba de que fala o especialista, que de fato eram consideradas um risco por conta da sua idade, revelando, mais uma vez, que a relação desses indivíduos com esse local está articulada pelas formas de uso do espaço, e não por suas formas físicas.

No entanto, é válido ainda mencionar que, nos discursos oficiais que circundaram o processo de requalificação e o início da execução do projeto, incluindo o que está expresso

no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, não foi observado a menção a um restauro, de acordo com a perspectiva da fala do arquiteto, de modo que se referiu ao mesmo considerando-o como uma reforma, cujo objetivo principal era a sua qualificação como atrativo turístico.

Canclini (1999) pontua que, como um território de disputas econômicas, políticas e simbólicas, as novas formas de interação estabelecidas entre os diferentes agentes que envolvem um patrimônio cultural, como o Estado, a sociedade e o setores privados, têm transformado o que ele considera como problemática patrimonial, de modo que o foco não deve ser limitado à conservação e às técnicas ou materiais empregados na restauração, embora continuem a denotar grande importância nesse campo, mas sim no que tange aos usos sociais do patrimônio.

Nesse contexto, é preciso ainda cautela ao fazer tais colocações e priorizar a conservação, reproduzindo o paradigma do tradicionalismo substancialista (CANCLINI, 1999), no qual os bens culturais são apreendidos apenas pela ótica do valor que possuem em si mesmo, e os exclui das experiências sociais e das condições de vida. Assim também se deve evitar cair na fixação de certos discursos patrimoniais, como o de caráter seletivo que circundam os processos de tombamento, e mesmo de um “fetichismo monumental”, afastando-se do entendimento de que estes bens estão em contínua transformação, e tais aspectos provenientes de mudanças podem lhes ser tanto inerentes quanto os que são considerados “autênticos”. De Varine, analisando essa questão do ponto de vista do desenvolvimento, entende que:

A noção de riqueza patrimonial, as hierarquias do belo, do antigo, da raridade, do autêntico, frequentemente invocadas pelos responsáveis culturais ou turísticos, não têm sentido senão para os observadores externos que aplicam as mesmas hierarquias e que finalmente seguem as pretensas leis do mercado. Para os habitantes-atores do desenvolvimento, todo elemento do patrimônio existe como uma parte do contexto de sua vida. Mas, se o patrimônio não tem valor, ele é um valor em si mesmo e para seus detentores, globalmente e solidariamente, em todos os seus elementos. Pode-se mesmo dizer que ele é uma parte do valor agregado da história (DE VARINE, 2013, p.20).

Do mesmo modo, as duas percepções não devem ser contrapostas, sobretudo quanto ao valor do patrimônio, mas o papel que ele desempenha junto a quem produz tais valores, por meio do uso existencial e a quem ele está diretamente relacionado, deve ser priorizado, como sugere Meneses (2009):

Estariamos diante uma nova polaridade: valor técnico *versus* valor social? Não ainda, mas o risco está presente. Por isso, julgo premente começarmos a rever nossa postura a respeito do valor e da avaliação (reconhecimento do valor), sem excluir a perspectiva do especialista, obviamente, mas sempre privilegiando aquela do *usuário*, do *fruidor* (Grifos do autor. MENESES, 2009, p.34).

5.3 “O RECENTE É VELHO E O ANTIGO É NOVO”: A ATUAL FASE DO MERCADO

Em seu relatório no ano de 1888 que atestava as condições do Mercado, quando da transferência da sua gestão para a Câmara Municipal, o presidente Viveiros de Castro, observando a construção que já contava com um novo anexo, afirmou que “constituído por dois corpos, um antigo e outro recente, apresenta perfeito contraste, a ponto de se poder, sem receio de contestação, dizer que o recente é velho e o antigo é novo” (FREITAS, 1991, p.155). Embora em um contexto diferente, poderíamos usar essa afirmação para descrever um novo momento durante a trajetória desse espaço.

Diante das constantes problemáticas do Mercado, uma reforma completa que atingisse toda a sua extensão e adequasse sua estrutura já era discutida por diferentes atores no cenário político. Esse empreendimento se fazia necessário no âmbito das políticas públicas de planejamento urbano, que previam projetos de revitalização do centro de Teresina e de organização do comércio informal na região, apresentado nos planos diretores da cidade nos anos 2000. Nessa esteira, a ideia de sustentabilidade também passa a integrar e orientar tais documentos, influenciada pelas discussões já propagadas em caráter internacional e nacional.

No ano de 2006 fora aberto edital de licitação para a obra de reforma do Mercado, e em março do mesmo, por sua vez, foi aberto ao público e demais interessados, através de publicação no Diário Oficial, o convite à formulação de projetos complementares para tal empreendimento. Um dos projetos apresentados sugeria a recuperação das características arquitetônicas da fachada da edificação mais antiga, que se encontrava completamente descaracterizada em virtude das diferentes intervenções que o local passou.

Porém, foi somente no ano de 2010, na gestão do prefeito Elmano Férrer que a execução de uma reforma completa no Mercado que contemplasse todos os seus setores seria finalmente apontada como uma realidade, através da angariação de recursos provenientes de emendas do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, do governo federal, arrecadadas pelo senador João Vicente Claudino, e da prefeitura, em caráter de urgência, em

função do pleito eleitoral municipal a ocorrer naquele mesmo ano. Nesse sentido, a principal justificava para tal ação já se baseava no potencial turístico e comercial do local, que poderia ser melhor aproveitado com a renovação prevista (PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO, 2010).

Sem sucesso nessa empreitada, há troca de representantes no poder executivo municipal, e o início efetivo das obras só ocorreria em 2013 sob o governo de Firmino Filho, dividida em três etapas, cuja finalização da primeira estava prevista para acontecer ao final do mesmo ano. Porém, a entrega oficial desta parte só aconteceria 4 anos depois, em 2017, os quais foram marcados por transtornos e reclamações por parte dos permissionários que alegavam demora e prejuízo nas vendas.



Imagem 32- Edificação mais antiga do Mercado descaracterizada, antes da reforma.

Fonte: Portal GP1 (2015).

Freitas et al (2015), analisando as condições apresentadas no Mercado durante o processo, apontaram a ausência de saneamento básico e salubridade que o espaço oferece para o manuseio e comercialização de alimentos, com falhas estruturais, elétricas e sanitárias, além da forte presença de lixo e esgoto a céu aberto que atraem insetos e outros tipos de animais, exalando um mau cheiro característico. Ainda é possível encontrar esse cenário nas

demais edificações que compõem o Mercado e que ficaram de fora durante a execução da primeira fase do projeto de requalificação. Por outro lado, a parte reformada, que se orgulha em revelar novamente os aspectos da fachada original, exhibe estruturas recuperadas e novas, boxes com portas, estantes e prateleiras em vidro, um elevador acessível e um salão com iluminação especial para exposições.

Nesse sentido, essa afirmação se enquadraria ao entendermos que, a edificação original, mais antiga, acabou por se tornar uma parte mais nova ao ser, não apenas completamente reformada, mas ressignificada, representando a nova fase do local como atrativo turístico. Por outro lado, a parte edificada que seria mais recente cronologicamente em comparação à estrutura daquela, agora seria o reflexo do antigo, conservando a aparência e as formas de organização que historicamente caracterizaram a imagem do Mercado. Assim, não apenas as diferenças físicas se acentuam, mas, de certa forma, constituem um contraste que marca uma divisão, tanto espacial, como comercial e até mesmo social.

Embora situado na esteira de diretrizes de um projeto de revitalização do centro de Teresina, a principal justificativa do processo se baseou no turismo para atribuir novos significados a esse espaço e as pretensões foram claras, nesse sentido. O aspecto popular, magnetizador de um intenso fluxo de pessoas, incluindo turistas, constituiria o cenário ideal para complementar e dinamizar a oferta turística, e assim desenvolver essa atividade na cidade, como compreendeu o superintendente da Secretaria de Desenvolvimento Urbano do Centro – SDU, José João Braga:

Os mercados públicos em várias capitais do país estimulam a mostra de produtos da terra, artesanato e estimulam o potencial turístico. Teresina agora tem isso, um Mercado que vai se destacar como ponto de visitação turística, comércio e programação cultural. A obra de restauração do Mercado, em conjunto com outras ações que estão sendo planejadas para essa região central, vai proporcionar o retorno das pessoas ao Centro, estimular o teresinense a aproveitar e a ocupar o local. Mais do que um ponto de comércio, o Mercado Velho é ponto em que as pessoas se encontram, fazem laços, têm o sentimento de pertencer a este lugar (PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA, 2017).

Ressalta-se que o local já contava com a visita de turistas, segundo relatam os próprios permissionários. Em outros tempos, relatos deram conta que o lugar recebia com frequência visitantes. No entanto, em função dos problemas já inerentes, o Mercado não era considerado “oficialmente” atrativo turístico, de modo que não constava nos guias turísticos ou canais oficiais da prefeitura e da secretaria de turismo da cidade.

Por outro lado, a recuperação das características arquitetônicas referentes à época que o Mercado entrou em funcionamento também foi entendida como uma forma de agregar valor à região e conservar seu aspecto histórico, o que, em consonância com a praça e os demais imóveis históricos do seu entorno, lançariam luz às memórias da Teresina de outrora e de seus principais logradouros públicos, cujas lembranças de alguns moradores ainda são permeadas de nostalgia. Pode-se considerar que essa ação também representa uma contrapartida à imagem que os próprios intelectuais locais delinearam de Teresina como uma cidade sem memória, em função das diversas circunstâncias em que se achavam, ou mesmo eram eliminados, seus bens culturais, sobretudo de caráter arquitetônico. Trataremos sobre esse assunto em profundidade no último capítulo.

Em dezembro de 2017 a parte reformada do Mercado é devolvida a permissionários e à população através de uma reinauguração simbólica, e o início de uma nova fase na biografia, agora consolidado como um atrativo turístico da cidade. Podemos entender que esse processo marcaria, pelo menos a partir da perspectiva dos discursos oficiais e das políticas públicas, a sua transição do estado de estabelecimento de comércio para o que ele próprio se converte em mercadoria. Mais do que isso, esse momento consolidou uma conquista para parte dos profissionais que há décadas vinha reivindicado insistentemente que medidas fossem tomadas pelo poder público acerca do estado em que o Mercado se encontrava.

Sublinha-se que, nessa fase, não houve rompimento com os aspectos que caracterizavam a anterior, posto que esse estado não se define por “ser ou não ser”, mas como um processo em transformação. Entendendo que “cada biografia é feita a partir de alguma concepção prévia sobre o que deve ser focalizado” (KOPYTOFF, 2008, p.93), através dos discursos que passaram a se relacionar com o local desde então, vemos que, nesse momento da biografia econômica do Mercado em que ele se apresenta como um patrimônio “restaurado” e consolidado como tal, estreitam-se suas relações com o mercado e com o turismo.

No entanto, esse processo não abrangeu todo o complexo, posto que apenas uma parte dele foi contemplada. Sobre a denominação oficial de Mercado Central São José, a reestruturação o situou no calendário turístico da cidade, e o mesmo passou a receber divulgação massiva nos canais oficiais da Prefeitura Municipal. Habitado a não figurar como “cartão-postal” da cidade, em face das suas condições estruturais, o anexo reformado

passou a gozar de percepção e fruição estética, exemplificado pelas centenas de fotos no local que começaram a circular em redes sociais e nos meios de comunicação. Assim também seu novo ambiente, a Galeria de Artes Visuais e o memorial sobre o Mercado, aberto à exposição pública, contou com o desenvolvimento de um calendário de atividades culturais, recebendo exposições artísticas e eventos culturais, dinamizando o fluxo de pessoas no local.

Esse projeto encontra inspiração nos diversos casos atuais de ressignificação e turistificação de espaços públicos, seguidos por uma tendência de valorização da “cultura popular”. A propósito dessa nomenclatura, Charlier (1992) sugere a síntese das suas múltiplas definições em dois modelos de interpretação. Um primeiro, fugindo à lógica do etnocentrismo cultural, institui a cultura popular como “um sistema simbólico coerente e autônomo”, de maneira distanciada da cultura “letrada” e encerrado em si mesmo. O segundo, considera os fios que a atam à cultura legítima, haja vista a implicância das relações hierárquicas e de dominação na organização do mundo social (CHARLIER, 1992, p.179).

Canclini (2008) descreve o popular como sempre em oposição à cultura legitimada e hegemônica, ocupando uma posição de atraso e subalternidade no âmbito dos processos modernos, justificada pela sua própria incapacidade de adequação aos novos movimentos, posto que seria arraigado às tradições. Tais perspectivas seriam fruto de três principais visões epistemológicas que colocaram o popular no centro da discussão e que o construíram como tal, a saber: o folclore, as indústrias culturais e o populismo político.

De forma simplificada, o interesse pelos estudos do folclore, segundo o autor, era falho em termos de metodologia, e orbitava muito mais em torno de interesses políticos e ideológicos que o situassem dentro da cultura nacional num contexto de massificação e modernização. As concepções sobre esse tema o entendiam e visavam promover sua educação como base na construção da identidade e do patrimônio cultural dos países, e congelavam-no no tradicionalismo, isolando-o das transformações no âmbito do desenvolvimento do mercado simbólico.

Na contramão dessas tendências estabelecidas, o autor propõe diferentes perspectivas sobre o assunto no que tange à relação das culturas populares com a modernidade. A despeito dos riscos de homogeneização cultural ou fragmentação identitária que costumam ser associados à globalização e aos processos modernos, o autor entende que as culturas populares são resultado de interações complexas e híbridas, que têm se transformado, mostrando-se adaptáveis, ao invés de serem suprimidas ou ameaçadas de extinção. Da mesma

forma, teriam sido integradas às políticas e aos meios de comunicação massivos como estratégia para alcançar diferentes públicos, bem como tomando parte no mercado, a exemplo do artesanato produzido por certos grupos étnicos, de modo a compor uma “fonte simultânea de prosperidade econômica e reafirmação simbólica” (CANCLINI, 2008, p. 239).

Yudice (2002), por sua vez, chama à atenção a essa crescente relação da cultura com a economia. O autor entende que o sentido do que compreendemos como cultura tem passado por transformações, de modo que atualmente podemos falar de uma cultura imersa no acelerado processo de globalização. Nesse contexto, ela tem sido cada vez mais difundida e invocada no âmbito do desenvolvimento capitalista como recurso, cuja tal nova fase do crescimento econômico, denominada de economia cultural, diz respeito, sobretudo, a uma economia política. Esta perspectiva, ainda segundo Yudice, justificar-se-ia no atendimento de expectativas de que essa relação auxilia na promoção de melhoria nas condições sociais, criação de uma tolerância multicultural e da participação cívica através da defesa da cidadania cultural e dos direitos culturais, podendo ainda gerar entradas em países em desenvolvimento através do turismo, artesanato e demais atividades culturais, contribuindo para a transformação de cidades.

Com efeito, o turismo se insere nesse cenário de atribuição da cultura enquanto recurso, apoiando-se nessa capacidade de gerar identificação coletiva e desenvolvimento, mas também no sentido de demarcar os aspectos identitários e incuti-los de valor econômico para dar origem a produtos atrativos por seu “diferencial”. Essa tendência se regulamenta e espalha-se, marcando a ressignificação de objetos, práticas e manifestações. O próprio olhar do turista, nesse sentido, cujo caráter é fundamental para essa atividade, é construído a partir da percepção dessas diferenças em relação ao seu próprio cotidiano, ou seja, na busca por aquilo que é diferente do vivenciado rotineiramente pelo turista, “a inversão da vida de todos os dias” (GOTTLIEB, 1982 *apud* URRY, 2001, p.27).

Nesse contexto, alguns aspectos comuns pontuariam essa diferença, do que foge ao habitual vivenciado pelo turista, e no qual se baseiam o binarismo do turismo entre ordinário/cotidiano e extraordinário, os quais Urry (2001) destaca: a visão de determinados signos locais como sendo “típicos” de certa localidade; a possibilidade de se visualizar aspectos diferenciados naquilo que já é previamente familiar ao turista, ou de práticas e aspectos familiares ao seu cotidiano sendo inseridos em diferentes contextos ou em uma

paisagem inusitada, que os tornam excepcionais e, por fim, a característica de extraordinário atribuída a objetos cuja aparência supõe o oposto.

Embora saliente a variabilidade histórica e sociológica desse olhar, esse autor admite, de uma forma geral, a existência de características mínimas que convém definir o turismo. Dentre elas, enumera que o olhar no turismo costuma ser direcionado aos aspectos da paisagem e através de signos, de modo que:

O direcionamento do olhar do turista implica frequentemente diferentes formas de padrões sociais, com uma sensibilidade voltada para os elementos visuais da paisagem do campo e da cidade, muito maior do que aquela que é encontrada normalmente na vida cotidiana. As pessoas se deixam ficar presas a esse olhar, que então é visualmente objetificado ou capturado através de fotos, cartões-postais, filmes, modelos, etc. Eles possibilitam ao olhar ser reproduzido e recapturado incessantemente. (URRY, 2001, p.18)

Assim também, esse olhar condiciona as expectativas e vontades do turista que são atendidos por meio desses elementos, e não propriamente neles, buscando “a realização de um desejo que transcende e povoa sua imaginação” (OLIVEIRA, 2015, p.37).

O Mercado Central teve o primeiro momento de sua vida social destinado a atuar como um espaço para a realização de trocas de naturezas diversas e para atender às necessidades comerciais da cidade, mas a sua trajetória temporal implicou em transformações, como pudemos observar. As diversas dimensões da vida social foram atravessadas por mudanças, de forma que a permanência desses espaços se tornou condicionada a acompanhar esse ritmo. Pintaudi (2016) observa o papel dos mercados públicos no presente, uma vez que a sua função original enquanto centros de abastecimento regulados pelo Estado tenha sido superada, à medida em que a entrada do capital privado reduziu a importância de tais locais na distribuição de gêneros alimentícios e na oferta de mercadorias, sua permanência estaria relacionada apenas à representação do papel que já exerceram no passado ou à ausência do grande capital, de modo que:

O fato de existir na atualidade uma forma muito semelhante de realizar o mercado pode nos fazer pensar que se trata de uma simples repetição. Levamos até a inferir que a repetição é uma maneira de conservar os costumes (ou as tradições) de um povo. Mas isso é apenas a aparência do que ocorre. Os mercados públicos mudaram e o que vemos é apenas o invólucro do original em alguns casos; em outros, a permanência se dá apenas por falta de opção comercial no lugar que ainda não despertou o interesse do grande capital. A aparência aponta uma forma de resistência no tempo linear [...] (PINTAUDI, 2016, p.172).

Por sua vez, no caso do Mercado, a atribuição desses locais como recurso à cultura e ao turismo pode responder à questão que a autora coloca ao seu próprio objeto de estudo, o Mercado de Barcelona, e cuja análise também a orienta para tal conclusão, ao indagar quanto às razões que levariam à manutenção de uma forma considerada ultrapassada diante das inovações e das novas formas de se realizar esse tipo de comércio. Se é através da repetição no cotidiano que esses objetos continuam a se reproduzir e gerar inteligibilidade no mundo, sua ressignificação remodela esse processo dentro de novos sentidos e contextos temporais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A apreensão da dimensão e complexidade dos atores, espaços e práticas que formam o Mercado Central, demandam uma imersão profunda, extensa. De fato, trata-se de um objeto centenário que tem desempenhado um relevante papel econômico e social, e que influenciou a construção do centro urbano de Teresina, na medida em que também foi influenciado por este. Diante deste cenário, o problema da pesquisa que propus e que norteou os objetivos desse trabalho, foi de procurar entender como os aspectos mais subjetivos que se relacionam a esse objetivo foram postos em perspectiva para que ele pudesse ser ressignificado e atendesse a novas demandas, para além dos objetivos iniciais para o qual fora construído.

Nesse empreendimento, recorri à literatura e aos discursos que justificaram as novas atribuições a esse local. No entanto, tal observação não poderia ser realizada sem ver e ouvir

os indivíduos que dele se apropriam, que o constroem e que, a despeito de qualquer manutenção estrutural ou vontade política, são quem de fato garantiram a continuidade do Mercado no tempo e no espaço. Temos em mãos um patrimônio, atualmente concebido desse modo com base nas alegações que se pautam nos já conhecidos discursos acerca do patrimônio cultural e das possibilidades atreladas ao seu uso enquanto recurso econômico.

Nessa perspectiva, ele teve suas formas “tradicionais” resgatadas e valorizadas no âmbito de um conjunto arquitetônico de valor histórico e estético, relevante à formação de Teresina como cidade, mas também como centro político e econômico do Piauí, portanto, dotado de valor substancialista, ou seja, por ele próprio. Trata-se de um patrimônio calcado em memórias que visam a composição de uma identidade coletiva como produção de poder e instrumento de integração e coesão, e da tentativa de “autenticação” da cultura popular, cujas práticas e produtos foram alçados à categoria de arte pelos grupos hegemônicos e atribuídas de valor de mercado.

Mas temos, antes de tudo, um patrimônio do cotidiano (GONÇALVES, 2007), que se situa e constrói-se no contexto de um “presente contínuo”, bem como nas memórias reconstruídas sucessivamente através de práticas, seja na forma de vender mercadorias, de produzir artesanato ou de cozinhar um prato típico. Temos um bem cultural que emana da própria comunidade, atribuído de valor afetivo e que demonstra gozar de ressonância entre a maior parte dela, não pela via da imposição ideológica ou política, ou pela instituição de um estatuto patrimonial, mas assim reconhecido por quem dele faz parte e utiliza-o cotidianamente. Este processo pode ocorrer sem que muitas vezes seus próprios detentores se deem conta, como observa De Varines (2013):

[...] do mais modesto ao mais notável, tudo o que tem um sentido pra nós, o que herdamos, criamos, transformamos e transmitimos é o patrimônio tecido de nossa vida, um componente de nossa personalidade. [...] na maior parte das vezes não estávamos dele conscientes, porque a educação que recebemos elimina a sua maior parte em nome de critérios acadêmicos e estéticos (DE VARINES, 2013, p.43).

Assim, vimos o encontro e a coexistência dessas duas concepções do Mercado enquanto patrimônio na constituição de um atrativo turístico.

Entendendo que todo projeto e política pública se insere num contexto e é permeado por motivações e interesses, tais como de ordem econômica, social e política, procurei iniciar essa discussão partindo de uma contextualização teórica e espacial que sedimentou as bases que articularam os discursos que permearam o projeto de turistificação do Mercado. Por

consequente, procedi também a uma análise sobre o principal documento a propor esse projeto, o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, além de outros mecanismos e estatutos que também deram embasamento à formulação de tal documento.

Para dar seguimento a tal observação, contudo, a pesquisa não poderia ser realizada sem ver e ouvir os indivíduos que formam o Mercado, tal como ele é. Foi durante as trocas iniciais que cheguei à conclusão de que, antes de procurar entender os possíveis resultados da requalificação, era necessário compreender o papel que esse local desempenha na vida dos diferentes profissionais que o fazem e que, na mesma medida, também tiveram suas vidas moldadas por ele.

Da mesma forma os agentes dessa intervenção deveriam priorizar entender o seu impacto na vida dessas pessoas, antes do conjunto de vantagens e dos retornos obtidos por ela apenas em termos econômicos, haja vista que, antes de um atrativo turístico oficialmente qualificado e patrimonializado como tal, o Mercado pertence ao povo teresinense e a cada um dos personagens que vimos e descrevemos. Esses sujeitos, embora afetados em alguma medida pelos muitos problemas que o local já enfrentou, possuem afeto por ele, não por seu valor estético ou monumental ou pelos recursos que ele pode lhes oferecer, mas por sua relação cotidiana, que tece memórias e cria laços; são também eles que, a despeito de qualquer manutenção estrutural ou vontade política, quem de fato garantiram a sua continuidade no tempo e no espaço.

Nesse sentido, observei e convivi com essas pessoas, tentando ouvi-las e captar suas percepções. Tentei ainda tentei delinear os aspectos mais perceptíveis e que rapidamente alcançam os olhos durante a observação direta, na tentativa de compreender os percursos desse local no cotidiano da cidade e a nova fase da sua própria biografia. Na narrativa de perspectiva etnográfica, por sua vez, a sequência se deu de “fora para dentro”, abordando o recorte espacial imediato ao local e onde ele se insere. Ao adentrá-lo, não segui uma sequência lógica, mas o percurso foi orientado pelos vários acessos ao interior do Mercado que se apresentavam na medida em que eu percorria o seu entorno.

A partir de então, a descrição foi mediada por suas próprias divisões espaciais, com setores destinados a cada tipo de mercadoria, finalizando na parte reformada que se mostrou como a mais nova, mas que, em verdade, tratava-se da parte mais antiga, do ponto de vista

cronológico. Nesse ponto, ficaram claras as diferenciações, tanto de infraestrutura, como de produtos, lojas e até mesmo do perfil de permissionários e seus respectivos negócios.

Em seguida, após os encontros presenciais, voltei-me para a biografia do Mercado, iniciando pela sua história e pontuando o imaginário e as diferentes narrativas que o acompanharam. Uma das principais, e que perdurou até os dias atuais, por sua vez, estava atrelada aos frequentes problemas enfrentados pelo local, que passaram a caracterizá-lo como sujo, com mau cheiro e precário. Nesse contexto, pude ainda reunir tanto as narrativas oficiais como as que partiam dos usuários diretos daquele estabelecimento, e que o definiram enquanto patrimônio cultural da cidade.

Esse percurso revelou a sua transição, como o principal centro de abastecimento de alimentos de primeira necessidade da cidade, para sua conversão em um “mercadão” multifacetado de produtos, gastronomia e manifestações culturais, passando por um certo momento de decadência frente às transformações locais, até despontar a fase em que ele oficialmente se torna uma mercadoria para ser vendido e usufruído por turistas e visitantes.

Por fim, fiz uma abordagem sobre esta fase de mercadoria que descreve o Mercado após a intervenção, a qual pude concluir que, a despeito das transformações que o local passou, não houveram modificações profundas nas formas de uso e nas suas relações com os atores sociais, mas estas se encontram em constante processo de reinvenção motivadas por outros fatores, não apenas atreladas às ações e políticas públicas. Além disso, é necessário levar em consideração que apenas uma parte específica desse complexo, a edificação mais antiga, foi a contemplada com esse projeto até o momento, de modo que, até a finalização desse processo, que não possui previsão de término, novas dinâmicas e mudanças se desenrolarão.

Entende-se, portanto, que o discurso que concebeu a ação intitulada de “requalificação”, tem se revelado bastante claro ao priorizar o interesse econômico. Assim, a valorização desse patrimônio se justificou, principalmente, na busca pela diferenciação e dinamização da oferta de Teresina enquanto destino turístico. Esta dita qualificação partilhou seus benefícios aos permissionários, como os próprios testemunharam, porém parece ter tido a intenção de favorecer mais os visitantes esperados que os elementos que, de fato, conduzem a engrenagem que constitui e faz o Mercado funcionar. Contudo, ainda é cedo para apontar que o processo acarretou mais benefícios negativos que positivos, visto que alocado no âmbito de um discurso que focaliza o planejamento e que se pretende sustentável.

Igualmente, enfocando a parte que passou por intervenção, também é cedo para que se possa dimensionar os efeitos positivos resultantes desse processo. Oficialmente não foram apresentados dados que apontem aos resultados quantitativos sobre visitantes e de vendas, e por parte dos permissionários, não foram constatados aumentos significativos, porém atribuídos à conjuntura econômica e política do país durante o recorte pós-reforma, o que teria diminuído o fluxo de pessoas no local. Sem embargo, é notável a repercussão e atenção que o Mercado tem recebido e que, embora voltados para a parte reformada e suas novidades, podem ser aproveitados para dar voz a outras questões relacionadas ao local, como um todo, incluindo as partes que ainda não passaram por tais intervenções.

As melhorias no ambiente e nas condições de trabalho foram constatações quase unânimes entre os permissionários e lojistas, mas que, na mesma medida, também contrastaram com a prevalência de antigos problemas e o surgimento de novos, tal modo que, apenas a realização de reforma não assegura a resolução de tais questões e nem uma transformação absoluta. Evidencia-se a necessidade de acompanhamento dessas ações, atentando-se mais às necessidades cotidianas dos ocupantes do Mercado, para além do contexto estrutural, que a dos eventuais visitantes, haja vista que elas também se refletem na experiência destes, e a satisfação quanto às condições que lhe são oferecidas favorecem o acolhimento e a sua exposição a quem vem de fora. Não obstante, ressalta-se ainda a necessidade de conscientização desses atores acerca da dupla responsabilidade, dos detentores e do poder público, no que diz respeito à sua apropriação.

Nesse sentido, é salutar que as ações direcionadas ao Mercado o enxerguem sempre no âmbito de seu uso primário, posto que ele ainda continua a desempenhar a sua função principal, ou seja, aquele para o qual foi originalmente construído e que deve ser priorizada enquanto continue a constituir-lo. Leitão (2018) entende que a formulação de políticas culturais deve ter por perspectiva as complexidades da realidade em que irá atuar, uma vez que podem ser instrumento de transformação social, concordando com Morin (2003) que afirma que:

Compreender a unidade e a diversidade é muito importante hoje, visto estarmos num processo de mundialização que leva a reconhecer a unidade dos problemas para todos os seres humanos onde quer que estejam; ao mesmo tempo, é preciso preservar a riqueza da humanidade, ou seja, a diversidade cultural; vemos, por exemplo, que as diversidades não são só as das nações, mas estão também no interior destas; cada província, cada região, tem a sua singularidade cultural, a qual deve guardar ciosamente (MORIN, 2003, p.18).

Do mesmo modo, faz-se necessária a manutenção do “trabalho de acompanhamento dos processos sociais e simbólicos de circulação, deslocamento e de reclassificação que os elevem à condição de patrimônios culturais” (GONÇALVES, 2007, p.29).

Devemos considerar ainda que, para além de tais pretensões, tal processo lançou o olhar sobre um espaço e sobre formas culturais, reconhecendo como componentes da identidade local elementos que até então se achavam à margem das políticas públicas, restritos a determinados grupos ou mesmo excluídos do que seria considerado arte, sob o ponto de vista hegemônico, dotando-lhes de novos significados que pudessem contribuir para assegurar sua supervivência econômica e sua continuidade. Essa ressignificação possibilitou ainda que a cidade pudesse se voltar ao seu próprio patrimônio e reforçar seus laços para com ele, na medida em que este se habilitou para ser notado e usufruído por turistas.

Além disso tudo, como pôde ficar explicitado nos testemunhos de permissionários e moradores da cidade, a despeito das ações que tem transformado o Mercado e seu entorno, o principal valor que ele ainda emana é o afetivo, sincronizado às memórias, práticas e imaginários do público que ainda é seu principal fruidor: a população local. Para ela, o Mercado São José, ou Central, ou da Praça da Bandeira, como se queira chamar, ainda é o velho mercado, o mosaico cultural do coração de Teresina, onde “de tudo se acha” e onde se pode vivenciar a cidade no seu sentido mais característico. O velho mercado do artesanato, da carne, das “beberagens” e “garrafadas”, das redes de dormir, do couro e da palha, do Restaurante Popular, das cozinheiras, e tanto mais.

O Mercado mudou, mas ainda é o mesmo de sempre, posto que permanece “igual”, seja porque apenas uma parte se transformou, seja porque os significados que ele evoca não foram transformados. Talvez ainda, pela perspectiva de alguns, a sua parte modificada sequer o representa: o verdadeiro Mercado parece ainda continuar a ser o “mercado velho”, que agora se limita aos anexos mais antigos. Assim, o Mercado pode ser tudo o que se encontra no emaranhado de quarteirões próximo à praça e às margens do rio; mas também pode ser apenas a parte que se apresenta como os teresinenses sempre a conheceram.

O Mercado mudou, mas permanece o mesmo, pois até mesmo tanto as qualidades como os defeitos que o caracterizaram parecem ter acompanhado tanto a “nova parte velha”, como agora a “velha parte nova”, que também espera por sua vez de “mudar”. E nesse sentido, a mudança vai ocorrer, posto que o desenvolvimento as acarreta, gerando impactos, mas a sociedade deve tomar a frente delas, não se submetendo, mas apoiando-se no patrimônio

“como elemento de continuidade e de estabilidade que vai contrabalançar o que a mudança pode ter de violenta” (DE VARINE, 2013, p.231).

Diante do que foi exposto, entendemos que, a despeito da função turística, que ainda está estritamente associada ao caráter econômico dessa atividade, é mister que nos propusemos a pensar esse patrimônio como ele de fato se apresenta, como sugere de Varine (2013): como um capital real herdado, que necessita ser mantido vivo, em transformação e fazendo-se útil aos seus detentores; sendo enraizado no território e na comunidade do qual faz parte, e que por ela seja reconhecido como seu; que não é intocável nem imutável, mas, pelo contrário, está suscetível a interferências, assim como destruições e alienações quando em função do desenvolvimento; do mesmo modo, ele também pode ser renovar e crescer, agregar outros elementos e mesmo dar origem a novos patrimônios.

Por fim, ele constitui-se como um fator de consciência coletiva, em torno do qual diferentes grupos vivenciam sua subjetividade e apoiam suas próprias concepções de identidade, mas não reduzido somente a ela e encerrado em suas fronteiras, enquanto valor definido a ser preservado. Isto porque a memória é um processo ativo, que se constitui no âmbito da variedade de suas conservações e transformações, que se estendem tanto na dimensão dos arranjos subjetivos individuais quanto, principalmente, no contexto coletivo, operando como um instrumento de mediação na produção do futuro, ao invés de atuar apenas pelo eixo da manutenção de valores e da representação (GONDAR, 2016; FARIAS, 2011).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A PHALANGE. Noticiário. Teresina, 15 de maio de 1889.

ABREU, Irlane Gonçalves de. Teresina e sua área central: peculiaridades e releituras. Cadernos de Teresina, Teresina, 1996.

ABREU, Mauricio. Sobre a memória das cidades. In: CARLOS, Ana Fani; SOUZA, Marcelo; SPOSITO, Maria (Orgs.). A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2016.

ALBUQUERQUE, Alcilia. A política de preservação no Piauí. Revista Presença, Teresina, n.19, 1987.

ALVES, Claryanna. Após incêndio, comerciantes podem ser incorporados ao Mercado Central. Capital Teresina, Teresina, 13 dez. 2016. Disponível em: <http://capitalteresina.com.br/noticias/teresina/apos-incendio-comerciantes-podem-ser-incorporados-ao-mercado-central-47737.html> Acesso em: 28 dez. 2019.

ANGROSINO, Michael. Etnografia e observação participante. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ANJOS, Claudiana; SOARES, Rafaela. Trajetória da Praça Marechal Deodoro. In: Piauí: História, Cultura e Patrimônio. RÊGO, Regina; MENDES, Cecília; QUEIROZ, Teresinha. (Org.). Teresina: Instituto Camilo Filho, 2010.

APPADURAI, Arjun. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, Arjun. A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

BARRETTO, Margarita. Cultura e turismo: discussões contemporâneas. Campinas: Papirus, 2007.

BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003.

BARRETTO, Margarita. Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento. Campinas: Papirus, 2000.

BATISTA, Jaqueline Feitosa. O processo de descaracterização arquitetônica do centro histórico de Teresina. 2007. 118 f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BERGER, Mirela. Antropologia: uma chave para a compreensão do homem. 2007. 35 slides. Disponível em: <http://www.mirelaberger.com.br/mirela/download/aulainaugural.pdf> Acesso em: 26 de Abril. 2019.

BITAR, Nina Pinheiro. Patrimônio, trabalho e tempo: o “novo” Mercado Municipal do Rio de Janeiro. Revista Iluminuras. Porto Alegre, v.15, n.36, p.80-114, ago./dez. 2014.

Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/view/52622> Acesso em: 25 de out. 2018.

BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro, RJ: Editora Bertrand Brasil, 1989.

BRASIL, República Federativa do. Decreto-Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937. Organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Rio de Janeiro, 6 dez. 1937. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/Decreto_no_25_de_30_de_novembro_de_1937.pdf Acesso em: 02 de jul. 2019.

BRASIL. República Federativa do. Lei Nº 10.257 de 10 de julho de 2001. Estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana. In: Estatuto da Cidade. 3. ed. Brasília, DF: Senado Federal, 2008. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70317/000070317.pdf?sequence=6%20Calizaya>, Acesso em 11 de abril de 2019.

CANCLINI, Néstor García. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CHARLIER, Roger. “Cultura popular”: revisitando um conceito historiográfico. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol.8, nº16, 1995, p.179-192.c

CHAVES, J. R. F. Obra completa: Monsenhor Chaves. Teresina: Fundação Municipal de Cultura Monsenhor Chaves, 2013.

CHAVES, Monsenhor. Teresina – subsídios para história do Piauí. In: Obra Completa. 2ª ed. Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 1998.

CHIESA, C.D.; FANTINEL, L. D. “Quando eu vi, eu tinha feito uma etnografia”: notas sobre como não fazer uma “etnografia acidental”. In: VIII Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, Gramado, 2014. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnEO48.pdf Acesso em: 05 de mai. 2019.

CHOAY, Françoise. A alegoria do patrimônio. São Paulo: Estação Liberdade/Editora UNESP, 2017.

CLIFFORD, James. Sobre a autoridade etnográfica. In: CLIFFORD, James. A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CONHEÇA A HISTÓRIA DO MERCADO VELHO E SUA REFORMA. Feito em Casa, Teresina: Cidade Verde, 02 de janeiro de 2016. Programa de TV.

COUTINHO, Reinaldo. O Mercado Central de Teresina na história. Portal Piracuruca, 2014. Disponível em: www.piracuruca.com/index.php/historia/224-o-mercado-central-de-teresina-na-historia+%cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br Acesso em: 08 de mar. 2019.

COUTINHO, Reinaldo. O Mercado Central de Teresina na História. Portal Piracuruca, 31 de agosto de 2014. Disponível em: <https://portalpiracuruca.com/historia/o-mercado-central-de-teresina-na-historia/> Acesso em 20 de jan 2019.

DAMATTA, Roberto. O ofício de etnólogo ou como ter anthropological blues. In: Nunes, E. (org.) A Aventura Sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

DIAS, Claudete; MIRANDA, Ana. Análise crítica da cultura piauiense. Revista Presença, Teresina, n.28, 2001.

DIAS, Reinaldo. Turismo e patrimônio cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

DOBAL, Hindemburgo. Roteiro sentimental e pitoresco de Teresina. Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 1992.

DURHAM, E. R. Malinowski: vida e obra. In: MALINOWSKI, B. K. Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

EX MEMÓRIA: Therezina sem memória. Roteiro e direção: Leide Sousa. Teresina: Ipê Produções, 2015. Disponível em: < <https://youtu.be/y1sCnoNFI3s>> Acesso em: 03 jul. 2018.

FARIAS, Francisco Ramos de. Apresentação. In: FARIAS, Francisco Ramos de. Apontamentos em Memória Social. Rio de Janeiro: Contracapa, 2011.

FIGUEIREDO, Diva; MOURA, Ana Márcia Silva de. Teresina, como preservar seu patrimônio ambiental? Cadernos de Teresina, Teresina, n.2, 1987.

FREITAS, A. et al. Condições higiênico-sanitárias de gêneros alimentícios comercializados no Mercado Central São José em Teresina-PI. Anais do 5º Simpósio de Segurança Alimentar: alimentação e saúde. Bento Gonçalves, 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/sbctars-eventos/gerenciador/painel/trabalhosversaofinal/SAL185.pdf>. Acesso em 23 de dez. 2019.

FREITAS, Clodoaldo. História de Teresina. Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 1988.

GANDARA, Gercinair Silvério. Teresina: a capital sonhada do Brasil oitocentista. História (São Paulo), Franca, v.30, n.1, p.90-113, jan/jun 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/his/v30n1/v30n1a05> Acesso em: 12 de fev. de 2019.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos: Editora S.A, 1989.

GONÇALVES, J. R. S. Teorias antropológicas e objetos materiais. In: GONÇALVES, J.R.S. Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro: Editora Garamond Ltda., 2007.

GONÇALVES, J.R.S. O patrimônio como categoria de pensamento. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mario (Orgs.). Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

GUEDES JUNIOR, Antonio F. C. Entre o tempo e o espaço: cidade e memória social. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo, 2011. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300876852_ARQUIVO_Entreotempoeoespacocidadeememoriasocial.pdf Acesso em: 25 de jun. 2019.

- HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Centauro Editora, 2003.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1996.
- HUYSSSEN, Andreas. Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- JAFARI, Jafar. El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, v.42, n.1, p.39-56, 5 sep. 2005. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139> Acesso em: 11 de abr. 2020.
- KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, Arjun. A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- LE GOFF, Jacques. História e memória. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.
- LEITÃO, Alice Saute. Políticas culturais para as cidades: da espetacularização à participação. Anais do IX Seminário Internacional de Políticas Culturais. Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2018/08/Anais_Semin%C3%A1rio_Pol%C3%ADticas_Culturais_Final.pdf Acesso em 22 de fev. 2019.
- LIMA, Elaine Ferreira. Etnografias do Cotidiano: “revitalização” e (re)invenção do Centro Histórico de Aracaju. In: Congresso Brasileiro de Sociologia, 14, 2009, Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Sociologia, 2009, p.10. Disponível em: http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=3316&Itemid=171 Acesso em: 27 de mar. 2019.
- LIMA, Nilsângela Cardoso. Imagens de Teresina (PI) do século XIX-XX: Sentimentos, desejos, tramas urbanas e práticas jornalísticas. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, São Paulo, 2011. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300680602_ARQUIVO_Anpuh_2011_Textocompleto.pdf Acesso em: 04 de jul. 2019.
- LIMA, Talita. Modernizar para progredir: a relação entre as transformações físicas de Teresina e a construção de um imaginário de progresso (1971-1975). *Revista Contraponto*, Teresina, v.05, n.1, jan/jun, 2016. Disponível em: <https://ojs.ufpi.br/index.php/contraponto/article/download/5306/3099> Acesso em: 09 de jul. 2019.
- MACHADO, Paulo. Teresina, um ancoradouro de fúrias invisíveis. *Revista Presença*, Teresina, n.5, 1982.
- MACIEL, Auterives. Nomadização dos espaços urbanos. In: COSTA, Icléia; GONDAR, Jô. (org.) *Memória e espaço*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2000.
- MAGNANI, José. Etnografia como prática e experiência. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 15, n.32, p.129-156, jul/dez. 2009.

MAINARDES, Jefferson. Pesquisa etnográfica: elementos essenciais. In: BOURGUIGNON, Jussara Ayres. Pesquisa Social: Reflexões teóricas e metodológicas. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009. p. 99-124.

MARTINS, Paulo Henrique. A sociologia de Marcel Mauss: dádiva, simbolismo e associação. Revista Crítica de Ciências Sociais, n. 73, p. 45-66, 2005. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/rccs/954?%20Lang%20=es>> Acesso em 02 jul. 2019.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: MAUSS, Marcel. Sociologia e antropologia. São Paulo: Cosac Nally, 2003.

MENDES, George. E a nossa Identidade Cultural? Revista Presença, Teresina, n.8, 1983.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. O campo do patrimônio cultural: uma revisão de premissas. IPHAN. I Fórum Nacional do Patrimônio Cultural: Sistema Nacional de Patrimônio Cultural: desafios, estratégias e experiências para uma nova gestão, Ouro Preto/MG, p. 25-39, 2009.

MOREIRA, Amanda Cavalcante. Os códigos de postura e as práticas urbanísticas no início do século XX em Teresina. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 2017. Anais eletrônicos. São Paulo: ANPUR, 2017. Disponível em: http://anpur.org.br/xviienanpur/principal/publicacoes/XVII.ENANPUR_Anais/ST_Sesseos_Tematicas/ST%207/ST%207.9/ST%207.9-13.pdf Acesso em 18 de nov. 2019.

MOREIRA, Amanda Cavalcante. Teresina e as moradias da região central da cidade (1852-1952). 2016. 371 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Instituto de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2016.

MORIN, Edgar. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (Org.). Para navegar no século XXI. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.

NASCIMENTO, Francisco Alcides do. Teresina, a capital que nasceu sob o signo do moderno e da pobreza. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo: ANPUH, 2011. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548856594_92a3f406106ebc664f6c34b1baceb701.pdf Acesso em 05 de dez. 2019.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, v. 10, 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/12101/8763> Acesso em: 04 de jun. 2019.

NUNES, Paulo. A cidade da memória. Revista Presença, Teresina, n. 28, 2001.

O ESTADO. A força das tragédias. Teresina, 24 de jan. de 1987.

O ESTADO. Feirantes querem reforma urgente no mercado central. Teresina, 19 de fevereiro de 1987.

OLIVEIRA, Caroline. Permissionários do Mercado Central clamam por reforma. Cidade Verde, 21 de janeiro de 2013. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/123299/permissionarios-do-mercado-central-clamam-por-reforma> Acesso em 14 de dez. 2019.

OLIVEIRA, M.A.S.A. “Biografia cultural das coisas”: aporte metodológico para o estudo do Turismo. Resgate – Rev. Interdiscip. Cult., Campinas, v.23, n.30, p.29-42, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://www.periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/resgate/article/view/8645804> Acesso em: 07 de out. 2019.

OLIVEIRA, M.A.S.A. Memória e identidade em processos de turistificação de lugares: o caso do Cais do Valongo (RJ – Brasil). Revista Patrimônio e Memória, São Paulo, Unesp, v.14, n.2, p.49-74, jul/dez, 2018.

PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO. Prefeito Elmano Férrer anuncia reforma do Mercado Central de Teresina. Agência trabalhista de notícias, 2010. Disponível em: <https://ptb.org.br/prefeito-elmano-ferrer-anuncia-reforma-do-mercado-central-de-teresina/> Acesso em: 09 de mar. 2019.

PEDRAZANI, Viviane. Patrimônio cultural de Teresina-PI: o processo de preservação nas décadas de 1980 e 1990. 2005. 141 f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas), Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2005.

PEIRANO, Mariza. Etnografia ou teoria vivida. Ponto Urbe. Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP, n.02, 2008. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/1890> Acesso em: 26 de mar. 2019.

PEIRANO, Mariza. A favor da etnografia. Brasília: Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Humanas, Departamento de Antropologia, 1992.

PERALTA, Elsa. O mar por tradição: o patrimônio e a construção das imagens do turismo. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n.20, p.83-96, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/0D/ha/v9n20/v9n20a04.pdf> Acesso em: 09 de ago. 2019.

PEREIRA, Deyse. O processo de modernização da vida social e os aspectos teóricos da memória. Revista Ágora, Vitória, n. 25, p.109-122, 2017.

PEREIRO, Xerardo; FERNANDES, Filipa. Antropologia e turismo: teorias, métodos e práxis. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. IV Colección PASOS Edita, 2018.

PESAVENTO, Sandra Jatagy. Cidade, espaço e tempo: reflexões sobre a memória e o patrimônio urbano. Cadernos da LEPAARQ (UFPEL): Textos de Antropologia, Arqueologia e Patrimônio, v. 2, n.4, 2005.

PIAUI, Governo do Estado do. Lei nº 4.515 de 09 de novembro de 1992. Dispõe sobre a proteção do Patrimônio Cultural do Estado do Piauí e dá outras providências. Diário Oficial do Piauí, 13 nov. 1992. Disponível em: www.fundac.pi.gov.br/download/200908/FUNDAC05_ab72ad117e.doc+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br Acesso em: 18 de set. 2019.

PIAUÍ, Relatório Provincial de 1856. São Luiz, Typographia do Progresso, 1856.

PIAUÍ. Relatório Provincial de 1854. Teresina, Typographia do observador de F. M. de Almeida, 1854.

PINTALDI, Silvana Maria. Mercados públicos: vestígios de um lugar. In: CARLOS, Ana; SOUZA, Marcelo; SPOSITO, Maria. A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Editora Contexto, 2016.

POLLAK, Michel. Memória e identidade social. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol.5, n.10, 1992, p.200-212.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA. Reforma do Mercado Central inclui espaço para exposições e atrativo turístico. Disponível em: http://demo.pmt.pi.gov.br/semcom_antigo/noticia/Reforma-do-Mercado-Central-inclui-espaço-para-exposicoes-e-atrativo-turistico/16921 Acesso em: 18 de nov. 2019.

RAMA, Angel. A cidade das letras. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

SANTIAGO JÚNIOR, Francisco das Chagas Fernandes. Dos lugares de memória ao patrimônio: emergência e transformação da ‘problemática dos lugares’. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, v. 52, p.245-279, 2015.

SEMDEC. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável. Teresina: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo, 2011. Disponível em: <http://semplan.teresina.pi.gov.br/planos-diretores-3/> Acesso em 03 de out. 2018.

SENNETT, Richard. Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Record, 2003. WEBER, Max. Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Vol 2. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

SILVA FILHO, Olavo Pereira da. A propósito da preservação de bens culturais. Revista Presença, Teresina, n.14, 1985.

SILVA, Hélio. A situação etnográfica: andar e ver. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 171-188, jul./dez. 2009.

SILVA, Valéria Cristina Pereira da. Goiânia – um mosaico imaginário: modernidades e micro-tempo-territorialidades. Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n.35, p.6-25, 2013. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/download/2343/2591> Acesso em: 08 de jul. 2019.

SIMÃO, Maria Cristina Rocha. Preservação do patrimônio cultural em cidades. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

SOTRATTI, Marcelo Antônio. Revitalização. In: REZENDE, Maria Beatriz; GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia (Orgs.). *Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural*. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2015. (verbeta). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/dicionarioPatrimonioCultural/detalhes/58/revitalizacao> Acesso em: 26 de mar. 2019.

TAJRA, Marta Teresa. A história do comércio de Teresina no desenvolvimento do Piauí. Teresina: Zahle Editora, 2014.

TERESINA, Prefeitura Municipal de. Lei Nº 3.558 de 20 de outubro de 2006. Restitui o Plano Diretor de Teresina, denominado Plano de Desenvolvimento Sustentável – Teresina Agenda 2015. Disponível em: <https://semplan.teresina.pi.gov.br/planos-diretores-3/> Acesso em 04 de maio de 2019.

TERESINA, Prefeitura Municipal de. Lei Ordinária Nº1.942 de 16 de agosto de 1988. Dispõe sobre o tombamento e preservação do patrimônio cultural. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pi/t/teresina/lei-ordinaria/1988/194/1942/lei-ordinaria-n-1942-1988-dispoe-sobre-o-tombamento-e-preservacao-do-patrimonio-cultural-historico-artistico-e-paisagistico-localizado-no-territorio-do-municipio-de-teresina> Acesso em 18 de mar. De 2019.

TERESINA, Prefeitura Municipal de. Lei Nº3.151 de 23 de dezembro de 2002. Institui o Plano de Desenvolvimento Sustentável – Teresina Agenda 2015 como o Plano Diretor de Teresina. Disponível em: <https://semplan.teresina.pi.gov.br/planos-diretores-3/> Acesso em: 17 de mar. 2019.

TITO FILHO, A. Teresina meu amor. Teresina: Teresina: Gráfica e Editora Júnior Ltda., 1991.

TOLLSTADIUS, Larissa Lira. Preservação do Centro de Teresina: a construção de um objeto. 2013. 135 f. Dissertação (Mestrado em Preservação do Patrimônio Cultural) – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, 2013.

URIARTE, Urpi Montoya. O que é fazer etnografia para os antropólogos. Ponto Urbe. Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP, n.11, 2012. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/300> Acesso em: 25 de mar. 2019.

URRY, John. O olhar do turista. São Paulo: Stúdio Nobel: Sesc, 2001.

VALLADARES, Licia. Os dez mandamentos da observação participante. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 22, n. 63, p. 153-155, fev. 2007.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: Nunes, E. (org.) A aventura sociológica: Objetividade, Paixão, Improviso e Método na Pesquisa Social. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

VILHENA, G.H.R. Os fazedores da cidade – uma história da mudança da capital no Piauí (1800-1852). 2016. 272 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

WEBER, Max. Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Vol 2. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

WHYTE, William Foote. Sociedade de esquina: a estrutura social de uma área pobre e degradada. Zahar, 2005.

YUDICE, George. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.