



PERMANÊNCIAS E TRANSFORMAÇÕES DO MERCADO DA MADALENA COMO ESPAÇO PÚBLICO NA CIDADE DO RECIFE - PE

CONTINUITIES AND TRANSFORMATIONS OF THE MERCADO DA MADALENA AS A PUBLIC SPACE IN THE CITY OF RECIFE – PE

PERMANENCIAS Y TRANSFORMACIONES DEL MERCADO DE MADALENA COMO ESPACIO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE RECIFE – PE

Maria Beatriz de Souza Silva

Instituto Federal de Pernambuco campus Recife (IFPE)

Graduanda de Licenciatura em Geografia

beatrizsouzageo@gmail.com

RESUMO:

Mercados públicos são instituições de grande importância para a identidade da cidade e de seus bairros, neles acontecem diversos tipos de relações históricas, econômicas, políticas e sociais, carregando uma simbologia única na constituição das configurações urbanas. O Mercado da Madalena, localizado na cidade do Recife – PE, ainda conserva grande parte de seus elementos arquitetônicos, apresentando em sua estrutura várias dinâmicas socioespaciais que evidenciam metamorfoses pelas quais passou. Atualmente ele resiste, se adaptando para caber nas configurações socioespaciais presentes em seu entorno – onde um processo recente de verticalização e diminuição da população antepassada (e mais frequente no mercado) se instituiu. O objetivo aqui é analisar, em uma perspectiva histórico-geográfica, a trajetória do mercado público no espaço urbano, e como se dão suas dinâmicas. O que permaneceu nesse espaço público, o que foi abandonado e suas transformações, sem ignorar suas características estruturais e de funcionamento, a contribuição da gestão pública e a atuação dos permissionários e consumidores em sua manutenção. A metodologia usada nesta pesquisa é de cunho qualitativo, com dados majoritariamente secundários, tendo em vista o contexto da pesquisa. Através da revisão bibliográfica foi feito um levantamento de trabalhos, busca por matérias de revistas e jornais, e visitas a sites oficiais como FUNDAJ e Prefeitura do Recife. Além de entrevista semiestruturada, a fim de compreender como os indivíduos se apropriam do mercado e quais as relações que se dão naquele ambiente. Constatou-se que as transformações do bairro em certo sentido se colocam como um desafio para a “sobrevivência” do seu mercado público, pois a chegada de novos moradores nem sempre se traduz em novos clientes/usadores do mercado. A difusão de novos hábitos como fazer compras em espaços refrigerados que ofertam mais comodidade e sensação de segurança, como supermercados, hipermercados e shopping centers, impõe obstáculos às instalações antigas e de difícil acessibilidade do mercado. Esse equipamento ainda mantém ao menos na sua fachada traços da arquitetura original, ao mesmo tempo que é um espaço público com certa diversidade sociocultural de clientela e comercialização de produtos típicos de mercado público. Nesse sentido, ainda que o cotidiano do mercado não seja o mesmo de tempos pretéritos, há a ideia de que esse espaço público e os modos peculiares de comércio e interação social ainda permanecem em meio às transformações que afetam o bairro, a cidade e o próprio Mercado da Madalena. Há aí, portanto, um misto de permanências e transformações.

Palavras-chave: Mercado público, bairro da Madalena, apropriação do espaço público, vida de bairro.

**Abstract:**

Public markets are institutions of great importance for the identity of a city and its neighborhoods, serving as sites where historical, economic, political, and social relations unfold, carrying a unique symbolism in shaping urban configurations. The Mercado da Madalena, located in the city of Recife – PE, still preserves much of its architectural elements, presenting in its structure various socio-spatial dynamics that highlight the metamorphoses it has undergone. Currently, it persists by adapting to fit the socio-spatial configurations of its surroundings, which have recently undergone verticalization and a decline in the population that traditionally frequented the market. This study aims to analyze, from a historical-geographical perspective, the trajectory of the public market within urban space and the dynamics that define it—what has remained in this public space, what has been abandoned, and the transformations it has undergone—while considering its structural and operational characteristics, the role of public management, and the influence of vendors and consumers in its maintenance. The methodology used in this research is qualitative, relying primarily on secondary data, given the study's context. A bibliographic review was conducted, including an examination of academic works, magazine and newspaper articles, and visits to official websites such as FUNDAJ and the Recife City Hall. Additionally, semi-structured interviews were conducted to understand how individuals engage with the market and the relationships that take place within this environment. Findings indicate that transformations in the neighborhood present challenges to the "survival" of the public market, as the arrival of new residents does not always translate into new customers or users of the space. The increasing preference for shopping in air-conditioned environments that offer greater comfort and a sense of security—such as supermarkets, hypermarkets, and shopping malls—poses challenges for the market, which has outdated infrastructure and limited accessibility. Although the market still retains elements of its original architecture, at least in its façade, it remains a public space characterized by a certain degree of sociocultural diversity and the sale of traditional market products. Thus, while the daily life of the market is no longer the same as in the past, this public space and its unique forms of commerce and social interaction persist amid the transformations affecting the neighborhood, the city, and the Mercado da Madalena itself. Therefore, a mix of continuities and transformations can be observed.

Keywords: Public market, Madalena neighborhood, public space appropriation, neighborhood life.

Resumen:

Los mercados públicos son instituciones de gran importancia para la identidad de una ciudad y sus barrios, ya que en ellos se desarrollan diversas relaciones históricas, económicas, políticas y sociales, cargando una simbología única en la configuración urbana. El Mercado de Madalena, ubicado en la ciudad de Recife – PE, aún conserva gran parte de sus elementos arquitectónicos, presentando en su estructura diversas dinámicas socioespaciales que evidencian las metamorfosis por las que ha pasado. Actualmente, resiste adaptándose a las configuraciones socioespaciales de su entorno, que han experimentado recientemente un proceso de verticalización y una disminución de la población que frecuentaba tradicionalmente el mercado. Este estudio tiene como objetivo analizar, desde una perspectiva histórico-geográfica, la trayectoria del mercado público en el espacio urbano y sus dinámicas—lo que ha permanecido en este espacio público, lo que ha sido abandonado y las transformaciones que ha experimentado—sin ignorar sus características estructurales y operativas, el papel de la gestión pública y la influencia de los comerciantes y consumidores en su mantenimiento. La metodología utilizada en esta investigación es de carácter cualitativo, basada principalmente en datos secundarios, considerando el contexto del estudio. Se realizó una revisión bibliográfica, que incluyó la búsqueda de trabajos académicos, artículos de revistas y periódicos, y visitas a sitios oficiales como



FUNDAJ y la Alcaldía de Recife. Además, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas para comprender cómo las personas se apropian del mercado y qué relaciones se establecen en ese entorno. Los resultados indican que las transformaciones del barrio representan un desafío para la "supervivencia" del mercado público, ya que la llegada de nuevos residentes no siempre se traduce en nuevos clientes o usuarios del espacio. La creciente preferencia por realizar compras en espacios climatizados que ofrecen mayor comodidad y sensación de seguridad—como supermercados, hipermercados y centros comerciales—plantea obstáculos para el mercado, que cuenta con infraestructuras antiguas y accesibilidad limitada. Aunque el mercado aún mantiene al menos en su fachada rasgos de su arquitectura original, sigue siendo un espacio público caracterizado por una cierta diversidad sociocultural y la comercialización de productos típicos de los mercados públicos. Así, aunque la vida cotidiana del mercado ya no sea la misma de tiempos pasados, este espacio público y sus formas peculiares de comercio e interacción social aún perduran en medio de las transformaciones que afectan al barrio, la ciudad y el propio Mercado de Madalena. Por lo tanto, se observa una combinación de permanencias y transformaciones.

Palabras clave: Mercado público, barrio de Madalena, apropiación del espacio público, vida de barrio.

Introdução

Os mercados públicos são espaços de múltiplas interações, neles ocorre uma série de dinâmicas socioespaciais que englobam nuances históricas, culturais e econômicas das cidades, sendo assim, eles apresentam uma relevância fundamental para a compreensão dos ambientes urbanos. Pensando nas possibilidades advindas dos mercados públicos, este trabalho visa analisar os contextos existentes no Mercado da Madalena, localizado na cidade do Recife-PE.

O bairro da Madalena conserva boa parte da sua arquitetura clássica, apesar do seu processo de verticalização recente. É possível observar vestígios dessa arquitetura em seu entorno, tanto no Museu da Abolição, que evidencia a história de origem do bairro, quanto no Mercado da Madalena, que marca os processos de transformação pelos quais o bairro já passou e vem passando. Atualmente, boa parte das antigas casas vem dando lugar a prédios com mais de uma dezena de andares e a equipamentos mais modernos, assim como novas formas de consumo.

O Bairro da Madalena é local de grande importância histórica. Foi rentável zona açucareira do Recife antigo. A construção do mercado teve início em 6 de fevereiro de 1925, e a inauguração se deu no mesmo ano. No local, se reunia um aglomerado de feirantes, que ali vendiam frutas e verduras, sem qualquer interferência por parte da Prefeitura. Funcionava à noite e, por isso, recebeu o nome de Mercado do Bacarau. O horário noturno atraía, além de comerciantes, boêmios, que buscavam um local vivo nas noites provincianas do Recife. (PREFEITURA DO RECIFE, 2020)



É desse ponto de vista que essa pesquisa foi construída. É analisando as mudanças ocorridas no mercado público, que se compreende as dinâmicas do bairro e as relações socioespaciais nele presentes (e vice-versa). Os mercados carregam consigo uma parcela da história e da cultura de determinado espaço. Carregam um simbolismo e uma afetividade, diferente das novas formas de abastecimento (shoppings, supermercados, hipermercados etc.). Por esse e outros motivos, muitos mercados públicos permanecem como um marco histórico, como um monumento, que atrai as pessoas que buscam ter esse contato com o passado (Pintaudi, 2006). A partir disto, é importante questionar por quais processos o Mercado da Madalena tem passado e até onde suas transformações e permanências dialogam com as dinâmicas socioespaciais de seu entorno.

A pesquisa teve como objetivo geral analisar as permanências e transformações que afetam o Mercado da Madalena no contexto atual, enquanto espaço público da cidade do Recife. Com os seguintes objetivos específicos: 1) contextualizar a construção histórica e caracterizar a estrutura física do Mercado da Madalena; 2) analisar o funcionamento do mercado na atualidade, do ponto de vista da atuação dos permissionários e da gestão pública; 3) discutir as principais permanências e transformações do referido mercado no que se refere às práticas socioespaciais de uso e apropriação do espaço público.

A pesquisa adotou a abordagem qualitativa, sendo predominantemente qualitativa, mas com o uso de dados quantitativos no que tange o número de compartimentos do mercado, nos ramos de produtos e serviços comercializados, na demografia, no percentual de uso e ocupação do solo. Pela eventual pandemia da COVID-19, que prejudicou o desenvolvimento da pesquisa e o funcionamento do mercado, foi necessário fazer o uso de dados majoritariamente secundários. A pandemia dificultou as visitas *in loco* ao mercado e as entrevistas com os permissionários e com a gestão - consequentemente, a coleta de dados primários. Por isso, fez-se utilização dos seguintes dados secundários: matérias de imprensa, legislação que dispõe sobre o funcionamento dos mercados públicos do Recife, sites oficiais da Prefeitura do Recife e da FUNDAJ, além da revisão de toda a bibliografia consultada durante a construção do projeto. Dentre os poucos dados primários coletados, há duas entrevistas (do tipo semiestruturadas): com uma das gestoras do mercado e com um dos permissionários, e imagens do local fotografadas pela pesquisadora.



Bairro, Espaço Público e Mercado Público

Para compreender a problemática e responder as indagações a respeito do Mercado Público da Madalena, é necessário perpassar pelas dinâmicas socioespaciais envolvendo os conceitos de bairro, de espaço público e de mercado público. Isso porque esses três conceitos são as categorias de análise da pesquisa e, enquanto tais, merecem ser aqui discutidas.

Desse modo, no que concerne ao conceito de bairro, Souza (2013) destaca 3 conteúdos que auxiliam na identificação das características do bairro, tanto objetivas quanto subjetivas. O *conteúdo composicional*, de caráter objetivo; o *conteúdo interacional*, que diz respeito às relações entre os indivíduos; e por último, o *conteúdo simbólico*, que se trata da representação e significação do espaço para os indivíduos. Sendo os dois últimos, de caráter subjetivo (intersubjetivos), os principais trabalhados nesta pesquisa. Subjetividade essa, que não se restringe somente ao individual, mas contempla o coletivo, são subjetividades compartilhadas, especialmente quando tratamos de bairro.

Gomes (2004; 2012) discute o espaço público como um ambiente de debates e consensos, onde os cidadãos convivem em meio à diversidade da existência e de opiniões, tendo cunho primordialmente democrático e político, visto que para ele o espaço precede as práticas sociais e as contorna, sendo assim uma espécie de base para todos esses eventos. A primeira característica fundamental do espaço público, segundo esse autor, é a copresença dos indivíduos. O espaço público tem origem na vida pública do indivíduo, esses coexistem com suas diferenças, individualidade e diversidade. A política permite que os indivíduos coexistam e respeitem seus espaços. O espaço público é, portanto, onde conflitos e tensões ganham o tom de debate e problematização e onde se estabelecem as transformações sociais. Daí o cunho político do espaço público. Narciso (2020), por seu turno, não vai muito longe dessa perspectiva quando diz que o espaço público é um espaço da política e do cidadão.

Albuquerque (2006, p. 45-46) associa vida de bairro e cidadania na medida em que diz que é no espaço público que elas se materializam.

A autora diz que os espaços públicos são elementos de suprema importância na gestão urbana, pois são nesses espaços que se manifesta a vida da cidade. Apesar de ser regido por leis oficiais, o espaço público é permeado de normas definidas simbolicamente pelos usuários da cidade, desta forma, de acordo com as necessidades pessoais de uso e apropriação do território.



Por fim, para entender o conceito de mercado público é preciso analisar a partir do método histórico suas reproduções e evoluções. Pintaudi pontua a gênese e as metamorfoses pela qual os mercados passam, e como eles se ressignificam conforme o decorrer do tempo histórico.

Quando esse costume sofre uma ruptura com a presença de outras formas de abastecimento, mais modernas, surgem como possibilidades a metamorfose do mercado público, que passa a ser apropriado como lugar “tradicional”, onde se pretende produzir uma “identidade” para a sociedade, ou então o desaparecimento dessa forma de paisagem urbana e, consequentemente, do imaginário[...]. (Pintaudi, 2006. p. 82)

Dinâmica Socioespacial do Bairro da Madalena

O Bairro da Madalena está localizado na Região Político-Administrativa 4 do Recife (RPA 4), até 2010 contou com uma população residente de 23.082 habitantes - sendo 55,2% do sexo feminino e 44,8% do sexo masculino, de maioria branca (56,%) e na faixa etária de 25 a 59 anos - distribuídos numa área de 183 hectares.

De acordo com dados do censo demográfico do IBGE (2010), retirados do site da Prefeitura do Recife, o bairro possuía 7.604 domicílios, tendo em média 3 moradores por domicílio, e em 45,31% deles chefiavam as mulheres. Esses dados, ao longo do tempo, passaram por grandes modificações em razão do recente processo de verticalização do bairro e de seu entorno, fazendo com que se alterasse toda a sua dinâmica sociodemográfica.

O bairro da Madalena se caracteriza por ser um dos bairros mais antigos da cidade do Recife. Isso é perceptível pelo fato dele ainda conservar grande parte de sua arquitetura clássica, que remete ao final do século XVII. No passado era chamado de “Engenho Madalena”, pois ali se concentrava um engenho canavieiro e já foi uma das melhores zonas produtoras de açúcar. O engenho se situava onde hoje está a praça João Alfredo e a casa-grande, conhecida como Sobrado Grande da Madalena, atualmente é ocupado pelo IPHAN (Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) e se tornou o Museu da Abolição, que tem o papel de difundir e expor a cultura afro-brasileira (Figura 1).

Hoje o bairro da Madalena concentra em boa parte da sua extensão áreas de comércio e serviços (cerca de 32%), e uma de suas características marcantes é a grande gama de equipamentos e serviços ofertados. A Madalena conta com empresas dos segmentos de



comércio, serviços, indústrias, construção civil, agricultura e ainda do ramo alimentício, como bares e restaurantes diversos (Diário de Pernambuco, 2018). De acordo com a Secretaria de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente da Prefeitura do Recife, são mais de 3.700 empresas instaladas no local.

No final dos anos 1970 até o final dos anos 2000, surgiu um grande fenômeno imobiliário que se concentrou inicialmente no bairro de Boa Viagem e, posteriormente, nos chamados *12 bairros* da margem esquerda do rio Capibaribe (Derby, Graças, Espinheiro, Aflitos, Jaqueira, parte da Tamarineira, Parnamirim, Santana, Casa Forte, Poço da Panela, Monteiro, Apipucos). Os empreendimentos imobiliários provocaram um excessivo adensamento construtivo, de cunho vertical e desordenado, que acabou por homogeneizar a paisagem e debilitar a identidade territorial de Recife. Isso acabou agravando problemas já existentes, com relação ao esgotamento sanitário e ao congestionamento do sistema viário: aumento da poluição ambiental, mobilidade urbana dificultada, aumento de engarrafamentos, entre outros.

Pensando nisso, foi criada a Lei dos 12 Bairros (Lei Municipal nº 25.210/2001), uma lei sancionada em 2001 - reivindicada por parte dos moradores dos bairros afetados -, que tem a função de preservar e proteger o que resta da paisagem e da arquitetura dessa parte da cidade do Recife, ainda que a lei não proíbe propriamente, mas impõe restrições que, na prática, contém a verticalização de algumas áreas, pois não seria economicamente viável. Essa lei regula a verticalização, adaptando o gabarito da edificação à largura da rua, define o maior percentual de solo natural para as construções e estabelece padrões de ocupação diferenciados a fim de manter em grande parte as características originais do perfil urbanístico.

Pode-se relacionar esse caráter popular de reivindicação pela lei, ao que pontua Gomes (2012), quando diz que o simples ato de se manifestar nos espaços públicos faz com que os indivíduos sejam nesses espaços, e isso acaba por conectar a dimensão física, a copresença, a uma dimensão abstrata, a de comunicação social. Assim, o espaço público pode ter caráter material e imaterial conjuntamente. Isso expressa muito bem o caráter político desse espaço.

Logo depois que a lei foi sancionada, o adensamento construtivo se disseminou, e essa forma de verticalização intensa e indiscriminada, tal como vinha ocorrendo na Zona Norte e se mantém na Zona Sul (Pina e Boa Viagem) se estabeleceu em outros bairros do entorno não



abrangidos pela lei (Casa Amarela, Encruzilhada, Rosarinho, Madalena, Torre e Pina), o que tem causado um impacto indireto sobre essas áreas. A propósito desse problema, vale mencionar a reflexão de Pintaudi (2006, p. 96) que afirma: “a preocupação com a preservação de lugares de memória é uma prática muito recente e bastante restrita a alguns edifícios e onde, geralmente, prevalecem interesses de natureza imobiliária”.

No caso do bairro da Madalena, o processo de verticalização tardou, mas, situado na margem direita do Capibaribe, tal como Torre e Ilha do Retiro e Prado, rapidamente tem sido transformado pela substituição de antigas casas (imóveis unifamiliares) por modernos e elevados edifícios (imóveis multifamiliares), além de novos centros de comércio e serviços, como galerias, consultórios e clínicas médicas. Isso tem mudado o perfil de moradores do bairro e suas dinâmicas. Considerando as modificações sofridas nos bairros da margem direita, dentre eles a Madalena, cabe citar o processo de fragmentação - que transforma diretamente o conteúdo interacional do bairro - já que as relações e interações entre vizinhos diminuem e se tornam rasas. É o que Souza (2013) chama de “*fragmentação do tecido sociopolítico-espacial*”. Nessa visão, as definições clássicas de bairro tornam-se incabíveis para a atualidade, considerando as modificações sofridas ao longo do tempo.

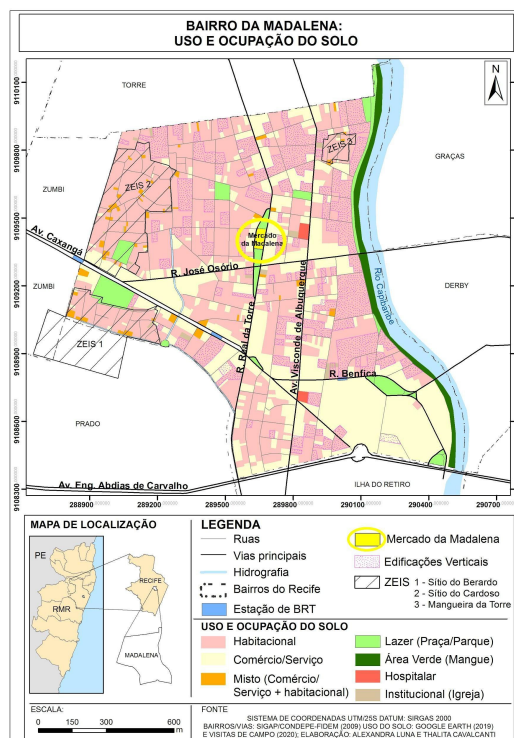
Mesmo que os bairros afetados diretamente pela Lei dos 12 Bairros continuem a passar por transformações socioespaciais, inclusive com verticalização, sem dúvida o impacto mais perceptível na paisagem dessa lei se dá no outro lado do rio, onde estão Madalena, Torre, Ilha do Retiro e Prado. Adquirindo cada vez mais características comuns a outros bairros de classe média mais bem consolidados do Recife, como os da Zona Norte na margem esquerda do Capibaribe e o eixo sul formado por Pina e Boa Viagem, o bairro da Madalena tem seu antigo casario, que remonta à primeira metade do século XX, sendo substituído por elevadas torres de edifícios, ainda que o próprio mercado público e “antigas” praças continuem a existir e até tenham sido requalificados.

Sem dúvida, as transformações que se dão no contexto da produção do espaço em termos de novas edificações e formas de morar também se traduz em mudanças nas formas de sociabilidade urbana no bairro. Segundo disse um permissionário do Mercado da Madalena, poucos são os moradores recentes do bairro que têm o hábito de frequentar o mercado. Isso estaria ligado ao fato de que, sendo o mercado público um espaço muito atrelado ao passado do



bairro, os novos moradores em geral não têm vivência com esse passado e o mercado acaba não sendo usufruído de forma recorrente no seu cotidiano. Isso também tem a ver com a vida de metrópole, em que o individualismo e a atomização (Souza, 2013) se tornam marcas da vida nas grandes e até nas médias cidades, sendo os shopping centers, supermercados e hipermercados muito mais atraentes para esse novo padrão de sociabilidade urbana.

No intuito de compreender essas transformações socioespaciais, o mapa 2, a seguir, refere-se ao uso e ocupação do solo da Madalena. Com base nele, é possível observar distintos usos como habitacional, comércio/serviços, bem como usos ligados a fins de lazer, equipamentos institucionais, hospital e área verde.



Mapa 1: Mapa de uso e ocupação do solo no bairro da Madalena
 Elaborado por: Alexandra Luna

Em termos quantitativos, os usos e a ocupação do solo no bairro se distribui da seguinte forma: uso habitacional 54% (994.213 m²); comércio e serviços 32% (586.257 m²); hidrografia 4% (80.906 m²); lazer 4% (72.210 m²); área verde (mangue) 2,50% (45.644 m²); uso misto (comércio/serviço + habitação) 1,30% (23.050 m²); institucional (igreja) 0,50% (9.869 m²). Sendo 333.858 m² verticalizados. Observa-se que o bairro é majoritariamente de área habitacional e comercial, contabilizando 87,30% do uso do solo. Contudo, vale frisar que



grande parte do uso habitacional tem mudado de configuração socioespacial em virtude do processo de verticalização que se acentua desde a aprovação da Lei dos 12 Bairros para a outra margem do Capibaribe, gerando, como já dito, impacto na produção do espaço da Madalena.

Os espaços públicos livres como praças e parques estão em menor quantidade, mas o mercado público ocupa um espaço de centralidade no bairro. Entre os principais eixos viários que perpassam a Madalena estão a Av. Caxangá, a Av. Visconde de Albuquerque e Real da Torre, além da Rua José Osório, e ainda, mesmo que na sua borda, a Av. Eng. Abdias de Carvalho, que possuem um tráfego lento e constantemente ficam congestionadas, em virtude de uma mobilidade urbana comprometida e pela grande circulação de automóveis.

Caracterização do Mercado da Madalena como espaço público

O Mercado da Madalena foi inaugurado no início do século XX, entre 1924 e 1925, e surgiu inicialmente como uma necessidade, um local onde as pessoas - mais especificamente trabalhadores - pudessem fazer suas refeições à noite, inclusive nas madrugadas, até o início das manhãs. Ele foi construído próximo ao local onde antes havia uma feira livre, conhecida como “Feira do Bacurau” ou “Mercado Bacurau” (o “bacurau” provém do nome dos pássaros com hábitos noturnos). Como o próprio nome já diz, o mercado atendia a clientela que o frequentava em horários noturnos. Algo que é característico do Mercado da Madalena é a comercialização de aves, já que desde os tempos iniciais ele também era voltado a esse tipo de comércio. Em uma de suas fachadas pode-se ler “Mercado de Pássaros”, e é um ramo de atividade que o diferencia de todos os outros mercados. A atividade persiste até hoje por questões culturais.

Assim como consta na formação de muitos mercados, tal como assevera Pintaudi (2006), durante muito tempo não havia uma estrutura física para comportar os comerciantes e muitos mercados públicos funcionavam de forma aberta como feiras livres. Com a expansão das transações foi necessário construir instalações mais apropriadas, originando o que passou a ser reconhecido como mercado público. Assim, o Mercado da Madalena não tinha um espaço fixo onde os vendedores pudessem fazer suas transações e a feira ocorria de modo livre. Com essa mudança de perfil de vendas e o espaço do mercado construído, foram surgindo exigências por acomodações - os boxes. A instalação dos permissionários nos boxes trouxe uma maior diversificação de atividades no mercado, vendas que eram apenas de gêneros alimentícios



(feira) se expandiram para outros ramos. Hoje, há no mercado os ramos de peixaria, frigorífico, mercearia, produtos interioranos/regionais, sapataria, barbearia, produto para animais de pequeno porte (PETs) e comércio de aves (pássaros devidamente registrados). Há ainda boxes voltados para a restauração, sobretudo lanchonetes e bares.

Atualmente o Mercado da Madalena dispõe de 86 permissionários distribuídos em 170 boxes (há permissionários que possuem mais de um box). Na parte externa do mercado há um espaço para alimentação composto por 10 boxes, que servem para almoços comerciais e local de encontro. Para além de espaço de comercialização de distintos produtos, o Mercado da Madalena, como tantos outros no Recife e em outras cidades brasileiras, constitui um espaço público de rico convívio social e de interações sociais e culturais. Nesse contexto, ele é considerado um dos principais mercados recifenses, segundo confirmou representante da Companhia de Serviços Urbanos do Recife – CSURB, autarquia municipal responsável por administrar os mercados públicos e feiras livres no Recife. Funcionários a serviço deste órgão frequentemente fiscalizam o funcionamento do mercado, havendo, também, sempre um funcionário por turno que conta com uma sala, no interior do mercado, para lidar com a gestão e demandas diárias para a manutenção da limpeza e conservação das dependências físicas.

Para melhor controle e organização dos mercados públicos, a Prefeitura do Recife elaborou o Decreto nº 25.210, que dispõe sobre o funcionamento e a administração desses equipamentos, feiras livres e outros equipamentos de comércio popular. Tal instrumento legal possui VIII capítulos e 25 artigos e aborda o que compete à CSURB, à Prefeitura do Recife e aos permissionários. Dentre as atribuições da CSURB estão: administração dos mercados públicos, aplicação de sanções, setorização do uso dos espaços. Há também gerentes das RPAs, que respondem pelo funcionamento normal dos mercados, e administradores, que respondem pela administração do equipamento. Já as atribuições dos permissionários está ligada a recorrer diretamente à CSURB e seguir o decreto, para uso e ocupação dos boxes. Há termos de permissão que devem ser seguidos, regras de uso dos boxes e participação nas atividades e projetos que fomentem o uso do mercado. É importante mencionar que existem tarifas de ocupação que os permissionários precisam manter em dia, o Mercado da Madalena faz parte do conjunto de mercados do grupo 1 (valor R\$ 9,48 o metro quadrado). O decreto “varia” de acordo com cada realidade, ainda que de forma geral o preço da tarifa seja muito baixo, até



porque a finalidade do mercado enquanto equipamento público não é a obtenção de lucro, de modo que, segundo informou a representante da CSURB, em entrevista, a receita referente ao que é cobrado aos permissionários não cobre as despesas com o funcionamento desses equipamentos. A participação direta da CSURB se dá através de dois administradores (funcionários fixos) que trabalham em regime de revezamento e que também articulam a gestão e os permissionários. Há mais dois funcionários volantes que rotacionam entre todos os mercados, os fiscalizando periodicamente. Há ainda trabalhadores terceirizados que cuidam da limpeza das áreas de uso comum do mercado.

Dentre as diferentes demandas dos permissionários para com a gestão, há a solicitação por manutenções, devido à estrutura do mercado ser muito antiga e a reclamação pela baixa clientela, que é consequência do surgimento das grandes empresas de varejo não apenas no próprio como em outros bairros da cidade. Para além disso, vale ressaltar que a chegada de novos moradores no bairro, decorrente da verticalização, muitas vezes não se traduz em aumento da clientela do mercado público, pois a maior parte dos frequentadores são pessoas que já o frequentam há mais tempo e têm com esse espaço o sentido de lugar. Esse é um dos traços das permanências que se verificam nesse espaço, ainda que isso não deva ser visto de forma absoluta.

As notícias divulgadas em jornais revelam alguns temas recorrentes sobre os mercados públicos, ou ainda sobre o Mercado e o bairro da Madalena. Há, por exemplo, a menção à necessidade de preservação desses espaços como lócus da memória urbana, do uso do mercado para interação social e, portanto, como espaço público em que o ponto de encontro fortalece a ideia de espaço público como o lugar da copresença por excelência. Apesar das muitas transformações vivenciadas pelos mercados públicos, em muitos deles, inclusive na Madalena, uma importante permanência socioespacial é justamente a sua funcionalidade como espaço da interação de uma diversidade de sujeitos sociais, pertencentes a distintas classes e com distintos perfis sociais. O caráter público do mercado associado ao próprio “espírito” de quem costuma frequentá-lo o faz um espaço plural por excelência.

Há ainda notícias que relatam demandas de melhorias na estrutura física do mercado, seja para fins de revitalização, seja para a regular manutenção das suas instalações físicas. Notícias que destacam o caráter histórico do bairro, com seus casarões que ajudam a “contar”



a história local e nesse sentido são espécies de rugosidades da paisagem urbana recifense, já que se colocam como marcas do tempo. Há, como se nota nos títulos de algumas notícias, certa evocação da Madalena e do seu mercado público como um espaço onde ainda se pode identificar elementos históricos na paisagem, porém, na prática, há pouco sendo feito por parte do poder público, para evitar a total descaracterização paisagística do bairro.

Práticas socioespaciais de uso e apropriação do Mercado da Madalena: permanências e transformações e Considerações Finais

Foi possível perceber, *in loco*, a dispersão e o não planejamento dos edifícios verticalizados, o que evidencia a pressão que o bairro sofreu antes de fazer parte do adensamento construtivo. E apesar de ter perdido boa parte de sua arquitetura original, ele preserva em seu centro o Mercado e o Museu, que hoje representam monumentos carregados de historicidade.

Uma das especificidades do Mercado da Madalena é o seu caráter tradicional e familiar, onde os usuários buscam refúgio do centro urbano em direção a um lugar que remete ao interior, os conectando com suas origens. O mercado serve como ponto de encontro, isso era mais evidente antigamente. Isso também explica a relação de fidelidade que alguns clientes têm, eles buscam para além de apenas consumir, mas viver o mercado, interagir com a cultura regional. Uma parte desse público é elitizada, o que se explica pelo fato do mercado estar localizado em uma área nobre e antigos moradores ainda o frequentar, mesmo tendo se mudado para outros bairros, ainda mantêm o hábito de vivenciar o mercado, conforme foi relatado por um permissionário. Há um lado positivo e um lado negativo na questão do perfil dos clientes. Por um lado, se há clientes fiéis e frequentes, por outro lado, muito pouco se fisgam novos pela falta de atrativos. Há no bairro variados bares, restaurantes e estabelecimentos que atendem muito mais a esse segundo grupo de clientes. Há ainda shopping centers e galerias com apelos como comodidade de estacionamento, ar-condicionado e supostamente maior segurança, tudo isso leva a maior parte das pessoas a não verem no mercado público um espaço interessante.

Com a diminuição do público que vai ao mercado e com novas formas de consumo, é necessário por parte dos vendedores/permissionários fazer uso de outros tipos de método para atrair as pessoas. Uma das formas de fazer isso é aproveitando e explorando o potencial turístico



que o mercado tem, juntamente com o bairro, assim como ocorre no Mercado de São José, por exemplo. Criar eventos culturais como shows, saraus, apresentações, é outra forma de atrair as pessoas. Mas tudo isso, é claro, precisa ser acordado entre os permissionários e a gestão. Segundo a representante da gestão CSURB, seria importante que houvesse da parte dos permissionários maior “espírito empreendedor”, por meio de táticas de marketing que pudesse atrair mais clientes. Não obstante isso possa fazer algum sentido, não se pode deixar de considerar também o papel da gestão pública de promover em parceria com os permissionários meios de dinamizar o fluxo de clientes do mercado.

Como já citado anteriormente, algo que se modificou com o tempo foi que o comércio - que era voltado para alimentação - era periférico, ele contornava o mercado, e na parte interna só existiam bancas de frutas e verduras, materiais provenientes de feira. Posteriormente o mercado adquiriu mais diversidade de ramos de produtos e serviços, e permanece assim até hoje.

No que tange a mobilidade urbana, algo que se tornou um problema nesses últimos anos é o estacionamento próximo ao mercado. Devido à época em que o mercado foi construído, não havia essa demanda por vagas de estacionamento nas proximidades do mercado, hoje já é uma das principais exigências para o cliente permanecer no mercado e consumir. Com a criação da Zona Azul, a forma de estacionar nas vias que contornam a praça junto ao mercado foi de certa forma dificultada pela forma rotativa do estacionamento de veículos. É uma forma de a Prefeitura garantir o estacionamento ao cliente e evitar que os próprios permissionários ocupem as vagas com seus carros. Por outro lado, dependendo do preço da compra, não compensa pagar a taxa da Zona Azul. Em contrapartida, o cliente que vai para se confraternizar, vai ter que pagar várias vezes, pois no sistema Zona Azul o tempo de estacionamento é curto. É necessário sair do estacionamento, dar uma volta, e muitas vezes outro veículo ocupa. Além disso, a mobilidade urbana que se configura naquele espaço não favorece a acessibilidade ao mercado.

O contexto histórico vai demandar sempre algo diferente dos mercados, de acordo com a época, já que o mercado é uma espécie de refratário das relações presentes no bairro. Sabe-se que os mercados públicos vêm perdendo espaço para grandes e novos estabelecimentos, como hipermercados, supermercados, shoppings, entre outros. Como meio de resistir, alguns permissionários dos boxes no Mercado da Madalena se movimentaram - principalmente na



época de pandemia - para fazer as suas transações através do sistema *delivery*, que se mostrou ser um grande aliado nas estratégias de venda. Esta é mais uma das metamorfoses que o Mercado da Madalena sofre. Pintaudi (2006, p. 83) diz que “para existir no tempo, uma forma precisa, necessariamente, resistir, ter sentido, se transformar ao mesmo tempo em que cria raízes”. Essa frase coloca em evidência que o mercado necessariamente vai passar pelas metamorfoses e mudanças para continuar criando raízes e permanecer.

Em suma, percebe-se que os processos ocorridos no bairro atingem de forma direta o funcionamento do mercado, mudando sua forma, estrutura e conteúdo. Não há como dissociar o bairro do mercado, ambos compõem dinâmica da cidade e suas configurações interferem diretamente no cotidiano da população. Essa relação simbiótica não é exclusiva do mercado com o bairro da Madalena, ela existe entre outros tantos mercados públicos com seus respectivos bairros e é muito positivo que isso ocorra. Entretanto, pelo que foi analisado aqui, apesar de algumas permanências, grande parte das transformações que afetam o Mercado da Madalena como espaço público é justo o fato de essa relação simbiótica ter diminuído ao longo do tempo. É preciso ir ao mercado para que ele permaneça e, de forma contraditória como disse Pintaudi (2006), para que os mercados permaneçam no contexto atual, muitos deles estão mudando.

Devido à impossibilidade de realizar pesquisa de campo durante a pandemia, a investigação sobre o mercado da Madalena foi baseada em análise teórica e dados secundários. O método quanti-qualitativo se mostrou eficaz quando revelou mudanças significativas no mercado, influenciadas pela transformação do bairro, que está passando por um processo de verticalização e mudanças socioculturais e econômicas. Essas transformações têm impactado negativamente o mercado público local. Além disso, o estudo reflete que as mudanças nos mercados públicos, como observado por Pintaudi (2006), estão relacionadas a uma transformação mais ampla na vida urbana e que a experiência do mercado público está sendo ressignificado pelos moradores, com algumas pessoas percebendo essas mudanças como um retorno ao passado.

Referências



ALBUQUERQUE, Mariana Zerbone Alves de. **Espaços livres públicos inseridos na paisagem urbana**: memórias, rugosidades e metamorfoses: estudos dos parques urbanos Treze de Maio, Recife-Brasil e do Tiergarten, Berlim-Alemanha. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco: Programa de Pós-Graduação em Geografia, Recife, 2006.

GASPAR, Lúcia. Madalena (bairro, Recife). Pesquisa Escolar Online, **Fundação Joaquim Nabuco**, Recife. Disponível em: . Acesso em: Fevereiro 2020.

GOMES, Paulo C. da Costa. O silêncio das cidades: os espaços públicos sob ameaça, a democracia em suspensão. **Cidades: Revista científica** / Grupo de Estudos Urbanos – Vol.1, n.1, 2004 – Presidente Prudente.

GOMES, Paulo C. da Costa. Espaços públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. In: CASTRO, Iná Elias de et al. (orgs.) **Olhares geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012, p. 19-39.

JACOBS, Jane. **Morte e vida nas grandes cidades**. Tradução Carlos S. Mendes Rosa. Revisão da Tradução Maria Estela Heider Carvalho. Revisão técnica Cheila Aparecida Gomes Bailão. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LACERDA, Norma. [et al]. **Lei dos 12 bairros**: contribuição para o debate sobre a produção do espaço urbano do Recife. Recife: Cepe, 2018.

NARCISO, Carla Alexandra Filipe. Espaço público: ação política e práticas de apropriação. Conceito e procedências. **Estudos e Pesquisa em Psicologia**, Uerj, RJ, ano 9, N.2, P. 265-291, 2º semestre de 2009.

PINTAUDI, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **Cidades: Revista científica** / Grupo de Estudos Urbanos – Vol. 1, n. 1, 2006 – Presidente Prudente.

RECIFE. Decreto Lei Nº 25.210 de 28 de abril de 2010. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a1/pe/r/recife/decreto/2010/2521/25210/decreto-n-25210-2010-dispoe-sobre-o-funcionamento-e-a-administracao-dos-mercados-publicos-centros-comerciais-e-equipamentos-especiais-de-comercializacao-do-municipio-do-recife>. Acesso em: Agosto de 2020.

RECIFE, **Mercado da Madalena**. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-da-madalena>. Acesso em: Agosto de 2020.

RECIFE. **Madalena**. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/servico/madalena>. Acesso em: Agosto de 2020.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.