

## **Territórios mercantis e centralidades urbanas: uma análise comparada dos mercados públicos de alimentos em São Paulo (Brasil) e Santiago (Chile)**

**Fábio Molinari Bitelli** 

Universidade de São Paulo  
São Paulo, São Paulo, Brasil  
*[pibitelli@yahoo.com.br](mailto:pibitelli@yahoo.com.br)*

**Júlio César Suzuki** 

Universidade de São Paulo  
São Paulo, São Paulo, Brasil  
*[jcsuzuki@usp.br](mailto:jcsuzuki@usp.br)*

### **RESUMO**

Este artigo analisa, em perspectiva comparada, os mercados públicos de São Paulo (Brasil) e Santiago (Chile) como territórios mercantis e centralidades urbanas resilientes na América Latina. A partir de uma abordagem histórico-cultural e territorial (período de 1850 a 2021), fundamentada em pesquisa qualitativa com análise documental, observação empírica e mapeamento espacial, investiga-se como esses espaços articulam práticas tradicionais de comércio, redes de circulação, relações de poder e identidades locais. Os resultados evidenciam que os mercados públicos são espaços de produção social do território, tensionando tradição e modernidade, público e privado, local e global. A análise reforça o papel desses mercados como instituições sociais que resistem às transformações urbanas contemporâneas, contribuem para a consolidação de redes locais de abastecimento alimentar e para a estruturação de centralidades urbanas em seu entorno.

**PALAVRAS-CHAVE:** abastecimento de alimentos; territorialização; centralidade urbana.

## INTRODUÇÃO

Os mercados públicos de alimentos constituem espaços centrais na configuração das cidades latino-americanas, atuando como núcleos de abastecimento, sociabilidade e identidade cultural. Em meio às transformações urbanas, à expansão do capital varejista e às dinâmicas migratórias contemporâneas, esses espaços resistem como territórios, nos quais se articulam práticas tradicionais de comércio, relações de confiança e expressões culturais diversas.

Essa configuração específica — entendida como territórios mercantis constituídos a partir dos mercados públicos — pode ser interpretada como um processo de territorialização, no qual diferentes grupos sociais se apropriam de fragmentos do espaço urbano e, por meio de práticas cotidianas, constroem redes de circulação de mercadorias e pessoas, estabelecem relações de poder e produzem vínculos identitários associados a esses lugares. Nesse sentido, os mercados públicos não atuam apenas como equipamentos de abastecimento, mas também como núcleos de sociabilidade e de organização espacial do comércio urbano.

Ainda no contexto das transformações urbanas contemporâneas, observa-se a emergência de novas centralidades vinculadas à reestruturação das cidades e à expansão de grandes superfícies comerciais. Tais centralidades são frequentemente produzidas pela atuação de diferentes agentes econômicos e institucionais, articulados à racionalidade do capital e aos processos de reorganização das atividades urbanas (Silva; Teixeira; Sposito, 2021).

As feiras livres e os mercados públicos representam, historicamente, formas de organização do abastecimento alimentar que estruturam e contribuem para a produção do espaço urbano. Desde os tempos medievais, as feiras foram responsáveis por articular a produção agrícola com os centros urbanos, promovendo a circulação de mercadorias e pessoas. Dessa forma, as feiras contribuíram decisivamente para a formação de comunidades e cidades. Na América Latina, essas práticas foram incorporadas ao processo de urbanização, sendo fundamentais para a constituição de centralidades comerciais e para a reprodução da vida na cidade.

A fixação permanente dos mercados públicos nas regiões centrais das cidades, como distribuída em São Paulo e Santiago, reforça seu papel estruturante no território urbano. Esses espaços não apenas garantem o abastecimento alimentar, mas também funcionam como pontos de encontro, trocas culturais e expressão de identidades locais. A permanência física dos mercados e a continuidade das práticas comerciais tradicionais contribuem para

a manutenção de vínculos sociais e para a produção simbólica do espaço urbano, mesmo diante das pressões da modernização e da mercantilização.

Este estudo tem como objetivo analisar a formação de territórios mercantis a partir dos mercados públicos de alimentos nas cidades de São Paulo e Santiago, em perspectiva comparada, considerando os processos históricos de formação, fixação e permanência desses equipamentos urbanos entre o final do século XIX e o início do século XXI. A pesquisa foi estruturada em quatro eixos metodológicos principais, triangulados para uma compreensão abrangente dos processos de territorialização mercantil:

- Levantamento histórico: análise de documentos oficiais, mapas antigos, registros institucionais e fontes bibliográficas que contextualizam a formação dos mercados públicos nas duas cidades. As fontes consultadas incluem acervos presenciais e digitais do Arquivo Público do Estado de São Paulo e da Biblioteca Nacional do Chile (Memoria Chilena);
- Análise documental: estudo sistemático de legislações, decretos municipais, estatutos constitutivos (ex.: Estatuto La Vega Central, 1911) e reportagens de jornais (ex.: jornal O Estado de São Paulo) que evidenciam os processos de territorialização, institucionalização e transformações urbanas associadas aos mercados;
- Observação de campo: realização de, ao menos, dez visitas em diferentes dias da semana e horários com observação *in loco* aos Mercados Kinjo Yamato e La Vega Central (entre 2018-2022), do tipo não participante e guiada por roteiros (associados às categorias analisadas neste estudo), com registros fotográficos autorais focados nas práticas comerciais cotidianas, configuração espacial, dinâmicas de sociabilidade e presença de grupos sociais diversos;
- Mapeamento espacial: a análise territorial foi complementada pela elaboração de mapas temáticos no software on-line QGIS 2.0, utilizando bases cartográficas públicas e imagens históricas para identificar a localização dos mercados, os núcleos comerciais adjacentes e as centralidades comerciais de alimentos formadas em seu entorno.

A adoção desses quatro eixos metodológicos buscou articular dimensões históricas, espaciais e socioculturais dos mercados públicos, permitindo compreender simultaneamente sua formação territorial, suas práticas cotidianas e suas transformações urbanas. A triangulação metodológica das abordagens viabilizou analisar de que modo esses espaços se consolidam como territórios mercantis resilientes, articulando dimensões econômicas,

sociais, culturais e simbólicas em uma perspectiva histórico-territorial. Tal procedimento analítico permitiu observar não apenas a organização interna desses equipamentos urbanos, mas também as relações que estabelecem com o entorno e com os processos de produção do espaço urbano.

O referencial teórico fundamenta-se nos estudos sobre território e territorialização, especialmente nas contribuições de Raffestin (1993), Saquet (2007, 2015) e Carlos (2017), que compreendem o território como produto da ação social e das relações de poder que se materializam no espaço por meio de redes, centralidades e identidades. Essa abordagem dialoga também com autores como Schneider (2016), Robles (2014) e Pintaudi (2006), que interpretam os mercados públicos como instituições sociais e culturais, nas quais práticas econômicas, formas de sociabilidade e tradições alimentares se articulam à dinâmica urbana.

Nessa perspectiva, os mercados não apenas organizam o abastecimento alimentar das cidades, mas também atuam como espaços de convivência, memória e permanência social. Nas cidades de São Paulo (Brasil) e Santiago (Chile), essa dinâmica se manifesta de forma expressiva nos casos do Mercado Kinjo Yamato e do La Vega Central, que se consolidaram historicamente como centralidades urbanas multifuncionais, articulando comércio tradicional, diversidade cultural e a presença de grupos sociais frequentemente marginalizados nos processos de reestruturação urbana.

Os resultados indicam que, em ambas as cidades latino-americanas, os mercados públicos operam como territórios mercantis capazes de manter e reconfigurar práticas comerciais tradicionais, ao mesmo tempo em que se adaptam às dinâmicas contemporâneas de urbanização, migração e consumo. A análise evidencia, assim, tensões permanentes entre tradição e modernidade, público e privado, bem como entre escalas locais e processos globais, revelando o papel desses mercados na produção social do espaço urbano e na constituição de centralidades que persistem e se transformam ao longo do tempo.

## **DAS FEIRAS AOS MERCADOS: ABASTECIMENTO URBANO E COMÉRCIO TRADICIONAL DE ALIMENTOS**

As feiras livres e os mercados públicos integram um referencial sociocultural, funcionando simultaneamente como espaços comerciais para produtos típicos e como espaços de convivência onde se estabelecem relações sociais. Muitos mercados urbanos originaram-se de feiras livres que se perpetuaram, materializando-se em construções permanentes. O abastecimento ali-

mentar nas cidades sempre foi fundamental para a origem e reprodução do espaço urbano. Enquanto espaço socialmente construído e uma dicotomia de tradição e modernidade, a feira livre prevalece na dinâmica do urbano desde as cidades provincianas até aquelas dotadas de serviços e comércio.

A manifestação das feiras colaborou notavelmente para a regularidade na oferta de gêneros alimentícios, que poderiam ser postos à venda a partir do saber prévio de sua necessidade em determinada região, para a segurança no trânsito de pessoas e de mercadorias, para a comunicação e para possibilitar a convivência local, de modo a viabilizar o surgimento de comunidades e cidades. Portanto, a sua importância abrange também a oferta de trabalho, de sociabilidade, de intercâmbio e de transformação cultural em diversos ramos de atividade.

Importa ainda indicar que, durante as transformações da sociedade feudal europeia, entre os séculos X e XI, é possível encontrar a origem das feiras, as quais chegaram ao século XXI na forma como são conhecidas hoje, atravessando séculos e continentes (Junqueira; Peetz, 2015).

A intensificação dos processos de aglomeração de pessoas nos burgos, à época nascente, virá a impor necessidades de profundas alterações não apenas nos sistemas de produção agroalimentar, mas também na organização de novos circuitos de abastecimento e distribuição de gêneros. Com isso, a paisagem será alterada por novos campos agrícolas, florestas inteiras serão derrubadas e os burgos serão tomados por novos mercados e profissões relacionadas aos atos e às funções alimentares. Trata-se do início da transposição de uma economia típica de subsistência para uma economia de mercado, embora uma não venha a substituir a outra nem completa, nem imediatamente (Junqueira; Peetz, 2015, p. 21).

Em sintonia com essa análise, desde uma perspectiva histórica, as feiras passaram a assumir a forma concreta dos mercados enquanto espaço de prática comercial, para onde os camponeses levavam os seus excedentes para serem trocados ou vendidos (Schneider, 2016). Guàrdia, Fava e Oyón (2010) argumentam que os mercados representavam as novas construções, que tinham o objetivo de concentrar e regular, a partir de espaços fechados, cobertos e organizados, as atividades comerciais que invadiam as praças e ruas de maneira desordenada. Por essa razão, as novas edificações buscaram a ordem urbana e a regulação das funções comerciais ao oferecerem maiores elementos de higiene para o seu desenvolvimento.

O comércio e o abastecimento alimentares são elementos que estruturam a cidade; fomentam a economia urbana e também desenvolvem o lugar e os sistemas de relações. Os edifícios dos mercados são, por excelência, as estruturas que alimentam compõem a organização da cidade (Guàrdia; Fava; Oyón, 2010 p. 620).

Na era pré-moderna, para Schneider (2016), a relação entre os agricultores e os mercados foi de estranhamento, uma vez que, neste período, estavam submetidos às relações de servidão. Entretanto, com a crise dos regimes feudais, a relação dos agricultores com os mercados passou a ocorrer via Cidades-Estado.

O excedente produtivo, que antes era confiscado em nome do direito de uso da terra, passou a ser trocado ou vendido para comunidades vizinhas e pequenos burgos emergentes, que necessitavam de comida para se abastecer, e, em troca, os camponeses compravam manufaturas. Ir ao mercado ou fazer a venda/ troca de seus produtos significava para muitos camponeses fazerem algo estranho ao seu cotidiano, uma vez que seu saber-fazer era arar a terra e criar animais, entendiam muito pouco de comércio, pois a ampla maioria também era analfabeta (Schneider, 2016, p. 106).

Ao contextualizar a importância dos mercados para a Antiguidade, Pintaudi (2006) relata que, em todas as culturas, essa forma de troca de produtos e a sua realização periódica ou perene era praticada em local definido e dependia das mercadorias que ali se trocavam, da necessidade de se efetivar a troca com certa frequência, da possibilidade de trânsito nos diferentes momentos históricos e da sua relevância para o abastecimento da cidade e região de abrangência. Já Montanari (2015) registra a permanência dos mercados à luz de diversos aspectos, sobretudo, mediante a disponibilidade e a diversidade de produtos de múltiplas origens:

[...] Roma é celebrada pelos escritores da época imperial como o maior empório do mundo, onde todos os produtos 'locais' estão simultaneamente presentes, com a maior variedade possível de ofertas, que visa exatamente superar a dimensão local e ultrapassar o território. Essa cultura sincretista significa, justamente, que a mesa é um lugar potencialmente universal: de acordo com as possibilidades de cada um – da mesa do imperador, descendo aos poucos a escala social –, o objetivo primário continua sendo reunir todo tipo de produto, todo tipo de lugar naquele mágico lugar central que é a mesa posta. Na Idade Média, o mercado de Bolonha ou de Milão faz falar de si não tanto porque ali se encontrem alimentos 'locais', mas por sua capacidade de se definir como lugar de troca inter-territorial, inter-regional, internacional. O Mercado de Paris durante séculos se organizou do mesmo modo e viveu sob a mesma imagem (Montanari, 2015, p. 136-137).

Os mercados de abastecimento, que hoje são reconhecidos em todo o mundo, são espaços sociais e comerciais cada vez mais resilientes, que se resignificam colocando em prática diferentes estratégias comerciais e sociais. Muitas dessas estratégias passam por rearranjos desde a oferta comercial até a transformação de fatores demográficos, urbanos e socioeconômicos de idade, gênero, etnia-nacionalidade, nível socioeconômico da população

residente nos bairros de influência e, inclusive, de fatores ecobiológicos dos ecossistemas agrícolas urbanos (Robles, 2014).

Diante disso, pode-se estabelecer o mercado como uma instituição social baseada em relações interpessoais de confiança entre comerciante e cliente e que promove um fluxo de troca de conhecimentos, valorizando os produtos alimentares frescos e, geralmente, com maior proximidade entre o local de venda e de produção (em comparação com as grandes cadeias e indústrias agroalimentares). Esses elementos definiriam o que Robles (2014) chama de “cultura de mercado”, uma cultura que sublinha a importância de alimentos frescos de qualidade e a interação social entre produtor, comerciante e consumidor. Nessa linha, Guárdia, Fava e Oyón (2010, p. 621) afirmam que “Consumo e segurança são, assim, fatores primordiais na base do contrato social que estimula o desenvolvimento da cidade”. Nesse sentido, as relações tradicionais de comércio são abordadas por Pintaudi (2006) como diferencial:

Os mercados públicos, formas ainda presentes na paisagem urbana, estão procurando gerar uma imagem de “tradição” (onde os novos fregueses podem simular um comportamento “tradicional”). Nesse local, que poderia ser considerado desprovido do conforto moderno oferecido por outros empreendimentos de comércio de alimentos, o ato de comprar e vender os produtos da terra faz com que as pessoas “se sintam” mais próximas a ela e busquem identificação com o lugar, já que ele permanece naquele sítio há algum tempo. Paralelamente, numa sociedade que sujeita tudo ao econômico, essa “tradição” é capturada e a exploração continua através da cultura. (Pintaudi, 2006, p. 98).

Os conceitos de comércio moderno e comércio tradicional também estão se tornando difusos e imprecisos. Além das diferenças estruturais e organizacionais, a mobilidade urbana também constitui elemento central nessa distinção. Enquanto supermercados modernos dependem frequentemente do deslocamento motorizado e da lógica do consumo concentrado, os mercados públicos permanecem articulados a fluxos pedonais, transporte coletivo e circuitos cotidianos de proximidade. A própria classificação de hipermercados, assentada em número de caixas de pagamento e/ou metragens de área comercial, pode deixar de fazer sentido com o crescimento do comércio eletrônico de pronta entrega, uma vez que as atividades de varejo alimentar (quitandas, açougues e panificadoras) foram assimiladas pelos supermercados e não prosperaram como estabelecimentos independentes (Cunha; Campos, 2022).

O poder de mercado é apropriado majoritariamente pelo supermercado, que compete apenas com estabelecimentos de mesmo porte. Por outro lado, os

mercados “tradicionais”, que reúnem diversos comerciantes com porte comercial e produtos similares em competição ou produtos complementares, dividem entre si os ganhos de atração de consumidores dados pela marca ou tradição do mercado. Nestes casos, o ponto comercial (visibilidade e facilidade de acesso) agrega valores e ganhos diferenciais para os comerciantes (Cunha; Campos, 2022, p. 92).

O contraste entre o comércio tradicional e moderno fica evidente na observação de numerosos mercados públicos. Esses espaços apresentam características como manutenção limitada, níveis baixos de higiene, corredores estreitos em condições precárias, falta de infraestrutura para conservação de perecíveis e ausência de estacionamento. Ao contrário de estabelecimentos modernos, como os supermercados, que possuem equipamentos informatizados, amplos corredores pelos quais os consumidores podem trafegar com o conforto de um carrinho que carrega a mercadoria desejada, espaços higiênicos, iluminados e ventilados com amplo portfólio de produtos que permite ao consumidor adquirir uma gama de itens sem ter de se deslocar a diferentes estabelecimentos.

### **O mercado Kinjo Yamato em São Paulo (Brasil)**

Entre os séculos XIX e XX, São Paulo experimentou crescimento acentuado, período coincidente com a fixação dos mercados urbanos. Nesse sentido, entende-se que a cidade ainda não superou suas perdas patrimoniais, haja vista as renovações urbanísticas, que abandonaram parte da história e da possibilidade da leitura cultural nesses espaços. Essas alterações serão apresentadas a seguir.

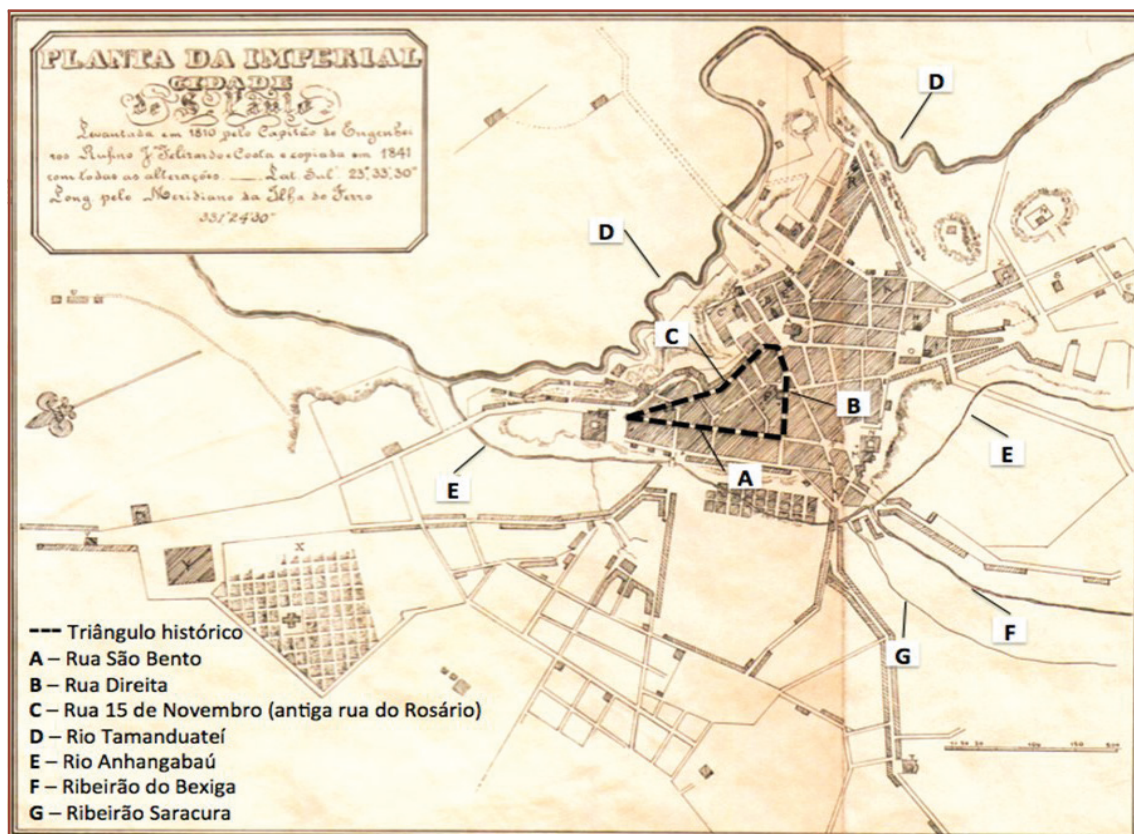
O sistema público de abastecimento de São Paulo é composto por dois tipos de equipamentos: mercados a céu aberto (feiras livres) e mercados cobertos (mercados municipais). A diferença entre eles se manifesta pela apropriação do tempo e do lugar (Silva; Vargas, 2020, p. 119).

O surgimento de mercados públicos ocorre somente a partir da segunda metade do século XIX, com o avanço da urbanização, por meio da construção de mercados municipais de grande porte nas grandes cidades. Gradativamente, os antigos mercados municipais foram desativados ou substituídos por outros equipamentos de abastecimento. O primeiro mercado público da cidade de São Paulo teve suas obras iniciadas no ano de 1859 e localizava-se no cruzamento das Ruas 25 de Março e Rua Municipal (atual Rua General Carneiro), na região da Várzea do Tamanduateí. O estabelecimento foi inaugurado apenas em 1867, era caracterizado por sua forma de instalação como “Praça do Mercado” e era composto por um pavilhão es-

treito e longo, bem como por um pátio amplo. Em 1907, foi demolido para a construção de um novo mercado, o qual também foi demolido poucos anos depois (Reis Filho, 1994).

Os mapas de meados do século XIX (como o reproduzido na Figura 1) revelam uma expressiva quantidade de rios e córregos que serpenteavam o território de São Paulo, marcando a paisagem e facilitando a presença de tropeiros. As margens descampadas do rio Tamanduateí (Várzea do Carmo) favoreciam o trânsito e o estacionamento de animais, cuja carga trazia mercadorias para o comércio na cidade (Manzoni, 2019). Tão logo se percebe, portanto, que as práticas comerciais de alimentos se estabeleceram às margens do rio e nas proximidades do triângulo histórico (local de origem da vila denominada São Paulo).

**Figura 1** – Planta da cidade de São Paulo em 1810, com destaque para o triângulo histórico e para os rios e córregos



Fonte: legenda e indicações elaboradas pelos autores (2019) a partir da Planta da Imperial Cidade de São Paulo (1810 [copiada 1841]) do Arquivo Público de São Paulo.

Era então próximo ao rio Tamanduateí, precisamente na várzea do Carmo, que se situavam os primeiros mercados públicos, o Mercado Grande (ou 25 de Março) e, anexo a ele, o Mercado dos Caipiras, cujo entorno também era ocupado por certa movimentação comercial (figura 3).

**Figura 2** – Fotografia do primeiro Mercado Municipal da rua 25 de Março



Fonte: Instituto Moreira Salles. Fotografia de Marc Ferrez (c. 1880).

**Figura 3** – Várzea do Carmo e o Mercado Caipira, década de 1890



Fonte: Acervo Instituto Moreira Sales (IMS). Fotografia de Guilherme Gaensky (c. 1890).

O universo e o perfil tanto das feiras livres como dos mercados públicos em São Paulo ganharam contornos distintos com o decorrer do tempo, mas essas instalações não deixaram de ocupar os espaços de comercialização de produtos do sistema agroalimentar (CUNHA; CAMPOS, 2022). Tal característica de entreposto, no qual se comercializavam principalmente produtos agrícolas, ao longo do desenvolvimento histórico do abastecimento de alimentos, era predicado de áreas externas à localização dos mercados mu-

nicipais. A título de exemplo, é possível citar o caso do Mercado dos Cai-piras, localizado ao lado do Mercado Grande (início do século XX), em que se concentravam, ao ar livre, grupos de comerciantes, pequenos sitiantes e chacareiros, produtores de gêneros de primeira necessidade. Esse espaço, conforme Manzoni (2019, p. 29), “se configurava como território popular e espaço de sobrevivência, sobretudo para trabalhadores de origem nacional”.

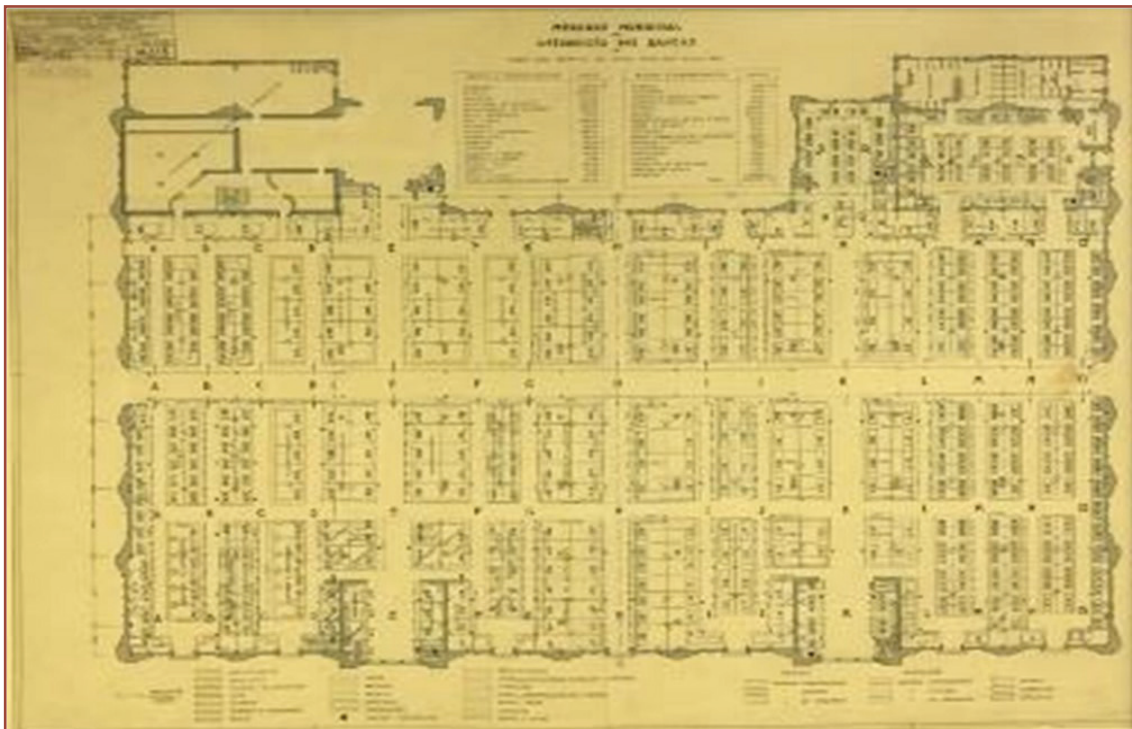
A região, então permeada por um trajeto fluvial, contava com pequenos portos e trapiches, utilizados como parada, repouso dos viajantes e acomodação de cargas. Entre esses, o mais importante se fixava na rua 25 de Março, próximo à travessa do Porto Geral, local que direcionava a maior parte dos produtos agrícolas, fazendo com que a região fosse associada à distribuição e abastecimento. “Lá foi construído o primeiro mercado da cidade, que seria reconstruído no século XIX [...] O atual Mercado Central de São Paulo seria inaugurado apenas em 1933” (Pontes; Mesquita Filho, 2003, p. 142). Essas alterações apontavam a transferência do comércio de gêneros alimentícios para fora do triângulo histórico.

**Figura 4** – Vista geral do terreno livre, durante o processo de construção do Mercado Municipal, em 1927



Fonte: Arquivo Público Municipal de São Paulo.

**Figura 5** – Fotografia da planta baixa com a distribuição das bancas – projeto do escritório Ramos de Azevedo para o Mercado Municipal (1923)



Fonte: fotografia dos autores (2018). Documento disponível no Arquivo Público de São Paulo.

**Figura 6** – Reportagem de capa sobre a inauguração do Mercado Municipal (Mercadão), em 1933



Fonte: Acervo Estadão. Disponível em: <https://fotos.estadao.com.br/galerias/acervo,sao-paulo-construcao,42407>.

Sobre a construção do Mercado Municipal (figura 4), importa destacar que houve um esforço tanto da municipalidade quanto dos demais interessados em continuar seguindo a estratégia de reconstrução e de renovação da cidade, imprimindo-lhe personalidade arquitetônica, mesmo que de modo descolado dos movimentos estéticos mundiais da época. Essa era uma característica dos projetos do escritório Ramos de Azevedo (figura 5) e diz respeito, mais precisamente, à expansão do centro histórico para fora do triângulo originário.

O refinamento e a dimensão do projeto do novo Mercado Municipal escancararam o motivo pelo qual a obra demandava um longo período para a conclusão. Indica-se na figura 4 a área destinada à edificação durante o processo de construção em 1927, bem como a dimensão da planta interna apresentada na figura 5. O espaço foi inaugurado somente em 1933 (figura 6), conforme noticiado na época.

Diante do advento do novo Mercado Municipal, inicia-se a história do Mercado Municipal Kinjo Yamato, o qual pode ser considerado um anexo daquele primeiro, que, porém, tinha o objetivo de abrigar os pequenos produtores rurais, os quais até então trabalhavam no Mercado dos Caipiras ou em seu entorno. Ele foi retratado como um “pequeno pavilhão” localizado ao lado do Mercado 25 de Março e tornou-se conhecido graças à comercialização de frutas, legumes e verduras provenientes dos campos onde trabalhavam imigrantes japoneses. “Como complemento de renda, esses imigrantes traziam os produtos que sobravam da colheita para vendê-los no centro da capital paulista de maneira informal” (Reis Filho, 1994, p. 122).

A mensagem do Prefeito Fábio da Silva Prado (Gestão 1934-1938) fornece evidências importantes para identificar a localização atual do Mercado Kinjo Yamato, publicada oficialmente pelo Departamento de Cultura de São Paulo, em 1936, direcionada à Câmara Municipal de São Paulo, por meio da qual ele discorre, especificamente sobre “Entrepasto de Gêneros”, o seguinte:

Provisoriamente no antigo Mercado Municipal, à rua 25 de Março, esquina da rua General Carneiro, o novo entreposto está sendo construído em terreno amplo, há pouco adquirido e situado mesmo em frente do Mercado Central, com uma área aproximada de cinco mil metros quadrados. Constituiu necessidade premente a instalação do entreposto de verduras e fructas em local mais próximo do Mercado Municipal. Funcionando afastado era causa de sérios prejuízos não só para os mercadores, como para o público (São Paulo, 1936, p. 120).

Com relação ao termo “Entrepasto Municipal”, Silva (2017, p. 169) chama a atenção para a norma de 1933 – a qual deu regulamento à Intendência Geral dos Mercados, que era a polícia que atuava, por vezes, em conflito com a

Vigilância Sanitária – promulgada somente em 1935 como regulamento nomeado “Entrepasto Municipal de Gêneros”, a qual sugeria um equipamento direcionado ao comércio atacadista.

Nesse mesmo ano, existiam dois entrepostos ativos, um junto ao Mercado de Pinheiros e outro junto ao Mercado Municipal. Quando informações a respeito desse último são consideradas, é possível inferir uma origem para o Mercado Kinjo Yamato:

Localizado na Rua da Cantareira, 377, em frente ao então ‘novo Mercado Municipal’, foi inaugurado em 11 de novembro de 1936. Destinava-se à venda de verduras, legumes, aves, ovos, cereais e carvão [...]. Foi construído num terreno com área de 4.950 m<sup>2</sup>, tendo três acessos e uma área construída total de 5.517 m<sup>2</sup> (Silva, 2017, p. 169).

Geograficamente, a região indicada estava próxima à formação fluvial de São Paulo, enquanto vila e cidade, até a segunda metade do século XIX e servia às vantagens de transporte. Posteriormente, devido ao crescimento e à urbanização precários, ressaltou-se tal localização como um problema, em decorrência dos alagamentos ocasionados pela cheia do rio (figura 7). A solução encontrada, na primeira metade do século XX, foi a implantação de um grande projeto viário, que culminou na (re)construção do complexo de abastecimento da rua da Cantareira e na canalização do rio Tamanduateí que viria a acontecer somente décadas mais tarde (figura 8).

**Figura 7** – Enchente no rio Tamanduateí registrada na Rua da Cantareira (década de 1930)



Fonte: Museu da Pessoa (2016, p. 77).

**Figura 8** – Obras de canalização do rio Tamanduateí na altura do Mercado Municipal, em 1969



Fonte: Acervo Estadão. Disponível em: <https://fotos.estadao.com.br/galerias/acervo,sao-paulo-construcao,42407>.

Um dos núcleos comerciais que surgiram após a fixação dos mercados Municipal Paulistano e Kinjo Yamato foi o conjunto comercial (conhecido como Zona Cerealista), onde a oferta era principalmente de grãos a partir dos anos 1920. Insumos que ingressavam na capital por via férrea na Estação do Pari e eram negociados ao ar livre. A prática era impulsionada pela criação da Bolsa de Cereais de São Paulo, Centro do Comércio de São Paulo (Museu da Pessoa, 2016). O perfil do comércio tradicional - a granel - permanece, no entanto, sendo praticado em lojas cada vez mais sofisticadas e consolida-se como comércio de gêneros alimentícios:

Nos anos 1940, o complexo conhecido como Zona Cerealista já estava formado: Largo do Pari, Rua Paula Souza, zona da Rua Santa Rosa e Mercado Municipal. A organização dos comerciantes e as transações financeiras eram então asseguradas pelo Sindicato e pela Bolsa de Cereais, atuando como parceiros e vizinhos. As mercadorias chegavam no Pari através do trem e várias carroças iam buscá-

las, para serem estocadas nos armazéns ao lado e depois distribuídas cidade a fora pelas feiras livres que lotavam as ruas dos bairros. Muitos comerciantes transitavam por seus diversos negócios: eram feirantes, vendedores do Mercadoão ou donos de armazéns na Santa Rosa e Paula Souza, demonstrando a consistência desta nova forma de abastecimento da cidade (Museu da Pessoa, 2016, p. 38).

O abastecimento alimentar urbano brasileiro foi marcado, nos anos 1980, pela retração do sistema público de abastecimento até então sustentado pelas centrais de abastecimento e pela rede de comércio tradicional, essa última “representada pelos mercados municipais, feiras livres, empórios e armazéns, mercearias, açougues e padarias, e assemelhados”. Entretanto, durante o período de transição, o problema da insegurança alimentar foi identificado como uma desproporção entre a demanda e a disponibilidade limitada de alimentos (Júnior; Pinto; Leda, 2016, p. 67).

Em relatório de pesquisa publicado em 1983 pelo Instituto de Economia Agrícola (IEA), ligado à Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, é possível verificar que a região denominada Zona Cerealista era formada por “uma população geograficamente concentrada e relativamente heterogênea decorrente, em especial, da diversidade de produtos comercializados” (IEA, 1983, p. 2). Além disso, ela abarcava cerca de um quarto dos estabelecimentos atacadistas de alimentos do estado de São Paulo, acusando a importância do segmento, tanto pelo volume de produtos transnacionais em relação ao total comercializado na capital, quanto (e principalmente) por centralizar a distribuição de gêneros alimentícios *in natura*, oriundos do interior deste mesmo estado para outros estados, bem como a de produtos importados e para a exportação.

A concentração das práticas comerciais naquele território sempre foi motivo de preocupação do poder público, que já previa a construção do Terminal Atacadista de Gêneros Alimentícios da Grande São Paulo desde a década de 1940. A alteração justifica-se devido à geração de uma “série de problemas aos estabelecimentos e seus usuários” (IEA, 1983, p. 1):

Como vantagens, o Terminal permitiria centralizar o comércio em modernas e adequadas instalações e melhorar o nível de compras e vendas em escala, as condições de movimentação das mercadorias, os controles estatísticos, as condições de transporte, carga e descarga, bem como diminuir gastos, especialmente de combustíveis (IEA, 1983, p1).

Porém, o interesse municipal recai também sobre maior controle econômico das transações e dos espaços urbanos centralizados. Ademais, o município buscava continuidade às renovações e ressignificações intrínsecas e conhecidas ao longo da história urbana paulistana.

[...] era papel do Estado, antes da entrada do grande capital na área comercial da distribuição de gêneros de primeira necessidade – caso dos gêneros alimentícios –, garantir certa estabilidade de preços e de oferta de mercadorias em meio à miríade de estabelecimento comerciais que realizavam a circulação de toda ordem de produtos. No caso dos gêneros alimentícios e de primeira necessidade, o Estado construía mercados públicos cujos espaços internos eram alvo de concorrência pública para definição de quem poderia ocupá-los para realizar as vendas (atacado e varejo) (Pintaudi, 2018, p. 172).

**Figura 9** – Fachada do Mercado Kinjo Yamato, entrada no cruzamento das ruas Carlos de Sousa Nazaré e Barão de Duprat



Fonte: os autores (2018).

**Figura 10** – Corredor da entrada principal Kinjo Yamato



Fonte: os autores (2018).

O Mercado Kinjo Yamato (também apontado como Mercado da Cantareira) foi inaugurado em 1936 com o formato e funcionamento atuais (figuras 9 e 10). Ele permanece como entreposto no fornecimento de alimentos frescos provenientes da agricultura e atende tanto na modalidade varejo quanto atacadista para os consumidores domiciliares e estabelecimentos de alimentação localizados principalmente em seus arredores (Vieira, 2004; Silva, 2017).

Em 2004, o Decreto Municipal nº 44.754 instituiu que juntos o Mercado Municipal Paulistano e o Mercado Kinjo Yamato constituem o Complexo de Abastecimento da Cantareira, descrito no parágrafo único:

Poderão ainda ser desenvolvidas, no Complexo ora criado, outras atividades direcionadas a seu público freqüentador, como a oferta de serviços diversos, principalmente no ramo da alimentação, além daquelas de caráter sócio-cultural, bem como eventos em geral (SÃO PAULO, 2004a).

Já durante o período desta pesquisa, foi efetivada a Proposta de Lei 367/2017, que previa a concessão de alguns bens municipais, incluindo alguns mercados públicos, entre eles o conjunto Mercadão e Kinjo Yamato. Com isso, o Mercado Municipal de São Paulo e o Mercado Kinjo Yamato começaram oficialmente a ser administrados pela iniciativa privada em 08 de junho de 2021.

O denominado “Consórcio Novo Mercado Municipal” é formado pelas empresas Brain Realty Consultoria Participações e o Fundo de Investimento Mercado Municipal e deverá investir cerca de 83 milhões de reais nos dois espaços nos 24 meses seguintes à concessão (contemplando reformas e restauros necessários, com o objetivo de manter e/ou recompor os projetos iniciais, norteados pelos órgãos de tombamento). Essa concessão terá duração de 25 anos e faz parte do plano de desestatização iniciado pela gestão municipal (2018-2021), que abarcou outros espaços públicos da cidade. Os anos posteriores à concessão do Complexo da Cantareira à iniciativa privada ficaram de fora do recorte temporal desta pesquisa, no entanto, essas transformações indicam um momento de transição institucional que ainda demanda acompanhamento para avaliar seus efeitos sobre a dinâmica social e econômica do mercado e embora ainda não seja possível avaliar plenamente os seus impactos o sobre as práticas comerciais e sociais do complexo, observam-se processos iniciais de requalificação física e ampliação do perfil turístico-gastronômico do espaço.

## O mercado La Vega Central em Santiago (Chile)

Em termos de sistemas de abastecimento, a cidade de Santiago possui um grande centro atacadista de distribuição de frutas e legumes (*Lo Valledor*), bem como um importante mercado de abastecimento, o *La Vega Central*, localizado

no centro da cidade e uma complexa e extensa rede de feiras livres localizadas principalmente nas comunas periféricas de Santiago (Barraza, 2010, p. 47).

**Figura 11** – Antiga ponte “De los carros”



Fonte: Biblioteca Nacional de Chile (s.d.). Disponível em: [www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl), acesso realizado em 11/07/2018.

**Figura 12** – Antiga ponte “De los carros”, em 1880, que viria a ser substituída pela ponte Cal y Canto



Fonte: Biblioteca Nacional de Chile (s.d.). Disponível em: [www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl), acesso realizado em 11/07/2018.

A reunião de comerciantes populares de *La Chimba* tem origem nos tempos coloniais, quando os agricultores estacionavam seus carros na *Cañadilla* para vender seus produtos. Desde a construção da ponte *Cal y Canto*, no século XIX (figuras 11 e 12), fornecedores e comerciantes se instalaram no seu acesso e rampas, área então caracterizada como espaço de consumo e

convívio, pois, além do comércio, havia bares, casas de jogo, bordéis e outros locais de sociabilidade popular: essa foi a origem do “*Vega del Mapocho*” mais tarde chamado de “*Vega Central*” (Álvarez, 2011).

**Figura 13** – Mercado popular às margens do rio Mapocho, em 1902



Fonte: Biblioteca Nacional de Chile (s.d.). Disponível em: [www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl), acesso realizado em 11/07/2018.

**Figura 14** – Carroças no Vega Central em 1912



Fonte: Biblioteca Nacional de Chile (s.d.). Disponível em: [www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl), acesso realizado em 11/07/2018.

Neste mesmo contexto, a cidade de Santiago sofreu significativas transformações, ao passar por alterações na região de *La Chimba*, onde se encontra o Mercado *La Vega* (figuras 13 e 14). Essas mudanças foram consequência da retificação do rio urbano Mapocho e da construção de diversas pontes que o transpõem. Além disso, foi possível perceber como esse processo impactou o cotidiano social, seja por facilitar a comunicação entre os dois lados (historicamente segregados), seja pela mobilização dos usuários e comerciantes a partir da publicação de um Estatuto que possibilitou a compra da área pelos sujeitos que ali praticavam atividades cotidianas e comerciais, o que, consequentemente, permitiu a sua fixação em detrimento dos planos do poder público.

O documento que, em 1911, institucionalizou o mercado e, possivelmente, desencadeou a sua construção e fixação legal foi o *Estatutos de la Sociedad Anónima "La Vega Central"*. Um trecho da introdução desse estatuto revela a sua motivação:

Esta Sociedad, que constitui o Mercado de La Vega, o único lugar aonde chegam os fornecedores de verduras, legumes e frutas, nasceu do desejo que os comerciantes da Vega e proprietários dos arredores deste Mercado tinham de não se afastar de uma localização tão central e comercial como o Vega Central, que havia dado vida e movimento a esse bairro, criando interesses transcendentais em seu entorno.

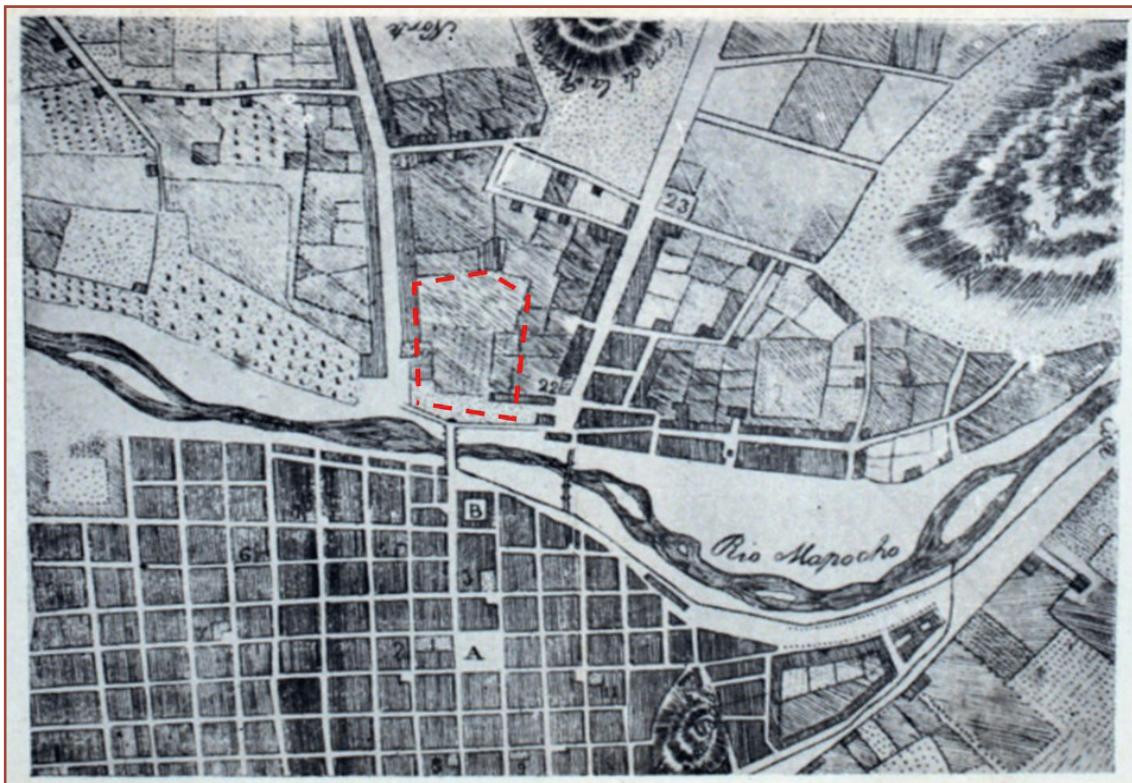
Os comerciantes da Vega Central, seus vizinhos e os donos das comunas de Independência e Recoleta, ameaçados em seus planos com a transferência deste estabelecimento, insinuaram a ideia de formar uma sociedade cooperativa, comprando-o e para o efeito chegaram a um acordo com a Dirección da Vega Frigorific Society, para que esta empresa facilite a operação e se desfaça deste negócio com a declaração solene de que haverá apenas uma única Vega, ou seja, a Vega Central na rua Salas i Andres Bello, comprada do Sr. Nicanor Marambio pela *Sociedad Frigorífica* (Vega Central, 1911, p. 4-5, tradução nossa).

Este documento surgiu no contexto de transformações urbanas que o poder público idealizava para o período. Em trinta páginas, explicitou-se a preocupação daqueles que participavam de seu cotidiano – o que demonstra o esforço coletivo voltado para a sua permanência –, pois ele apresenta seus acionistas, a importância da região para o abastecimento local, bem como todos os itens que um documento desse gênero demanda. O resultado disso foi a institucionalização do espaço.

O mercado popular *La Vega Central* ocupa galpões e armazéns à margem norte do rio *Mapocho*, entre os bairros *Cañadilla* e *Recoleta*. A sua construção iniciou-se em 1895 e a sua inauguração aconteceu em 1916 com o apoio do Estado para a finalização. Esse fato colaborou com o assentamento definitivo da feira popular que já ocorria nesse local.

Indicada na reprodução de um mapa do século XIX (figura 15), a proximidade da atividade comercial do outro lado do rio imprimiu marcas, principalmente como fronteira geográfica, entre “*la ciudad bárbara*”, forma como Márquez (2012, p. 29) descreve a região chamada *La Chimba*, e a outra parte da cidade de Santiago, localizada na margem oposta do rio e nomeada como “*la ciudad propia*” (cidade reconhecida/legítima).

**Figura 15** - Reprodução do mapa da cidade de Santiago de 1831, com destaque para o local onde eram realizadas as feiras



Fonte: elaborado a partir do desenho de Lavín (1947, p. 17).

Logo, a maneira de entender a cidade de Santiago perpassa a estrutura do bairro *Mapocho* que deu nome ao rio (hoje denominado *La Chimba*, parte da *Comuna Recoleta*), o qual se diferenciava do centro da cidade por seu perfil rural (conforme evidencia a figura 15). Nesse local, permaneciam aqueles que não participavam da vida social urbana. Por outro lado, Castillo Fernández (2008, p. 15) aponta que essas características ajudaram “a estabelecer o setor como uma espécie de eixo”, considerando que, em sua volta, havia a “chamada ponte dos carros”, onde passaram os vendedores ambulantes que vinham da antiga *Villa de Renca* (hoje uma comuna) com seus produtos, à margem sul, o mercado, aberto durante a década de 1860, bem como “casinhas, bares e bordéis” localizados precisamente nas ruas de *San Pablo*, *Puente* e *Bandera*.

A caracterização histórica da região de *La Chimba* como área de perfil rural não deve ser entendida apenas como oposição ao urbano. Trata-se, antes, de uma ruralidade urbana, marcada pela presença de agricultores, comerciantes e circuitos de abastecimento que conectavam diretamente a produção agrícola às práticas comerciais da cidade.

No que concerne às questões relacionadas ao rio Mapocho, a região de *La Chimba* e a história urbana da cidade, Castillo (2009) descreve suas alterações no final do século XIX, indicando a metropolização da cidade de Santiago:

Durante este período, o rio foi canalizado em seu trecho urbano – entre as ruas Pío IX e Manuel Rodríguez – incluindo a destruição da ponte Cal y Canto, bem como a construção de edifícios, pontes e parques públicos. Simultaneamente, o fim de uma longa faixa de despejos e a erradicação de milhares de habitantes de seus bancos centrais para outros setores. Este processo de modernização modificou drasticamente a imagem da cidade, bem como a conectividade entre o centro histórico - sul do rio - e a área de *La Chimba* - ao norte dela (Castillo, 2009, p. 46).

É também entre os anos 1887 e 1900 que uma série de projetos e construções são realizados pelo Ministério da Indústria e Obras Públicas. Dentre eles, incluem-se os projetos dos edifícios de comércio, como o Mercado *La Vega Central*. Essas obras somente foram possíveis devido à elevação dos terrenos depois da canalização do rio Mapocho (Castillo, 2009).

Nesse contexto, em Santiago, são iniciadas significativas transformações urbanas e a região de *La Chimba* passa por alterações decorrentes da retificação do rio Mapocho e da construção de outras pontes que o atravessam. Essas transformações alteraram significativamente as dinâmicas de circulação e sociabilidade urbana, especialmente por facilitar a comunicação entre os dois lados e, assim, expandir a urbanização para o setor antes segregado da cidade e que conservava aspectos rurais.

**Figura 16** - Entrada principal do Mercado La Vega



Fonte: os autores (2018).

**Figura 17** – Corredor Mercado La Vega Central

Fonte: os autores (2018).

Desde então, o Mercado *La Vega Central* (figuras 16 e 17) mantém-se como o principal entreposto de alimentos frescos da região central de Santiago, desempenhando papel estratégico no abastecimento da cidade. Além de sua relevância econômica, o mercado é amplamente reconhecido por diversos setores da sociedade como um espaço carregado de identidade local e popular. Sua permanência e vitalidade refletem não apenas a força das redes comerciais que o sustentam, mas também sua capacidade de incorporar práticas culturais, sociais e migratórias, consolidando-se como um território mercantil de resistência frente às transformações urbanas e às dinâmicas de exclusão que marcam a cidade contemporânea.

## RESULTADOS COMPARADOS: FORMAÇÃO DE CENTRALIDADE E TERRITÓRIOS MERCANTIS DE ALIMENTOS

A formação dos territórios mercantis em São Paulo e Santiago relaciona-se diretamente à fixação histórica dos mercados públicos nas regiões centrais, fundamentais para a organização do abastecimento alimentar e para a constituição das centralidades urbanas.

Os mercados analisados operam como nós de redes de circulação de alimentos que articulam produtores, atacadistas, comerciantes e consumidores em múltiplas escalas territoriais, tal como reforçado por Schneider (2016), os mercados são construções sociais que emergem da interação entre agentes econômicos, culturais e políticos, e sua consolidação está atrelada à produção social do espaço, no entanto, a centralidade urbana não deve ser com-

preendida apenas como localização física, mas como resultado de processos sociais que produzem fluxos, relações e significados no espaço urbano.

Nesse sentido, “a centralidade é um processo dinâmico que atua na organização socioespacial do urbano”, caracterizado pela capacidade de determinados lugares polarizarem fluxos e concentrarem atividades econômicas e simbólicas (Silva; Teixeira; Sposito, 2021). Para Vargas (2020, p. 12), a necessidade de criação ou de fortalecimento de centralidades ressalta a importância conferida nos Planos Diretores Municipais, à subdivisão entre o setor terciário e o de prestação de serviços, do ponto de vista das políticas urbanas. Esses planos descrevem os estabelecimentos de comando público ou privado (terciários) “como geradores de fluxos, ao atrair outros comércios e serviços espontaneamente, dão conta da criação ou do fortalecimento de centralidades”.

Conforme Mattos (2010), outra especificidade dessa metamorfose urbana é a formação de múltiplas centralidades a partir da concentração territorial de atividades externas à recreação e gastronomia, que, por vezes, incluem hotéis e outros equipamentos de hospitalidade. Em muitos casos, essas áreas significaram a reconversão e a reativação de alguns bairros ou áreas que vinham perdendo importância até o momento em que encontraram esse novo destino. “Exemplos como Condesa na Cidade do México, Vila Madalena em São Paulo, Palermo Soho e Palermo Hollywood em Buenos Aires, Bellavista em Santiago, Plaza Fochs em Quito” (Mattos, 2010, p. 98).

No que diz respeito a essa tendência, que ganhou importância na organização e no funcionamento dessas cidades, Bell (2005) destaca que os espaços e hábitos alimentares da cidade são orientados pelo status social e traçados de várias formas na disposição espacial. Ao refletir sobre a permanência de grupos étnicos, o autor indica:

[...] as forças territoriais do desenvolvimento urbano são transformadas em zonas do gosto de forma tão precisa quanto os mapas da classe social dos distritos residenciais da cidade. Os chamados bairros étnicos servem de exemplo para esse processo. O estabelecimento de comunidades de imigrantes nas cidades resulta frequentemente na formação de agrupamentos, guetos e regiões, Little Italies e Chinatowns. Esses distritos marcam simultaneamente o desejo de familiaridade em uma cidade estranha e as práticas de exclusão que mantêm grupos sociais confinados (Bell, 2005, p. 28-29).

A análise territorial proposta por Saquet (2007, 2015) permitiu compreender esses processos como resultado da apropriação social de fragmentos do espaço urbano, mediada por relações sociais, redes de circulação, identidades locais e relações de poder. A multiescalaridade, as continuidades e des-

continuidades históricas, e o caráter simbólico-cultural dos mercados foram analisada como categorias e contribuíram para entender sua consolidação como territórios mercantis.

Quadro 1: Aplicação das categorias de território de Saquet (2007) nas áreas pesquisadas

Categorias de análise definidas por Saquet (2007)	Mercado Kinjo Yamato - São Paulo (Brasil)		Mercado <i>La Vega Central</i> - Santiago (Chile)	
	Práticas	Características	Práticas	Características
(a) multiescalaridade	Fixação populacional e grupos (i)migrantes; Práticas mercantis de alimentos desde a fundação da cidade; Dinâmicas infra-estrutura urbana.	Centro de origem da cidade; Confluência de comunicação; Formação de centralidade.	Alterações dos grupos imigratórios e nas formas de comércio.	Bairro <i>La Chimba</i> do outro lado do rio Mapocho (segregação espacial); Divisa entre o rural e o urbano (até século XX).
(b) descontinuidades ou mudanças e continuidades ou permanências	Fixação do comércio de alimentos frescos; Expansão para alimentos secos (Zona Cerealista); Alternância entre varejo e atacado.	Sobreposição do rio Tamanduateí por vias expressas para automóveis; Manutenção da centralidade; processo de concessão para a iniciativa privada.	Presença de rede (i)migratória de latino-americanos para o trabalho; Principal mercado urbano de abastecimento no varejo (em volume).	Urbanização tardia em relação à outra margem do rio Mapocho; Expansões no tamanho da área.
(c) caráter simbólico-cultural	Propriedade Municipal; Resignificações e sobreposições sucessivas da região; Lócus da cultura alimentar dos grupos (i)migrantes.	Processo de urbanização preteriu a formação geográfica originária; Região de permanência de imigrantes orientais.	Território segregado; Morada de excluídos socialmente; Organização social para permanência; Manifestação da cultura alimentar latino-americana;	Área de propriedade privada (inicialmente organizada pelos comerciantes); Estímulo para a presença de outros estabelecimentos ou núcleos comerciais de alimentos.

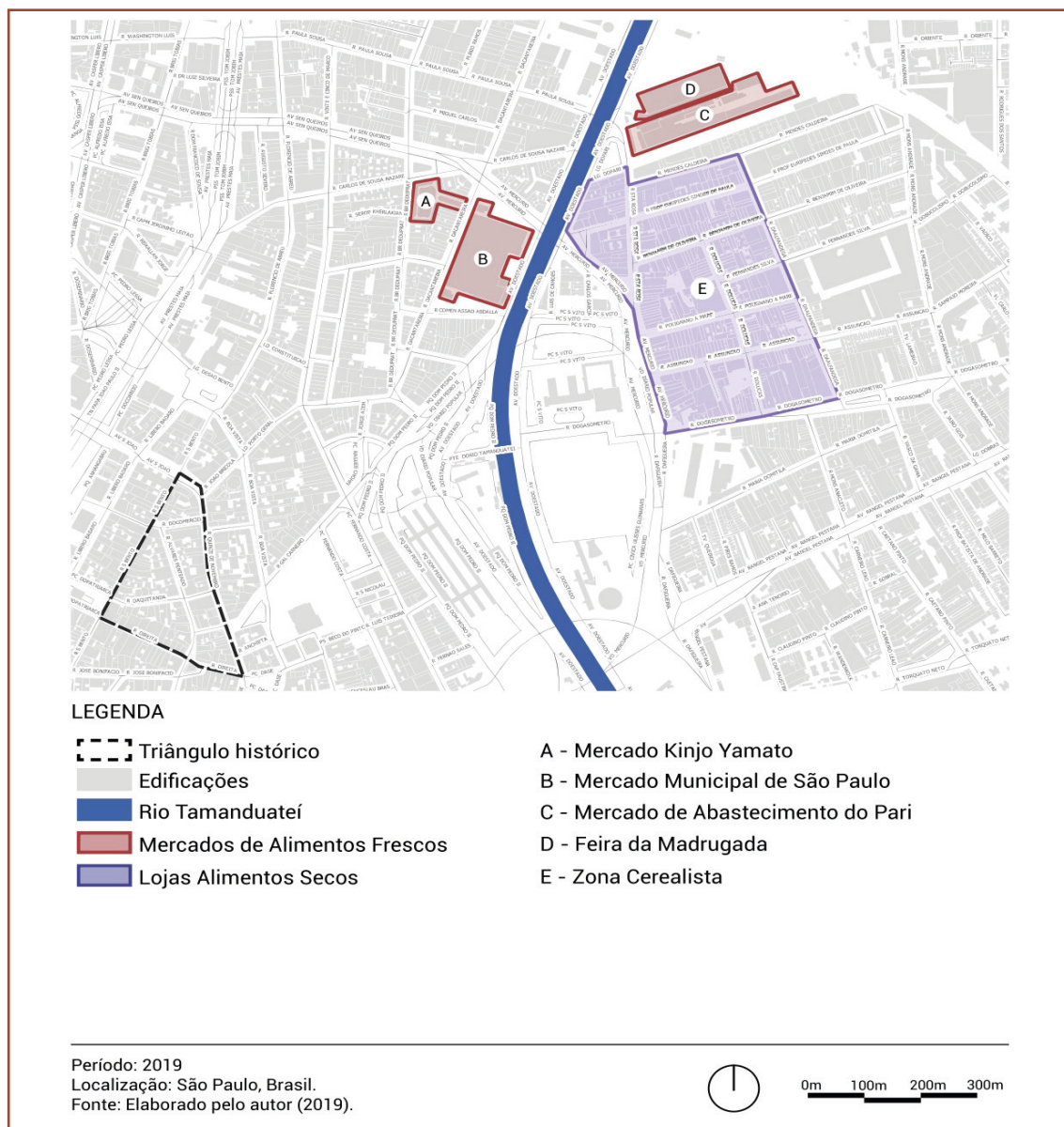
Fonte: os autores (2022).

Funcionam como espaços de resistência às transformações urbanas e à mercantilização do espaço público, consolidando-se como territórios mercantis e centralidades urbanas. A territorialização desses espaços ocorre por meio da apropriação social do território, expressa nas práticas cotidianas de comerciantes, consumidores e produtores, que estabelecem redes de circulação, relações de poder e vínculos identitários (Raffestin, 1993; Saquet, 2007). Nesse sentido, Carlos (2017) reforça que a forma da cidade é produto da sociedade, e os atos cotidianos realizados nos mercados — como comprar, vender e conviver — são manifestações da produção social do espaço urbano. Sua permanência e funcionalidade revelam uma morfologia urbana marcada pela justaposição de tempos históricos e práticas tradicionais. Em São Paulo, o Complexo da Cantareira exemplifica essa articulação entre formatos diversos de negociações e práticas culturais. Em Santiago, por sua vez, *La Vega Central* evidencia-se pela diversidade étnica e pela segmentação funcional dos mercados vizinhos, reforçando sua centralidade simbólica e funcional.

Além disso, vale a perspectiva quanto à resistência frente à homogeneização do comércio moderno. Em contraste com os supermercados e centros comerciais, que operam sob lógicas de padronização e consumo rápido, os mercados públicos mantêm práticas de comércio baseadas na confiança, na proximidade entre produção e consumo, e na valorização dos alimentos frescos. Essa “cultura de mercado”, como define Robles (2014),

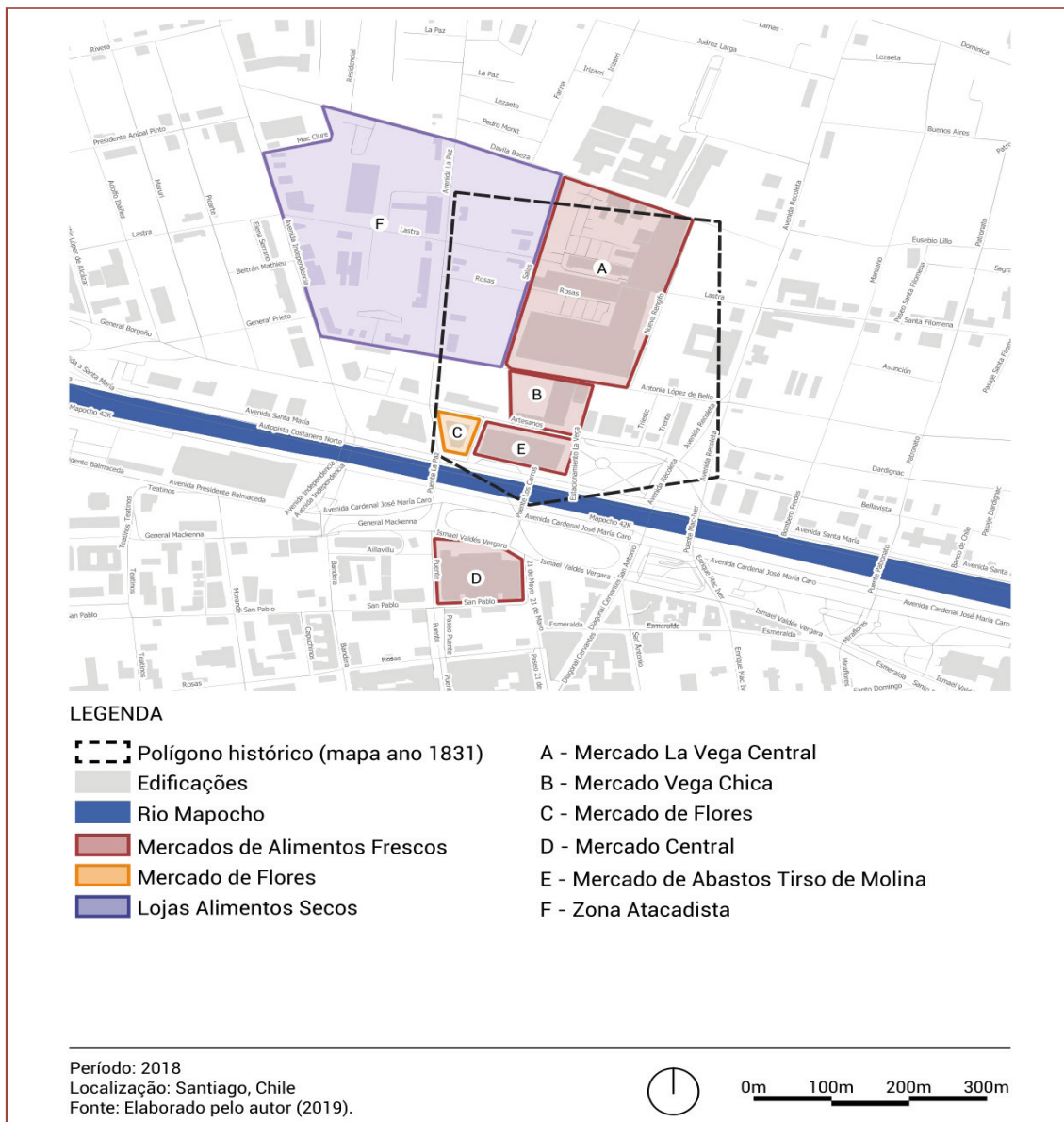
reforça o papel dos mercados como territórios simbólicos, onde se preservam saberes, identidades e modos de vida que resistem às transformações impostas pela modernidade urbana. Por fim, a consolidação dos territórios mercantis em São Paulo e Santiago evidencia a capacidade de resistência frente às lógicas de homogeneização urbana e de se reinventar diante das transformações sociais, econômicas e espaciais. Esses espaços permanecem como referências de abastecimento, convivência e identidade, reafirmando seu papel na produção social do território e na configuração das centralidades urbanas latino-americanas.

**Figura 18** – Mapa da cidade de São Paulo em 2019, com indicação dos espaços comerciais de alimentos – indicação do triângulo histórico



Fonte: os autores (2019).

**Figura 19** – Mapa da cidade de Santiago em 2018, com indicação dos espaços comerciais de alimentos – indicação da localização histórica do Mercado Vega Central



Fonte: os autores (2019).

Para a elaboração do mapeamento objetivou-se as seguintes indicações: onde se deu a origem histórica do abastecimento de alimentos nas duas cidades, o local de fixação dos mercados (enquanto áreas delimitadas para a pesquisa, e como centralidade de tempo e espaço), bem como dos demais núcleos comerciais de alimentos que surgiram e permanecem nos arredores com o propósito de prover o abastecimento urbano.

Na figura 18 indica-se a origem do comércio de alimentos no “triângulo histórico” (linha pontilhada), o Mercado Kinjo Yamato (A), outros quatro espaços

de comercialização de alimentos que compõem um dos principais sistemas de abastecimento da região central da metrópole: (B) Mercado Municipal de São Paulo, que hoje funciona oferecendo frutas e produtos nacionais e importados, além de variada gastronomia, reconhecido como importante destino turístico; (C) Mercado de Abastecimento do Pari, que oferece produtos agrícolas por atacado; (D) Feira da Madrugada, que funciona em horário alternativo, como opção atacadista para o abastecimento de comerciantes da região (especialmente de bares e de restaurantes); e, por fim, (E) Zona Cerealista, que abrange uma grande quantidade de lojas, as quais comercializam sobretudo grãos e sementes predominantemente no formato a granel (no atacado e no varejo).

Na figura 19 pode-se visualizar a localização histórica do comércio de alimentos (em pontilhado), o (A) Mercado *La Veja* e dos demais núcleos inventariados nos arredores da área de estudo, considerando a delimitação da Ponte *Cal y Canto*, na qual eram realizadas as práticas comerciais. Logo, o processo histórico de territorialização resultou no surgimento de outros mercados: (B) Mercado *Vega Chica*, que comercializa quase exclusivamente carnes e embutidos; (C) o Mercados de Flores, que tem o intuito de segmentar a venda de flores; (D) o Mercado Central, construído do lado urbanizado da cidade de Santiago (separado pelo rio Mapocho), referenciado como destino turístico e destacado pela oferta de restaurantes de culinária e iguarias chilenas; (E) o Mercado de Abastos Tirso de Molina que, apesar de ofertar alimentos frescos, na ocupação de seus espaços, tem a predominância de restaurantes com influências latino-americanas diversas; e, por fim, (F) a região do entorno, caracterizada no mapa como Zona Atacadista, que disponibiliza principalmente alimentos secos ou industrializados, a granel ou não.

Por fim, o mapeamento realizado identificou, em São Paulo, o Mercado Kinjo Yamato como núcleo articulador de redes de abastecimento, junto a outros entrepostos como a Zona Cerealista e o Mercado Municipal. Em Santiago, o Mercado *La Vega Central* configura-se como eixo territorial, cercado por mercados especializados e zonas atacadistas. Em ambos os casos, os mercados funcionam como espaços de resistência e produção social do território, reafirmando sua relevância na centralidade do abastecimento urbano de alimentos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os mercados públicos de alimentos em São Paulo e Santiago transcendem sua função primária de abastecimento, revelando-se como territórios mercantis complexos que articulam dimensões sociais, culturais, econômicas e

políticas. A análise comparada desses espaços permite compreender como as cidades latino-americanas contemporâneas são produzidas a partir da justaposição entre práticas tradicionais e dinâmicas modernas, entre escalas locais e processos globais, bem como entre permanência e transformação.

Os casos analisados evidenciam que os mercados constituem processos contínuos de territorialização que vão além da simples apropriação de um espaço físico. Conforme indicam as contribuições de Raffestin (1993) e Saquet (2007; 2015), a territorialização envolve a construção de redes de circulação, a mediação de relações de poder e a formação de identidades sociais associadas ao espaço. No Mercado Kinjo Yamato, essa dinâmica manifesta-se na permanência de comunidades comerciais vinculadas às migrações do século XX; e, no *La Vega Central*, expressa-se na mobilização coletiva dos comerciantes frente às pressões de deslocamento urbano e reestruturação da cidade.

A fixação histórica desses mercados em áreas centrais não foi acidental. Sua localização junto aos rios Tamanduateí, em São Paulo, e Mapocho, em Santiago, responde às lógicas de circulação e abastecimento que estruturaram o crescimento dessas cidades. Após mais de um século, contudo, essa centralidade não se mantém apenas por inércia histórica, mas pela capacidade desses mercados em continuar articulando redes de abastecimento que ultrapassam seus limites. A Zona Cerealista, em São Paulo, e os circuitos atacadistas associados a *La Vega*, em Santiago, evidenciam essa expansão territorial e a consolidação de sistemas integrados de distribuição de alimentos.

Outro aspecto relevante identificado pela pesquisa refere-se à permanência e capacidade de adaptação desses espaços diante das pressões contemporâneas. Em contraste com interpretações que associam modernização urbana à substituição de formas tradicionais de comércio, os mercados públicos demonstram significativa capacidade de reinvenção. Em São Paulo, a concessão do Complexo da Cantareira à iniciativa privada, em 2021, representa um ponto de inflexão que exige acompanhamento crítico. Embora a injeção de investimentos privados possa viabilizar melhorias estruturais, ela também suscita questionamentos quanto à preservação das práticas comerciais e sociais que caracterizam historicamente esses territórios.

Em Santiago, por sua vez, a experiência institucional de *La Vega Central* revela um precedente importante de organização coletiva. O *Estatuto de La Vega*, estabelecido em 1911, consolidou mecanismos de governança e propriedade compartilhada que contribuíram para a permanência do mercado frente a pressões de deslocamento e mercantilização do espaço urbano. Tal

experiência sugere que formas coletivas de gestão podem constituir estratégias relevantes de resistência urbana em contextos latino-americanos marcados por intensos processos de transformação territorial.

A análise também indica que a relação entre tradição e modernidade nesses espaços não deve ser compreendida como uma oposição irreconciliável, mas como uma tensão produtiva que caracteriza a dinâmica dos mercados públicos, como argumenta Pintaudi (2006), sua vitalidade decorre justamente da capacidade de incorporar novos atores, práticas e demandas ao longo do tempo. Nesse sentido, a chamada “cultura de mercado”, descrita por Robles (2014) — baseada em relações de confiança, proximidade entre produtores e consumidores e valorização de alimentos frescos — convive com práticas contemporâneas de logística, comunicação e controle sanitário.

A pesquisa também evidencia o papel significativo desses mercados na produção social do espaço urbano, no sentido proposto por Carlos (2017): para além de suas funções econômicas, constituem espaços de memória, identidade e pertencimento, especialmente para grupos sociais frequentemente marginalizados nos processos de reestruturação das cidades. Em São Paulo, o Mercado Kinjo Yamato preserva a memória das migrações japonesas e de outras comunidades que contribuíram para a formação dos bairros centrais. Em Santiago, *La Vega Central* simboliza a permanência de setores populares e migrantes frente às dinâmicas de valorização imobiliária e exclusão urbana.

A análise comparada demonstra, portanto, que os mercados públicos permanecem como instituições relevantes na configuração das cidades latino-americanas contemporâneas. Sua continuidade não representa um anacronismo, mas a expressão de formas de organização urbana que coexistem com — e, em certa medida, tensionam — modelos hegemônicos de produção e consumo. Mais do que vestígios do passado, esses espaços configuram territórios ativos de resistência e produção social do urbano. ●

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELL, David. Gosto e espaço: comer fora nos dias de hoje. Em: SLOAN, Donald (org.). **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. Manole, Baureri: São Paulo, 2005.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Espaço-Tempo da Vida Cotidiana na MetrÓpole**.

São Paulo: Labur Edições, 2017.

CUNHA, Altivo Roberto Andrade de Almeida; CAMPOS, Mauro Macedo. Supermercados famintos, mercados locais resistentes: a dinâmica latino-americana e o comportamento do mercado brasileiro. **Revista Caminhos de Geografia**, 2022.

GARCÉS, Alejandro. **Migración peruana en Santiago**. RIL editores, 2015.

GUÀRDIA, Manuel; FAVA, Nadia; OYÓN, José Luis. Retailing and proximity in a liveable city: the case of Barcelona public markets system. **15th International Conference on Urban Planning and Regional Development in the Information Society GeoMultimedia**, 2010.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio; PEETZ, Marcia Silva. **100 anos de feiras livres na cidade de São Paulo**. Via Imprensa Edições de Artes, 2015.

IEA(Instituto de Economia Agrícola). Relatório de Pesquisa: Abastecimento de mercados urbanos - zona cerealista da capital. **Secretaria de Agricultura e Abastecimento – Governo do Estado de São Paulo**, 1983. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=10589>. Acesso realizado em: 18/11/2025.

MANZONI, Francis. **Mercados e Feiras Livres em São Paulo (1867-1933)**. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2019.

MATTOS, Carlos Antonio de. Globalización y metamorfosis metropolitana en América Latina. De ciudad a lo urbano generalizado. **Revista de Geografia Norte Grande**, 47: 81-104, 2010.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2015.

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

PINTAUDI, Silvana Maria. Mercados públicos: Vestígios de um lugar. Em: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **A Produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, 2018.

- RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.
- REIS FILHO, Nestor Goulart. **São Paulo e outras cidades: produção social e degradação dos espaços urbanos**. Hucitec, 1994.
- ROBLES, Juan. Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivialidad. **Anthropologica**, v. 32, n. 33, p. 137-161, 2014.
- SAQUET, Marcos Aurélio. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.
- SAQUET, Marcos Aurélio. **Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades**: uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. Rio de Janeiro: Consequência, 2015.
- SCHNEIDER, Sergio. Mercados e agricultura familiar. Em: DE SOUSA, Diego Neves. MARQUES, Flávia Charão; CONTERATO, Marcelo Antônio; SCHNEIDER, Sergio (Orgs). **Construção de mercados e agricultura familiar**: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.
- SEGURA, R. **Convivialidad en ciudades latinoamericanas**. Un ensayo bibliográfico desde la antropología. Mecila Working Paper Series, No. 11, São Paulo: The Maria Sibylla Merian International Centre for Advanced Studies in the Humanities and Social Sciences Conviviality-Inequality in Latin America, 2019.
- SILVA, Diego Vernille da; VARGAS, Heliana Comin. Mercados Públicos em São Paulo: marco da sua evolução. Em: CACHINHO, Herculano; BARATA-SALGUEIRO, Teresa; GUIMARÃES, Pedro. **Comércio, Consumo & Governança Urbana**, 2020.
- SILVA, Késia Anastácio Alves da; TEIXEIRA, Vanessa Moura de Lacerda; SPOSITO, Eliseu Savério. Novas expressões de centralidades urbanas e a diferenciação socioespacial: um olhar através das práticas espaciais. **Geografares**, n. 33, 2021.
- VARGAS, Heliana Comin. Comércio e cidade: uma relação de origem. Publicado no Portal do Estado de São Paulo. São Paulo, p. 1-5, 2000. Disponível em: [www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/08/2000.pdf](http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/08/2000.pdf). Acesso realizado em: 12/10/2025.
- VARGAS, Heliana Comin; CASTILHO, Ana Luisa Howard de. **Intervenções em centros urbanos**: objetivos, estratégias e resultados. Editora Manole, 2006.
- VEGA CENTRAL. **Estatutos de La Sociedad Anónima "Vega Central"**. Imprenta Universitaria: Santiago de Chile, 1911. Disponível em: <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-9385.html>. Acesso realizado em 12/08/2018.

### **CONTRIBUIÇÕES DE AUTORIA**

*Fábio Molinari Bitelli:* Pesquisa, escrita e revisão.

*Júlio César Suzuki:* Orientação e revisão.

### **EDITOR DO ARTIGO**

*Cláudio Luiz Zanotelli*

*Universidade Federal do Espírito Santo*

*Vitória, Espírito Santo, Brasil*

*claudio.zanotelli@ufes.br*

*Artigo recebido em: 19/12/2025*

*Artigo aprovado em: 18/05/2026*

*Artigo publicado em: 02/06/2026*