



Figura 1. Gabriel Villas: *Pikachu-Salame*, 2019, mosquitinho-panfletinho, 7 x 10 cm.



POSTAL MERCADO PÚBLICO DE FLORIANÓPOLIS: TÁTICAS DE PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO DE UMA PROPOSIÇÃO ARTÍSTICA EM DIÁLOGO COM AS ATIVIDADES DO COMÉRCIO DE RUA

Gabriel Villas

Resumo: Este texto parte de reflexões elaboradas na observação das transformações e "renovações urbanas" no contexto do Mercado Público de Florianópolis e nas atividades do comércio de rua. O texto aborda o processo de elaboração do arquivo fotográfico *Chopim Chão*, seus desdobramentos na publicação *Postal Mercado Público de Florianópolis* e na *Ação de Distribuição no Espaço Público*, proposições que se apresentam como tática de inserção e circulação de uma proposição artística no espaço público.

Palavras-chave: Comércio de rua. Intervenção urbana. Mídia tática.

POSTAL MERCADO PÚBLICO DE FLORIANÓPOLIS: TACTICS OF PRODUCTION AND CIRCULATION OF AN ARTISTIC PROPOSITION IN DIALOGUE WITH STREET TRADING ACTIVITIES

Abstract: This text stems from reflections developed through the observation of transformations and "urban renewals" in the context of the Public Market of Florianópolis and street peddling activities. The text addresses the process of creating the photographic archive "Chopim Chão", its developments in the publication "Postal Mercado Público de Florianópolis", and in the "Ação de Distribuição no Espaço Público", propositions that are presented as tactics for the insertion and circulation of an artistic proposal in the public space.

Keywords: Street commerce. Urban intervention. Tactical media.



ANTECEDENTES

Este trabalho foi realizado ao longo de nove anos, durante os quais acompanhei as transformações no Mercado Público de Florianópolis, em Santa Catarina, e as atividades do comércio de rua que ocorrem em seu entorno. Durante esse período, realizei três pesquisas no campo da arquitetura e urbanismo, bem como das artes visuais. Essas pesquisas envolveram a produção de textos, desenhos, fotografias, mapeamentos e entrevistas que posteriormente se desdobraram em proposições artísticas no espaço público.

Durante a graduação em Arquitetura e Urbanismo, em 2013, comecei uma pesquisa intitulada *Inventário da Paisagem Cultural de Florianópolis*¹, que buscava promover a identificação e conservação de paisagens culturais de Florianópolis, entre elas, o Mercado Público. Durante a pesquisa fizemos uma série de entrevistas com os frequentadores do local, com a intenção de investigar qualidades espaciais que o caracterizavam como paisagem cultural singular da cidade. A primeira grande transformação na paisagem do Mercado se deu no ano seguinte, no final de 2013, quando a prefeitura interditou a Ala Sul, com o intuito de adequar o edifício às normas do corpo de bombeiros após uma sequência de incêndios.

Em 2015 a reforma foi concluída. Lembro-me da primeira vez que entrei no Mercado após a reforma e tive a impressão de que ele se parecia, naquele momento, mais com um minissopping do que com o mercado que tinha na memória. O piso original de paralelepípedo foi substituído por um porcelanato, os “boxes” que costumavam ser de diferentes texturas e tamanhos foram todos padronizados com paredes brancas de *drywall* e cerca de metade dos comerciantes que tradicionalmente trabalhavam no Mercado há anos, como o box 36-A, perderam a concessão de uso, dando espaço para outros estabelecimentos como uma franquia de

¹ *Inventário da paisagem cultural em Florianópolis* no PET/ARQ/UFSC em conjunto com Maurício Storch e orientação de Soraya Nórr.



fast food. As transformações no espaço construído – para adequar-se à normativa dos bombeiros – também transformaram a ocupação e os usos no Mercado Público.

O Mercado Público de Florianópolis era um dos únicos, talvez o último, da América Latina que mantinha o vão central aberto. Também em 2013 a prefeitura abriu um concurso nacional de estudos preliminares para a cobertura do seu vão central com o pretexto de proteger o interior do Mercado das chuvas e do sol. Após o resultado do concurso e execução do projeto, o vão foi coberto em 2016. A cobertura é polêmica, pois supostamente deveria proteger das chuvas e ser retrátil (translúcida/opaca), o que na prática não aconteceu por completo. A cobertura retrátil fica fechada permanentemente e, em dias de vento, a chuva entra pelas laterais da cobertura que, por uma questão patrimonial, não pode tocar o edifício. Ainda assim, a cobertura alterou a paisagem do seu interior, as cadeiras amarelas e vermelhas de plástico com guarda-sóis deram lugar às cadeiras de madeira, que no inverno são revestidas com uma pele sintética que imita a pele de ovelha; o litrão foi substituído por torres de chope e, a partir de então, durante a noite, o vão central é fechado com grades – durante o dia ficou mais difícil atravessar o seu interior sem ser interrompido por alguém oferecendo um cardápio.

Protegido das chuvas e do sol, o Mercado Público mudou de público, ficou menos permeável, economicamente menos acessível e mais *gourmet*. Uma alteração na arquitetura do edifício – a princípio associada às intempéries – produziu também uma modificação no público que o frequentava e nas práticas espaciais que ali aconteciam. Apesar de todas as reformas e investimentos, as transformações dos últimos anos no Mercado Público não foram apenas em sua arquitetura, mas também em seu público. Ao mesmo tempo, o comércio de rua que acontece nos entornos do Mercado – entre idas e vindas de policiais e fiscais – não só se manteve como se intensificou. Parte da mercadoria que é acessível ao público acabou ficando do lado de fora, ao redor do Mercado.



COMÉRCIO DE RUA

Durante o desenvolvimento da pesquisa do TCC² em Arquitetura e Urbanismo, no ano de 2017, optei por trabalhar com um recorte de pesquisa que compreendia um espaço do centro comercial de Florianópolis que englobava o Mercado Público. Ao longo de um ano, dediquei-me a realizar uma série de visitas a essa região, motivado em pesquisar a cidade a partir da experiência do meu corpo no espaço, trabalhando na escala 1:1, caminhando pela cidade, me entusiasmando pelas relações cotidianas e pelo urbanismo enquanto dispositivo tático.

Durante o mesmo período, cursava também a disciplina de Urbanismo Estratégico e me encontrava no desafio de trabalhar na escala 1:50.000. Desenhava mapas, pesquisava sobre índices e indicadores urbanos, planejava e traçava estratégias para um projeto regional que englobava quatro municípios: Florianópolis, Biguaçu, São José e Palhoça. Embora reconheça a importância do planejamento regional, tenho que admitir que não me sentia confortável naquela posição. Em comparação com a pesquisa que vinha desenvolvendo, sentia-me arrancado para fora do espaço. Nesse momento me deparava com as contradições entre a cidade planejada, projetada e a cidade praticada, percorrida pelo corpo.

No TCC, estava justamente buscando contornar uma dimensão de cidade que não encontrava nas plantas baixas, nos índices e indicadores, no planejamento urbano estratégico, naquilo que parecia programado, mas que deslizava e escapava ao planejamento urbano, que acontecia no chão, pelo plano baixo, na escala do um pra um, do tête-à-tête e do tempo cotidiano.

Michael de Certeau examina as categorias de tática e estratégia, estabelecendo conexões entre elas. A estratégia está vinculada ao poder exercido por instituições e especialistas ao mapear, planejar e impor normas e sistemas de controle a um determinado contexto.

² Intitulado *Aproximação, Intersecção, Reverberação - Habitando e construindo narrativas pelas espacialidades do comércio de rua*, finalizado em 2018, com orientação da professora Marina Toneli, coorientação de Almir de Paris e defendido no departamento de arquitetura e urbanismo da UFSC.



No planejamento urbano estratégico, por exemplo, a abordagem do território é caracterizada por uma perspectiva que olha a cidade em grande escala, de cima para baixo, que dificilmente poderia ser percebida pela experiência do corpo no espaço – a não ser de dentro de um helicóptero (não era o caso). Nessa distância, algo se perde.

As táticas, por outro lado, estão enraizadas no cotidiano e se relacionam com a capacidade das pessoas de redefinirem os espaços urbanos de acordo com suas próprias necessidades e usos. As táticas podem ser entendidas como as práticas criativas e adaptativas nas quais os indivíduos encontram maneiras de relacionar, contornar ou subverter, com os recursos que lhe são disponíveis, as estratégias impostas do lugar. Por exemplo, quando uma comerciante de rua utiliza uma placa pública, que tem a função inicial de orientar, para expor seus produtos e criar um espaço de vendas e trocas.

Ao se referir a uma abordagem de cidade que vê tudo de longe como um “simulacro visual”, Certeau também nos lembra de que nessas abordagens estratégicas há tanto um esquecimento como um desconhecimento das práticas cotidianas que acontecem naquele local (um desconhecimento que, ao meu ver, também pode ser entendido como negligência, em alguns casos). Uma vez que esses atores e modos de vida cotidianos não são incorporados nos diagnósticos urbanos, como as atividades do comércio de rua, por exemplo, cria-se um cenário propício para a expulsão desses atores de seus lugares, principalmente nos momentos conhecidos como “renovações urbanas”, como é o caso das inúmeras reformas e investimentos que foram realizadas no Mercado Público e nos seus entornos nos últimos anos – como, também, a recente reforma no Largo da Alfândega.

Das dezenas de milhões de reais investidos no Mercado Público e entorno, pouco ou nada foi investido no comércio de rua para valorizar e melhorar as condições de trabalho das e dos comerciantes, que também qualificam o espaço público como lugar de trocas comerciais. A atuação da prefeitura se limita à SUSP (Subsecretaria de Urbanismo e Serviços Públicos), que regulariza o comércio de rua através de um edital de licenciamento e sorteio. A quantidade de vagas oferecidas pela SUSP não



é suficiente e, nesse contexto, as e os comerciantes se veem na condição de trabalhar de maneira informal, de correr dos fiscais, pagar multas ou perder a mercadoria.

O comércio de rua é uma atividade que está presente nas cidades brasileiras desde o princípio do século XIX: atravessou todos os ciclos econômicos e segue enraizada no cotidiano das cidades até hoje, promovendo os mais variados tipos de trocas no espaço público e suas atividades potencializam relações que são próprias da vida urbana. Apesar das atividades do comércio de rua serem antigas e cumprirem um importante papel no mercado de trabalho, não são reconhecidas pelo poder público, tal como é reconhecido o patrimônio edificado, digno de preservação, memória e investimento.

No contexto dessas reflexões e acompanhando os arredores do Mercado, desenvolvi alguns trabalhos junto do espaço público como o panfleto *Pikachu-Salame*, o arquivo fotográfico *Chopim chão* e, no contexto da pesquisa em artes visuais, *Espacialidades Ambulantes*³ (2021), o *Postal Mercado Público de Florianópolis* e a *Ação de distribuição no espaço público*, que comentarei mais adiante.

PIKACHU-SALAME

No comércio de rua em Florianópolis, você pode encontrar no mesmo dia guarda-chuva e óculos de sol (porque o tempo vira), pode encontrar também fruta-fresca da estação no carrinho de mão, erva cheirosa, carregador de celular, controle remoto, alho, raquete elétrica, brinquedo para o sobrinho, um chinelo novo, descascador de legumes, morangos, bolachas de nata, produtos coloniais, roupas, acessórios entre outros.

Pikachu-Salame (Figura 1) é um panfleto que produzi a partir de uma travessia de ponta a ponta pela Rua Conselheiro Mafra, local de intensa atividade do comércio de rua, na qual listei os produtos que

³ Pesquisa no campo das artes visuais desenvolvida através do Prêmio Elisabete Anderle de estímulo da Cultura da Fundação Catarinense de Cultura, com participação da Elaine Nascimento (assessoria de pesquisa), Gabi Bresola (Ombu Produção) e Juliano Ventura (vídeo e edição).



avistei durante minha travessia. Na sequência, editei o texto para o formato “mosquitinho” (filipeta, panfletinho), com a intenção de distribuir nas esquinas da Conselheiro Mafra. *Pikachu-Salame* é uma espécie de anúncio de anúncios, um texto, uma lista que estabelece um diálogo com uma variedade de produtos, imagens, objetos, humores e texturas que podemos encontrar na rua. Apesar da diversidade, que pode promover o encontro entre um Pikachu inflável de gás hélio e um salame artesanal, esses elementos compartilham uma mesma condição, do espaço público e coletivo, do consumo e da troca.

As atividades do comércio de rua, além de promover produtos mais acessíveis ao público em geral e de baixa renda, estimulam os mais variados tipos de trocas e encontros, e potencializam relações que são próprias da vida urbana em coletivo. Neste sentido, o comércio de rua tem se aproximado mais do que entendo e lembro por Mercado Público do que sua própria arquitetura que, atualmente, me remete mais a um shopping.

CHOPIM CHÃO

Chopim chão é um arquivo fotográfico que iniciei em 2018, no contexto da pesquisa do TCC, composto por uma série de fotografias que faço dos entornos do Mercado Público de Florianópolis. Nessa série registro predominantemente o chão, a variedade de produtos ofertados pelo comércio de rua, suas texturas e as distintas táticas para expor/desmontar no/com espaço público. Os registros foram feitos em meus trajetos cotidianos, por isso, sempre com a câmera do celular, buscando documentar e inventariar a presença dessas dinâmicas comerciais e de trocas que ainda se mantinham vivas naquele espaço.

POSTAL MERCADO PÚBLICO DE FLORIANÓPOLIS

Em 2021, realizei uma pesquisa em artes visuais intitulada *Espacialidades Ambulantes*, com assessoria de pesquisa de Elaine Nascimento e produção pela Gabi Bresola da Ombu Produção. Foi uma pesquisa de



caráter processual e experimental, na qual investiguei as espacialidades ambulantes na paisagem urbana.

O material produzido durante a pesquisa foi disponibilizado para livre acesso em uma plataforma online (www.villasgabriel.com/espacialidadesambulantes) e divulgado através de mídia impressa e digital. Em reunião com Gabi, na ocasião de elaborar o material de divulgação impressa, nos ocorreu veicular o arquivo fotográfico *Chopim Chão* através de cartões postais (Figura 2 e 3).

O cartão postal se apresentou como um suporte/mídia interessante para veiculação de um arquivo fotográfico produzido nos entornos de um ponto turístico da cidade. O postal não veiculava fotografias exatamente do ponto turístico, do patrimônio, do edifício construído, mas antes de suas práticas espaciais e dos seus usos enquanto lugar. As fotografias estavam ligeiramente deslocadas do patrimônio e



Figura 2. Gabriel Villas: *Dois reais, Postal Mercado Público de Florianópolis*, 2021, 10 x 15 cm, tiragem 800 exemplares.



registram predominantemente o chão e as atividades do comércio de rua que acontecem nos arredores do Mercado, atividades estas que também o atravessam, localizam e qualificam enquanto mercado, espaço público e ponto turístico. Neste contexto, veicular *Chopim chão* como “postal do Mercado Público de Florianópolis” se apresentou como uma tática interessante de sublinhar as transformações e questões que vinha observando nesse contexto, buscando subverter o uso convencional de uma mídia como o cartão postal, propagando uma outra narrativa para aquele contexto.

AÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NO ESPAÇO PÚBLICO

Durante a elaboração desse trabalho, foi importante considerar a maneira pela qual ele seria distribuído. Hélio Fervenza discute algumas concepções, valores e abordagens da relação entre arte e não arte, arte e cotidiano e aponta para a existência de produções “muito mais diversas e abrangentes que o espaço institucional ou econômico tradicionalmente voltado à arte ou a um certo tipo de arte” (Fervenza, 2012, p. 79). Para além dos espaços expositivos tradicionais como museus e galerias, era do nosso interesse fazer o trabalho circular no contexto do Mercado Público, principalmente como uma forma de intervir e dialogar com o contexto local. Era do nosso interesse identificar as estruturas, circuitos e fluxos já existentes na cidade como uma tática de circulação do trabalho – ainda que isso significasse que o ele não seria anunciado, em um primeiro momento, como arte.

Para isso, realizamos uma *ação de distribuição no espaço público* voltada à circulação/distribuição de 500 exemplares do postal. Os exemplares foram inseridos em bancas de jornal, junto dos postais tradicionais e no Centro de Atendimento ao Turista do Mercado Público (Figura 4), expostos juntos dos mapas e guias turísticos da cidade. Foram distribuídos também em lojas e comércios locais, em sebos e livrarias, restaurantes, lanchonetes e também nas vendas dos comerciantes de rua. Durante a distribuição me apresentava, falava sobre o projeto, explicava a proposta e deixava uma quantidade





Figura 4. Postais expostos no Centro de Atendimento ao Turista dentro do Mercado Público.
Fonte: Gabriel Villas.

significativa de exemplares para circularem. Houve também algumas pessoas que não entenderam a proposta, acharam desinteressante ou ficaram desconfiadas.

Não tomei o cuidado de realizar nenhum tipo de gravação durante a ação, por isso, algumas informações se perderam nesse processo, como o nome de alguns comerciantes ou mesmo detalhes dos encontros. Dos encontros que tive com os comerciantes, os dois mais significativos foram com o vendedor de brinquedos do banco redondo e o (não) encontro com o vendedor de guloseimas do terminal. Ao entregar os postais para o comerciante de brinquedos, ele de imediato reconheceu a sua vendinha entre os postais. Não havia me dado conta, mas o seu ponto era o mesmo desde 2018 e estava registrado nos postais – com a diferença de que hoje em dia não vende mais pintinhos de pelúcia, mas sim cachorros de pelúcia (Figura 5). Ele ficou animado com o registro e pegou alguns exemplares para distribuir junto das suas mercadorias.





Figura 5. Ação de distribuição dos postais no espaço público. Fonte: Gabriel Villas.



Fui ao terminal antigo de ônibus na expectativa de encontrar o comerciante de guloseimas, balas, chicletes e paçoquinhas que fotografei em 2017 (Figura 5), mas não o encontrei. Entretanto, conversando com outros ambulantes do terminal, um deles me contou que seu colega estava de folga naquele dia, mas que quando voltasse entregaria os postais a ele.

Além dessas entregas que fiz diretamente nos estabelecimentos comerciais, contamos com a colaboração de Alessandra, panfleteira que contratamos com recursos do projeto, especializada em distribuição de materiais impressos. Ela foi responsável por distribuir os postais para as pessoas que circulavam na rua, nas proximidades do Mercado durante o dia da ação (Figura 6).



Figura 6. Alessandra distribui os postais nos arredores do Mercado Público. Fonte: Gabi Bresola.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os processos desenvolvidos em *Chopim chão*, *Pikachu-Salame*, *Postal Mercado Público de Florianópolis* e a *Ação de distribuição no espaço público* apresentam algumas possibilidades de desenvolvimento e veiculação de uma pesquisa e produção artística que se dedica a acompanhar as dinâmicas de um contexto específico, do Mercado Público de Florianópolis e das atividades do comércio de rua.

As proposições artísticas se direcionam para o contexto que as originam, buscando criar algum tipo de contraposição, deslocamento ou ruído na relação que foi observada de supervalorização do patrimônio edificado do Mercado Público em detrimento das atividades do comércio de rua que recebem pouco investimento e reconhecimento apesar de também qualificarem a cidade enquanto espaço público e de trocas comerciais.

Através de um uso tático da mídia do cartão postal, buscou-se fortalecer e valorizar as atividades do comércio de rua utilizando-se do circuito de mercadorias no espaço público também como meio de circulação de uma produção artística. Percebo ainda que as dinâmicas de poder descritas por Certeau entre tática e estratégia que observava no planejamento estratégico não desaparecem quando se está presente no território, mas se atualizam, muitas vezes, de forma sutil. Por exemplo, quando não registro o nome dos comerciantes com os quais conversei, acabo de alguma forma reproduzindo ou atualizando uma forma de “esquecimento” ou negligência que Certeau aponta, por exemplo, nas visões de cidade provenientes de cima – ainda que esteja com meus pés no chão.

Ainda assim, acredito que os desafios e contradições que podem surgir desses encontros também me mobilizam a pensar em propostas artísticas que possam reinventar possibilidades de abordagem, circulação e retorno de trabalhos de arte, e a movimentar as relações de continuidade e descontinuidade entre o corpo e território, arte e não arte, cotidiano e cidade.



REFERÊNCIAS

ALVES, Felipe. O novo Mercado Público de Florianópolis mantém as características que fizeram sua história. **NDMAIS**, 04 de julho de 2015. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/o-novo-mercado-publico-de-florianopolis-mantem-as-caracteristicas-que-fizeram-sua-historia/>. Acesso em: 23 maio 2023.

BARROS, Karin. Cobertura polêmica do Mercado Público de Florianópolis é finalista em prêmio nacional. **NDMAIS**, 01 de julho de 2017. Disponível em: <https://ndmais.com.br/cultura/cobertura-polemica-do-mercado-publico-de-florianopolis-e-finalista-em-premio-nacional/>. Acesso em: 23 maio 2023.

CAO, Santiago. **Cartografias Sensíveis em espaços públicos**. 2018. Disponível em: <http://santiagocao.metzonimia.com/cartografias-sensíveis>. Acesso em: 5 maio 2018.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. artes de fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

FERVENZA, Hélio. Considerações da arte que não se parece com arte. **PORTO ARTE**: Revista de Artes Visuais, [S.l.], v. 13, n. 23, abr. 2012. ISSN 2179-8001. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/PortoArte/article/view/27922/16530>. Acesso em: 02 out. 2020.

LEPECKI, André. Corepolítica e coreopolícia. **Revista Ilha**, v. 13, n. 1, p. 41-60, jan/jun. (2011) 2012.

MARQUEZ, Renata. **Geografias Portáteis**: arte e conhecimento espacial. 2002. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2002.

MARQUEZ, Renata; CANÇADO, Wellington. **Atlas Ambulante**. Belo Horizonte: Instituto Cidades Criativas, 2011.



MEIRELES, Cildo. Inserções em circuitos ideológicos. In: **Cildo Meireles**. Cidade do México: Alias, 2010. p.140-149.

NASCIMENTO, Elilson. **Vulnerabilidade vibrátil**: arte da performance e mobilidade urbana. 2018. Dissertação (Mestrado em Arte da Cena) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

WRIGHT, Stephen. **Para um léxico dos usos**. Tradução de Julia Ruiz Do Giovanni. São Paulo: Aurora, 2016.

Gabriel Villas (1992) nasceu em Campinas/SP e vive em Florianópolis/SC desde 2012. Arquiteto e Urbanista pela UFSC e mestre em Artes Visuais pela linha de Processos Artísticos Contemporâneos no CEART/ UDESC. Em sua prática artística investiga o corpo em deslocamento e as possibilidades de relação com o entorno através de proposições de escuta e escrita com os espaços.

