

MERCADO DAS TULHAS EM SÃO LUÍS (MA): REPOSITÓRIO PLANEJADO DA MEMÓRIA COLETIVA REGIONAL

Lucas Serra Borba Fonseca
Willian Barbosa Filho

Resumo

O presente artigo desenvolve uma reflexão sobre a Casa das Tulhas como espaço de construção da memória local e seu enquadramento no paradigma de requalificação urbano regional, e discute as relações identitárias, resultante de um processo de formação histórica, econômica e social do Maranhão. Esta pesquisa tem como propósito maior reconhecer a Casa das Tulhas como repositório da memória coletiva regional. Trata-se de uma análise contextual do Mercado das Tulhas, a partir de pesquisa bibliográfica e documental, de caráter qualitativo, exploratório-descritiva. Como o resultado da pesquisa sugere-se um planejamento (socioespacial e regional) atrelado as identidades para a construção da memória coletiva regional.

Palavras-chave: Mercado das Tulhas. São Luís. Memória. Espaço. Identidade.

1 INTRODUÇÃO

Os bairros de algumas cidades do Nordeste brasileiro surgiram a partir do porto e de seu litoral. Em São Luís (MA) não foi diferente. A capital do Maranhão se desenvolveu em torno da Praia Grande, área central da cidade. Dessa forma, a região da Praia Grande foi o grande núcleo comercial dos primórdios da colonização de São Luís, tornando-se o ponto de carga e descarga do fluxo mercadológico de importação e exportação. Nesse sentido aquela região é considerada a gênese da sociedade ludovicense¹.

Naquela época, no século XVII, a maioria das propriedades era de portugueses e, como o Porto configurava-se a única via de escoamento de mercadorias, os comerciantes monopolizavam os preços dos produtos, cobrando o que lhes convinha. Esse panorama emergiu concomitante com o grande comércio agroexportador, assim como a necessidade do chamado “Terreiro Público”, posteriormente chamado de Casa

¹ Ludovicense, relativo à cidade de São Luís, capital do Maranhão, recorreu-se ao nome próprio latino *Ludovicus*, derivado do germânico Hlodoviko – que vem a ser a origem remota do português Luís. Nome dado em homenagem ao rei menino Luís XIII na passagem dos franceses pelo Maranhão.

das Tulhas², para o abastecimento local (REIS, 1982).

A Casa das Tulhas ou o Mercado das Tulhas representa um conjunto arquitetônico monumental de importância histórica para São Luís devido as suas características coloniais. Ela foi erguida em meados do século XVIII para funcionar como uma espécie de celeiro. Sua estrutura foi construída em um só pavimento, com contorno quadrilátero e quatro entradas em arco pleno, guarnecidas em pedras de cantaria³. Ainda, há portões que levam a uma praça interna, ajardinada e ornamentada com um belo chafariz inglês que pertencia à Companhia de Águas do Rio Anil, criada pelo engenheiro Teixeira Mendes (MARTINS, 2000).

As reformas pela qual a Casa das Tulhas passou tinha o caráter de preservar sua autenticidade e valor histórico. Essa nova configuração delineou seu entorno que é cercado de uma grande quantidade de lojas que comercializam artesanatos diversos. Hoje, o espaço interno da feira possui 52 balcões ou divisórias de vendas.

Atualmente há uma grande variedade de produtos típicos comercializados no local, quais sejam: cofos de farinha d'água, pedaços de pau roxo, cachaça tiquira⁴, camarão e peixe seco e fresco, pimenta e ervas, vassouras de palha, dentre outros.

Essa reforma foi responsável pelo seu atual desenho também chamado de Projeto de Revitalização da Praia Grande ou Reviver. O projeto nasceu do I Encontro Nacional da Praia Grande em 1979, organizado pelo governo do estado com a participação de técnicos e representantes de órgãos públicos que contribuíram para o debate e estratégias de preservação. Cabe ressaltar que o projeto de revitalização continha ideias de neoplanejadores urbanos que preconizam a requalificação desses espaços fragmentados como uma mescla de cultura, imagem e mercado (ANDRÈS, 1998)

Na primeira fase do processo de renovação urbana, a Casa das Tulhas foi

² Também denominado de Casa da Praça, Feira da Praia Grande, Mercado da Praia Grande ou Mercado das Tulhas. Tulhas era o nome dado aos cofos feitos de palha de buriti para armazenar os mantimentos que seriam comercializados no local.

³ O termo tem origem no latim *canthus*. O vocábulo "canto", com o significado à época pré-romana de "pedra grande", consiste na pedra aparelhada para formar o ângulo de uma construção.

⁴ Bebida alcoólica de tonalidade roxa produzida a partir da mandioca e fervida com folhas de tangerina.

reformada e integrada ao conjunto arquitetônico do Centro Histórico⁵. O projeto seguiu os moldes de convergência de investimentos para tornar a área estrategicamente atrativa. Com as políticas públicas que propiciaram a revitalização do local, surgiu o processo de articulação que estabeleceu vínculos de parcerias e corresponsabilização por resultados.

A perspectiva desta pesquisa foi reconhecer a Casa das Tulhas como repositório da memória coletiva dos elementos identitários de São Luís (MA). Esta concepção é justificada, pois o Mercado das Tulhas abrange as mais diversas manifestações culturais (artesanato, gastronomia e Tambor de Crioula), além de ser um local onde pode ser observado o que existe de mais original e autêntico dos costumes da população maranhense.

Dessa forma, o presente estudo apresenta uma análise contextual da Casa das Tulhas e foi desenvolvido através de uma breve discussão na literatura acadêmica a respeito do mercado como espaço da memória de um povo. Por conseguinte, para a obtenção dos resultados da pesquisa, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica foi realizada em livros, periódicos, artigos de revistas e jornais, dissertação e materiais disponibilizados por meios eletrônicos. Já a investigação documental foi verificada através do dossiê da UNESCO no que diz respeito a proposta de inclusão do Centro Histórico de São Luís na Lista do Patrimônio Mundial. Trata-se de pesquisa de caráter qualitativo, exploratório-descritiva.

Assim, este artigo está dividido em cinco seções. Nesta parte é exposto as considerações introdutórias a respeito do tema, além do objetivo, da breve metodologia e do plano do trabalho. No desenvolvimento do artigo são evidenciados: mercados públicos como representações coletivas regionais; dualidade da identidade; memória coletiva e a contradição da revitalização no plano urbano. Por fim, é trazido à baila algumas conclusões sobre o Mercado das tulhas como repositório planejado da memória coletiva regional.

⁵ O Centro Histórico de São Luís é formado pelos bairros da Praia Grande, Desterro e Portinho, excluindo algumas áreas periféricas, conforme delimitação estabelecida pela UNESCO.

2 MERCADOS PÚBLICOS COMO REPRESENTAÇÕES COLETIVAS REGIONAIS

O Mercado das Tulhas como espaço de discussão antropológica, econômica e social enseja diferentes análises. Uma delas é a sua compreensão como patrimônio cultural representativo da memória e identidade do povo de São Luís. A construção dessa identidade compreende um processo relacional com a alteridade, determinado pela diferença do “Eu” ou do “Nós” com outros. Nesse sentido, a memória local faz parte desse processo de desenvolvimento de uma alteridade que conserva as experiências individuais e coletivas vividas, técnicas e o saber fazer que abranja a totalidade de uma realidade social.

As memórias são construções dos grupos sociais. São eles que determinam o que é memorável e os lugares onde essa memória será preservada (HALBWACHS, 2006). A memória e a história dentro dessa perspectiva ensejam o repensar sobre o modo pelo qual as pessoas, em determinados períodos e circunstâncias, percebem o passado e o presente através da atribuição de significações de valor simbólico, determinando com isso os lugares representativos do patrimônio de uma sociedade.

Convém, com base nisso, descrever esses espaços, mercados públicos, que no passado sempre tiveram seu papel atribuído ao abastecimento de produtos e a realização de transações comerciais, como o local de encontro de fluxos, de bens materiais, mercadorias e homens e de ideias em determinado espaço físico. Eles são formas espaciais que na sua concepção indicaram a separação do homem da sua existência atrelada à subsistência, fruto do que produziam na natureza, apontando outros ritmos para o tempo e espaço social.

Dentro das cidades de colonização hispânica e portuguesa, esses espaços seguiram um padrão das cidades europeias. Inicialmente um espaço aberto, onde múltiplas atividades se desenvolviam (PINTAUDI, 2006). O fato de serem locais de troca, circulação de mercadorias e facilidades de disponibilidade dos produtos implicou em estratégias espaciais que acompanharam o desenvolvimento do comércio e influenciaram o surgimento e a estruturação das cidades, propiciando também o entrelaçamento de relações sociais, sistemas de significações e intercâmbios culturais.

Nesse aspecto, pode-se inferir que as feiras e mercados públicos são locais

multifuncionais e multifacetados. Conforme Certeau (2001) esses espaços são lugares praticados, fruto de uma produção de movimentos, circunstâncias e tempos que o associam a uma história. Tendo os mercados públicos essa essência de uma vitrine que expõe as várias faces que o representam como espaço permeado pela cultura popular que o torna vivo e o faz interagir com a realidade que o cerca.

Dentro desse contexto que engendrou sua reforma, convém destacar até que ponto a ressignificação do local não está atrelada a uma hegemonia global que adota uma nova visão urbanística midiática no qual a imagem está relacionada a mercado, onde cultura e patrimônio se fundem com uma concepção mercadológica que orienta os processos de valorização. Arantes, Vainer e Maricato (2000, p. 12, grifo dos autores) relatam que “representa uma *ironia objetiva*, desses que convertem as melhores intenções no seu avesso, realizando, não por desvio mas por finalidade interna, o contrário do que prometiam”. Ainda, poderia significar essa “amalgama ideológica uma *fatalidade* da hegemonia global que parece anunciar um novo Império” (ARANTES; VAINER; MARICATO, 2000, p. 12, grifo dos autores).

Portanto, esta análise revela a importância desses identitários, relacional e histórico que constitui o cotidiano e a arte de fazer do Mercado das Tulhas um repositório para a memória coletiva regional. Em contraposição há um contexto mercadológico no qual a identidade do outro pode torna-se um produto que incorpora novos valores globais de interdependência que podem levar a um colapso da autenticidade e diferenciação, com homogeneização dos gostos, mesmo em culturas diversas.

Como exemplo o turismo que justapõe o exótico e o diferente ao familiar e lugar comum. Já que atual noção de Patrimônio Cultural dá a falsa sensação de que todos sabem do que estão falando ou sabem do que se trata, provocando um vazio que despoja os espaços dos seus elementos determinantes.

3 DUALIDADE DA IDENTIDADE

A questão da identidade⁶ remete a representação de nós em nós mesmos e dos outros em nós, consistindo isso em um processo fruto de contextos políticos,

⁶ A palavra identidade está no singular, mas pode ser pluralizada.

econômicos, sociais e culturais delineados na história pela emergência do capitalismo, pelo avanço científico, pela modernidade e pelos modelos europeus civilizatórios, em especial, os que ensejaram a colonização do Maranhão.

A identidade, a princípio, parece ser um fenômeno individual, porém Halbwachs (2006) já havia abordado ela como um fenômeno de construção social. Da mesma forma, Pollak (1992) destaca que os elementos constitutivos da memória são tanto os acontecimentos vividos individualmente como os vividos pelo grupo ou coletividade. Segundo o autor é perfeitamente possível que, por meio da socialização política, ou da socialização histórica, ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, tão forte que podemos falar numa memória quase que herdada.

A identidade constitui-se de pessoas, personagens e lugares que no discurso de “Outros” rememoram acontecimento e fatos que dispensam a presença do “Eu”, familiarizando este com algo que não foi vivido por ele, mas devido a traços imutáveis e invariáveis presentes na essência da memória coletiva, tornam contemporâneos os personagens e lugares que fazem parte de outro espaço e tempo. Esses fatos relacionados a personagens e lugares, vividos e não vividos, possuem uma estreita relação dialética com os fatos, papéis e espaços reais concretos.

Conforme aponta Quijano (2005), embora a identidade seja fruto de representações, ela se fundamenta em condições históricas e sociais concretas que determinam a relação que se estabelece entre um “Eu” e um “Outro”. Assim, pode-se articular a concepção de identidade com várias condições objetivas presente em diversos cenários, seja de exploração econômica, dominações diversas e culturas assimétricas. Existe, portanto, uma dialética de confrontações relacionada ao contexto de formação histórica, social, econômica e espacial do Maranhão e por consequência com reflexos presente em São Luís.

No período colonial essa relação dicotômica baseou em um conceito de raça, na qual havia uma naturalização da supremacia de um povo sobre o outro, como exemplo os índios e a noção que eram seres primitivos e desprovidos de alma (QUIJANO, 2005). Na relação com a cultura esse panorama estende seus traços de dominação na

forma como as comunidades dominadas objetivam suas crenças, símbolos, significados e imagens.

Essa noção ocidental etnocêntrica sobre o “Outro” com intuito de submetê-lo, que fez parte da história do Maranhão, baseia-se atualmente em uma visão de absorção das diferenças culturais e da alteridade dos povos, com o objetivo também de estabelecer uma hierarquia sobre as simultaneidades presentes nas regiões e diferentes espaços (ARANTES; VAINER; MARICATO, 2000). Simultaneidades essas que Marques (1998) descreveu como algo mítico, não racional, uma interpretação harmoniosa do presente, passado e futuro, na qual nem a morte pode rompê-la, já que os vivos passeiam entre os mortos sem deles se diferenciar.

Portanto, o conjunto de contradições provenientes dessa relação dialética do “Eu” com o “Outro” marcaram profundamente o identitário da sociedade maranhense revelando que na sua essência está o outro, não se pode eliminar este sem excluir o “Eu”. Nesse sentido a noção de pertencimento a um lugar, espaço ou patrimônio será perturbada por essa ideia de dualismo.

4 MEMÓRIA COLETIVA E A CONTRADIÇÃO DA REVITALIZAÇÃO NO PLANO URBANO

Nesse universo de análise, propõe-se uma reflexão conceitual de memória coletiva de um povo relacionada a um lugar/espaço. Nessa perspectiva, esses espaços de memória originam-se a partir do momento em que a memória se torna o resultado de uma organização voluntária, intencional e seletiva. Enfatizando a importância da sistematização desse conhecimento como referência para o reconhecimento da alteridade de um povo pelos outros.

Os lugares de memória nascem do sentimento de que não há memória espontânea. Daí a necessidade de acumular vestígios, testemunhos, documentos sobre o passado, que se tornarão provas e registros daquilo que se foi (NORA, 1993). Da mesma forma quando se retoma a uma cidade onde se esteve anteriormente, aquilo que se percebe ajuda a reconstituir um quadro em que muitas partes estavam esquecidas (HALBWACHS, 2006).

Com base nesse pressuposto o Mercado das Tulhas possibilita a salvaguarda da memória local do povo da capital maranhense, bem como o desenvolvimento de práticas cotidianas que remetem a saberes e costumes sistematizados em uma trajetória temporal e espacial, além da construção de laços e interações sociais resultantes desse processo.

Essa reflexão, que no contexto da Casa das Tulhas, evidencia mais que suas características materiais e traços coloniais, busca indagar sobre a importância dessas práticas sociais tecidas pelas narrativas e conjunto de saberes dos feirantes e frequentadores do espaço que agregam vivacidade a sua relevância como patrimônio histórico arquitetônico.

Como espaço da memória e sociabilidade fruto dos encontros e desencontros, diversão, amizades, consumos, prazer e diálogos a sua materialidade que reflete tudo isso, diante de olhos incautos, pode ter outras conotações que remetem a um passado onde tais imagens são impostas pelo meio, modificando a impressão que se obtém do local (HALBWACHS, 2006).

Com isso, apresentam-se perspectivas diferenciadas para os diversos atores sociais sobre o mesmo espaço, sendo que para a comunidade do entorno é indissociável o caráter identitário da Feira da Praia Grande devidos os traços presente de uma reminiscência de construção da comunidade, porém para outros grupos, aqueles de outra classe e detentores do meio de produção e de poder político, a memória seria um instrumento dentro de uma lógica hegemônica de dominação.

Percebe-se isso inclusive na noção de planejamento urbano que tem um direcionamento estratégico em contraposição ao antigo modelo convencional tecnocrático, centralizado e autoritário presente nos anos 70. Esse novo paradigma tem como inspiração o ambiente empresarial que faz parte desse contexto neoliberal de negócios, como afirma Borja (1995, p. 276, grifo do autor): "as cidades se conscientizam da mundialização da economia e da comunicação e, em consequência, se produz crescente *competição* entre territórios e especialmente entre seus pontos nodais ou centros, isto é, as cidades."

Dentro disso, a discussão gira em torno da inserção das cidades no cenário

competitivo, no qual se explora atributos que diferencie um lugar do outro e permita atração de investimentos de várias empresas. Sendo assim, com base nesse discurso, além dos atributos e vantagens materiais presentes nos espaços, há também os diferenciais intangíveis que remetem a personagens e lugares que identidade cultural de um local. Essa ideia constitui a noção de plano de revitalização ou requalificação dos espaços urbanos com intuito de enquadrá-los em um sistema competitivo onde os elementos componentes da memória coletiva também são absorvidos.

Pressupondo-se que a cultura tem um papel fundamental dentro dessa incompatibilidade de princípio entre o caráter planejador sistêmico-funcional de uma ideia de inserção no desenvolvimento espacial da cidade e a fragmentação, que como parte desse plano, induz o reforço das diferenças com a quais, por definição, a dimensão cultural se apresenta como uma vantagem competitiva dentro dessa ordem (ARANTES; VAINER; MARICATO, 2000).

Sendo que tal incompatibilidade consiste exatamente nessa possibilidade de pensar estrategicamente uma matriz identitária da memória coletiva, autêntica e espontânea, como se fosse uma mercadoria que tem o intuito de gerar rentabilidade, sem que observe as consequências para desconstrução dessas memórias coletivas. Pois, ao mesmo tempo que as imagens têm uma relação estreita com as lembranças, devido a relação substancial que uma empresta a outra, a não continuidade desses traços substanciais ou descaracterização pela imposição de novas formas de uso causaria uma efemeridade na qual as lembranças iriam se dissipar e não existiria essa noção de memória coletiva (HALBWACHS, 2006).

5 ALGUMAS CONCLUSÕES

Entre as características apresentadas sobre o tema desta pesquisa destaca-se a importância acerca da necessidade de se analisar as novas propostas de centralidades para região do Centro Histórico de São Luís (MA), assim como as ressignificações realizadas a partir dos planos de requalificação desse espaço em especial o que tange o Patrimônio histórico cultural, especificamente a Casa das Tulhas e sua conexão com os símbolos, representações e significados presentes na identidade do



ludovicense.

A abordagem desse pressuposto, foi a partir de múltiplas vertentes, como: a história das mentalidades, dos vencidos ou esquecidos, do cotidiano, das experiências individuais, enfim, de todos os ângulos possíveis e plausíveis, pois, somente assim, rompe-se com a linha dogmática e elitista.

Nessa perspectiva buscou-se estimular a discussão com base nas particularidades da cidade, da distinção dessa região como ponto de convergência, ou seja, o sentido de revitalização foi fundado em um ponto de atração e de articulação de interesses (mercadológicos e culturais).

Ainda nesse pressuposto, a pesquisa incita o debate acerca do papel mediador da cultura nessa dimensão de planificação urbana, relacionando isso com o processo de construção histórica, social e econômica constructos do conceito de identidade. Nesse sentido apresentou-se a dualidade presente na noção de identidade e seus elementos subjacentes que levam a uma reflexão sobre seu real caráter dentro de um plano de desenvolvimento espacial.

Ainda, como resultado da pesquisa sugere-se um planejamento (socioespacial e regional) atrelado as diversas identidades através de repositórios da memória coletiva regional partindo da Casa das Tulhas, ligado as novas formas de uso associadas ao capital e noção de mercadorização das cidades.

Portanto, o presente estudo apresenta uma nova abordagem e ótica sobre a noção de identidade e memória coletiva como elementos constituintes dos planos de requalificação para os espaços urbanos e sua relação objetiva com uma realidade destoante do concreto e que se integra a um contexto do grande capital internacional.

REFERÊNCIAS

ANDRÈS, Luiz Phelipe de Carvalho Castro. **Centro histórico de São Luís – Maranhão: Patrimônio Mundial**. São Paulo: Audichromo, 1998.

ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.



BORJA, Jordi. Políticas da Europa e dos Estados para as cidades. **Espaço e Debates**, ano XVI, n. 39, 1996.

BORJA, Jordi. Fazer cidade na cidade atual. Centros e espaços públicos como oportunidades. In: Brandão, P.; Remesar, A. (coord.). **Espaço Público e Interdisciplinaridade**. Lisboa: Centro Português do Design, 2000.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CRUZ, E. História de Belém. **Belém, Coleção Amazônica**, Série José Veríssimo/UFGA, 1973.

DOSSIÊ UNESCO: Proposta de Inclusão do Centro Histórico de São Luís na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO. 1997. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie%20SAO%20LUIS_pt.pdf> Acesso em: 28 abr. 2017.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. 32. ed. São Paulo: Nacional, 2005.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

MARQUES, César Augusto. **Dicionário Histórico-geográfico da Província do Maranhão**. Rio de Janeiro: Fon-Fon e Seleta, 1970.

MARQUES, Gabriel Garcia. **Cem anos de solidão**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

MARTINS, A. **São Luís: fundamentos do Patrimônio cultural**. São Luís: SAN LUIZ, 2000.

MEIRELES, M. M. **Historia do Maranhão**. 3. ed. São Paulo: Siciliano, 2001.

_____. **França Equinocial**. Rio de Janeiro: Vozes, 1982.

MOREIRA, José. Fundação da cidade de São Luís. **Jornal o Estado do Maranhão**, 1981, p. 6.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Projeto história. **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP**, n. 10. São Paulo, dez. – 1993.

PINTAUDI, S. M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. Scripta Nova. **Revista eletrônica de geografia y ciencias sociales**. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2006, vol. X, núm. 218 (81). Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>>. Acesso em: 8 maio 2017.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, v. 5, n. 10, 1992.



QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do Poder, Eurocentrismo e América Latina. In: Edgardo Lander (org). Colonialidade do Saber: eurocentrismo e ciências sociais. **Perspectivas latino-americanas**. Colección SurSur, CLACSO, Ciudad autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005.

REICHERT, I. C. Legado cultural e turismo: sobre lugares, memórias e outras histórias. In: ASHTON, M. S. G. (Org.). **Turismo**: sinais de cultura. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2000. p. 39-51.

REIS, José Ribamar Sousa dos. **Feira da Praia Grande**. São Luís: Legenda, 1982.

REZENDE, Sérgio Fernando Loureiro. **Não bastam apenas aplausos**: um estudo sobre o relacionamento empresa-cultura. 1992. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Administração da Universidade Federal de Minas Gerais, 1992.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001.

VIVEIROS, Jerônimo de. **História do Comércio do Maranhão – 1612 + 1895**. São Luís: Litográfico. 1998