

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Wiliam Rodrigo Severino

**MERCADOS POPULARES, CULTURA E GASTRONOMIA: PERCEPÇÕES DOS COMERCIANTES
DO MERCADO MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA (MG).**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientadora: Profa. Dra. Edilaine Albertino de Moraes

Juiz de Fora
2026

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **WILIAM RODRIGO SEVERINO**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 202273107A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **MERCADOS POPULARES, CULTURA E GASTRONOMIA: PERCEPÇÕES DOS COMERCIANTES DO MERCADO MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA (MG)**, desenvolvido durante o período de **16/03/2026** a **22/07/2026** sob a orientação de EDILAINE ALBERTINO DE MORAES, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, 22 de Julho de 2026.

WILIAM RODRIGO SEVERINO

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de (X) 1 ano, ou () 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

MERCADOS POPULARES, CULTURA E GASTRONOMIA: PERCEPÇÕES DOS COMERCIANTES DO MERCADO MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA (MG).

Wiliam Rodrigo Severino¹

RESUMO

O presente trabalho analisa o papel do Mercado Municipal de Juiz de Fora (MG) nas experiências culturais e gastronômicas da cidade, a partir das percepções dos comerciantes que atuam nesse espaço. Os mercados municipais constituem ambientes que vão além da função de abastecimento, configurando-se como espaços de sociabilidade, cultura e construção de identidades. Nesse contexto, o estudo busca compreender de que forma o mercado contribui para a valorização da cultura local e da gastronomia regional. A pesquisa possui abordagem qualitativa, com utilização de pesquisa documental, observação direta e conversas com comerciantes locais. Inicialmente, foi realizada a contextualização histórica do mercado, destacando suas transformações físicas e funcionais ao longo do tempo, incluindo o processo recente de revitalização. Em seguida, foram analisadas as percepções dos comerciantes, considerando aspectos como tempo de atuação, atividades desenvolvidas e significados atribuídos ao espaço. Os resultados evidenciam que o mercado desempenha papel relevante como espaço de trabalho, geração de renda e preservação cultural, sendo também reconhecido como local de convivência, lazer e expressão da identidade local. Além disso, observa-se a coexistência entre comerciantes tradicionais e novos, indicando um processo de continuidade e renovação. Conclui-se que o Mercado Municipal de Juiz de Fora constitui um importante instrumento de valorização cultural e gastronômica, contribuindo para a dinâmica social, econômica e cultural da cidade.

Palavras-chave: Mercados urbanos; Cultura popular; Gastronomia mineira; Juiz de Fora.

1. INTRODUÇÃO

Historicamente, o Mercado Municipal estabelece-se como um importante espaço de convivência urbana, no qual se constroem relações comerciais e sociais entre comerciantes locais e consumidores. Os mercados municipais populares constituem espaços tradicionais de abastecimento urbano que extrapolam a dimensão econômica, configurando-se como ambientes de sociabilidade, cultura e expressão das identidades locais. Nesses espaços, práticas comerciais articulam-se a relações sociais e manifestações culturais. Dessa forma, os mercados municipais e feiras livres representam importantes espaços de sociabilidade urbana, nos quais se estabelecem relações econômicas e sociais entre comerciantes e consumidores, contribuindo para a dinâmica cultural das cidades (DOLZANI, 2008, p. 8).

Nos mercados populares, os alimentos e seus modos de preparo carregam significados simbólicos e históricos, revelando tradições locais e práticas culinárias transmitidas entre gerações (OLIVEIRA; SILVA, 2020, p. 3). Por isso, a gastronomia desempenha papel central nesses ambientes, uma vez que a alimentação extrapola a dimensão biológica, expressando valores culturais, memórias e identidades coletivas. Assim, esses mercados contribuem para a circulação de saberes culinário e para a valorização de práticas alimentares que refletem a história e a cultura regional.

Na realidade brasileira esses espaços assumem papel relevante na organização da vida cotidiana, funcionando como pontos de encontro e troca de experiências e produtos entre indivíduos de diferentes origens sociais. Mais do que locais de comercialização, configuram ambientes de convivência onde se “estabelecem relações de confiança, negociação e proximidade entre comerciantes e consumidores, fortalecendo vínculos comunitários e culturais” (DOLZANI, 2008, p. 6). Dessa maneira, os mercados populares configuram-se como ambientes de intensa interação social, econômica e cultural, nos quais diferentes práticas se encontram e se transformam continuamente, conforme destaca Canclini (2015, p. 43).

Nesse contexto, o Mercado Municipal de Juiz de Fora constitui-se como espaço de convivência e dinamização cultural, reunindo “exposições, centro de compras e culinária” (WERNECK, 2025). Instalado em um edifício histórico pertencente ao antigo complexo da Companhia Têxtil Bernardo Mascarenhas, o mercado tornou-se um importante ponto de encontro cultural e comercial, integrando lojas de alimentos, artesanato e espaços gastronômicos que articulam tradição e contemporaneidade (ESTADO DE MINAS, 2025).

¹ Graduando em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: wiliamtunker@gmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientadora: Dra. Profa. Edilaine Albertino de Moraes.

Ao longo de sua trajetória, passou por transformações físicas e funcionais que acompanharam as mudanças urbanas e sociais da cidade. Sua recente reabertura reforça seu papel como espaço de convivência, lazer e valorização cultural, ampliando sua relevância na dinâmica urbana e no fortalecimento da identidade local.

Ademais, sua recente revitalização reforçou a função de integração entre comércio, cultura e lazer, ampliando sua relevância para dinamizar a economia e cultural do centro urbano, além de sediar eventos, exposições e manifestações artísticas (TRIBUNA DE MINAS, 2025).

Sendo assim, torna-se relevante investigar as percepções dos comerciantes sobre o mercado enquanto espaço cultural e gastronômico, buscando compreender como suas práticas e experiências contribuem para a construção da identidade cultural e gastronômica do Mercado Municipal de Juiz de Fora.

Diante disso, a presente pesquisa busca responder à seguinte questão: de que maneira o Mercado Municipal de Juiz de Fora contribui para a construção e valorização das experiências culturais e gastronômicas da cidade? Como os comerciantes que atuam nesse espaço percebem essa relação do mercado com a promoção da cultura e da gastronomia local?

Como objetivo geral, pretende-se analisar o papel do Mercado Municipal de Juiz de Fora nas experiências culturais e gastronômicas da cidade, com base a percepção dos comerciantes locais. Como objetivos específicos, busca-se: (1) descrever a história do mercado; (2) caracterizar suas transformações físicas e funcionais; (3) identificar a importância da cultura local e da gastronomia nas atividades comerciais; (4) analisar a percepção dos comerciantes quanto à valorização cultural e gastronômica; e (5) comparar as percepções sobre o antes e o depois da reabertura do espaço.

Assim, o estudo busca contribuir para a compreensão do Mercado Municipal como um espaço multifuncional, no qual se articulam dimensões econômicas, culturais e sociais, evidenciando sua relevância para a valorização da cultura e da gastronomia no contexto urbano de Juiz de Fora.

2. HISTÓRIA DO MERCADO MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA (MG).

2.1. Origem e desenvolvimento urbano da cidade.

A história do Mercado Municipal de Juiz de Fora está diretamente relacionada ao processo de formação e desenvolvimento urbano da cidade. O município surgiu a partir da ocupação do território associada à abertura do chamado Caminho Novo, estrada criada pela Coroa Portuguesa no século XVIII para facilitar o transporte do ouro das regiões mineradoras até o litoral do Rio de Janeiro. A partir dessa rota comercial formou-se o povoado de Santo Antônio do Juiz de Fora, que posteriormente deu origem à atual cidade (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, s.d).

Ao longo do século XIX, Juiz de Fora apresentou expressivo crescimento econômico impulsionado pela cafeicultura e pela industrialização, sobretudo no setor têxtil, o que levou a cidade a ser reconhecida como “Manchester Mineira”, em alusão ao importante polo industrial inglês (PIRES, 2009).

Nesse contexto de expansão urbana e econômica, surgiram diferentes equipamentos urbanos voltados ao abastecimento e à organização da atividade comercial. Entre esses equipamentos, destaca-se o Mercado Municipal, criado com o objetivo de concentrar e organizar a comercialização de alimentos e outros produtos essenciais para a população local. Conforme afirmam Melo Souza e Souza (2021, p. 5), “os mercados municipais foram instituídos como espaços destinados à centralização do comércio de gêneros alimentícios e à organização do abastecimento urbano”.

2.2. Construção do primeiro Mercado Municipal.

Segundo a Prefeitura de Juiz de Fora, o antigo mercado municipal “foi construído em 1904 pela firma Teperine, Sisto e Cia., em estilo eclético” (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, s.d).

O edifício possuía dois pavimentos e apresentava ornamentação arquitetônica com torres, características que reforçavam sua relevância na paisagem urbana da cidade. Inicialmente, a empresa responsável pela construção recebeu autorização para explorar economicamente o mercado por um período de vinte anos, mediante acordo firmado com a Câmara Municipal (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, 2025).

O Mercado Municipal concentrou a venda de alimentos essenciais à população, oferecendo “grande variedade de produtos como frutas, hortaliças, carnes, laticínios e temperos” (JFMINAS, s.d.).

Além da função econômica, o mercado também se consolidou como espaço de convivência e sociabilidade, reunindo comerciantes, produtores rurais e consumidores em um ambiente de intensa circulação de pessoas. Nesse sentido, os mercados municipais não se limitam apenas ao abastecimento urbano, mas também desempenham papel importante na construção das relações sociais no espaço urbano. Conforme destacam João Pedro de Melo Souza e Milena Andreola de Souza (2023, p. 45), “os mercados municipais historicamente desempenham papel central no abastecimento urbano e também se configuram como espaços de interação social e convivência comunitária”.

2.3. Transformações urbanas e mudanças de uso.

Com o passar do tempo, o crescimento urbano e as mudanças nas dinâmicas econômicas da cidade provocaram transformações na função original do mercado. Na década de 1930, o prédio do antigo mercado deixou de exercer plenamente sua função comercial e acabou sendo adquirido por um empresário local, que instalou no espaço uma agência de veículos. Conforme registro histórico, “o edifício do antigo Mercado Municipal foi vendido na década de 1930 e passou a abrigar uma concessionária de automóveis” (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, s.d.).

Essa mudança refletia transformações mais amplas na organização do comércio urbano, que passou a incorporar novos formatos comerciais e centros de abastecimento. Como destaca Milton Santos, o espaço urbano é constantemente reorganizado pelas dinâmicas econômicas e sociais, pois “a cidade é o lugar onde se materializam as transformações das atividades econômicas e das formas de comércio” (SANTOS, 2008, p. 63). Ainda assim, o edifício permaneceu como importante referência arquitetônica e histórica da cidade.

Posteriormente, o edifício foi reconhecido como patrimônio histórico municipal e tombado por meio do Decreto nº 6.754/2000, medida que garantiu a preservação de suas características arquitetônicas e sua importância para a memória urbana de Juiz de Fora (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, 2000).

2.4. Transferência para o Complexo Mascarenhas.

A transferência do Mercado Municipal de Juiz de Fora para o complexo da antiga Companhia Têxtil Bernardo Mascarenhas ocorreu na década de 1980, após a desativação da fábrica, fundada em 1888, sendo o espaço posteriormente adaptado para usos culturais e comerciais, consolidando-se como marco da industrialização local (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, s.d.; BITARELLO, 2024).

A indústria têxtil teve papel relevante no desenvolvimento econômico de Juiz de Fora entre os séculos XIX e XX, destacando-se a Companhia Têxtil Bernardo Mascarenhas pelo uso de inovações tecnológicas, como a energia elétrica na produção. Após o encerramento das atividades industriais, o edifício foi restaurado e reutilizado para fins culturais e comerciais, abrigando o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas e o Mercado Municipal (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, 2024).

Em 1987, o antigo complexo industrial da Companhia Têxtil Bernardo Mascarenhas passou por um processo de reutilização urbana, sendo transformado em um espaço cultural que passou a abrigar o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas e o Mercado Municipal. Essa iniciativa teve como objetivo preservar o patrimônio histórico da cidade e atribuir novas funções culturais e comerciais ao local (PREFEITURA DE JUIZ DE FORA, 2023).

2.5. Incêndio e reconstrução do mercado.

Apesar da importância cultural e econômica do mercado, o local enfrentou um dos episódios mais marcantes de sua história em 12 de setembro de 1991, quando um incêndio provocado pela explosão de um reator de lâmpada fluorescente destruiu grande parte da estrutura do mercado. O incidente consumiu praticamente todos os setores comerciais existentes no local (JFMINAS).

Após o incêndio, comerciantes e autoridades municipais mobilizaram esforços para reconstruir o espaço e garantir a continuidade das atividades comerciais. Durante alguns anos, o mercado funcionou de maneira improvisada, até que novas obras de recuperação foram realizadas (JFMINAS).

A reconstrução do mercado representou um importante movimento de preservação da memória urbana da cidade. A união entre permissionários e poder público permitiu que o espaço fosse restaurado e reaberto, mantendo sua função comercial e cultural no centro de Juiz de Fora (BITARELLO, 2024).

2.6. Reformas, revitalização e reabertura recente.

Nas décadas seguintes, o Mercado Municipal continuou desempenhando papel relevante na vida urbana da cidade, reunindo diferentes atividades comerciais e gastronômicas. O espaço passou a abrigar lojas de hortifrúti, açougues, peixarias, laticínios, temperos, bebidas e artesanato, além de bares e restaurantes que reforçam sua função como local de convivência social (JFMINAS).

Segundo o jornal Tribuna de Minas, em 2023 o Mercado Municipal de Juiz de Fora foi fechado para obras de reforma e modernização que buscavam melhorar a infraestrutura e ampliar os espaços de convivência do local, reforçando sua vocação cultural e gastronômica (TRIBUNA DE MINAS, 2025).

Após cerca de dois anos de obras de revitalização, o Mercado Municipal de Juiz de Fora foi reaberto em abril de 2025 com nova estrutura e proposta de integração entre comércio, gastronomia e atividades culturais, incluindo espaços para alimentação, exposições artísticas e eventos culturais (TRIBUNA DE MINAS, 2025).

A revitalização do mercado também foi vista como parte de um projeto mais amplo de valorização do centro histórico de Juiz de Fora. Nesse sentido, “o espaço representa um importante instrumento de dinamização econômica, cultural e turística da cidade” (TRIBUNA DE MINAS, 2025).

3. O mercado como espaço cultural, gastronômico.

Atualmente, o Mercado Municipal de Juiz de Fora se consolidou como um espaço que integra atividades comerciais, culturais e gastronômicas. Além da venda de alimentos e produtos regionais, o local passou a sediar eventos culturais, exposições artísticas e iniciativas voltadas à valorização da identidade cultural e da dinâmica urbana da cidade (TRIBUNA DE MINAS, 2025).

A presença de restaurantes, bares e espaços gastronômicos em mercados públicos amplia sua função para além do comércio tradicional, transformando esses locais em ambientes de experiências culinárias e de valorização dos sabores regionais. Nesse contexto, os mercados tornam-se espaços onde moradores e visitantes podem entrar em contato com produtos típicos e práticas alimentares ligadas à identidade cultural do território. Segundo Massimo Montanari, a alimentação possui forte dimensão cultural, pois os modos de produzir, preparar e consumir alimentos estão associados às tradições e aos valores sociais de cada comunidade (MONTANARI, 2008, p. 16).

Nesse sentido, o mercado ultrapassa sua função tradicional de abastecimento alimentar e passa a desempenhar papel relevante na construção das experiências culturais e gastronômicas da cidade. Esses espaços urbanos também assumem funções sociais e culturais, contribuindo para a valorização das práticas alimentares e das tradições locais. Conforme destaca Massimo Montanari, a alimentação deve ser compreendida como fenômeno cultural, pois “comer é um ato carregado de significados sociais e simbólicos” (MONTANARI, 2008, p. 15). Dessa forma, a trajetória histórica dos mercados revela não apenas transformações arquitetônicas, mas também mudanças nas formas de uso e na significação desses espaços na vida urbana.

A alimentação pode ser compreendida como um elemento fundamental na formação das identidades culturais, pois os hábitos alimentares refletem processos históricos, sociais e simbólicos construídos ao longo do tempo, envolvendo tanto a produção quanto o consumo dos alimentos (Massimo Montanari, 2008, p. 16).

3.1. Cultura alimentar gastronomia nos mercados urbanos.

Segundo Oliveira e Silva (2020, p. 4), “nos mercados públicos, a gastronomia assume papel particularmente relevante, pois esses espaços reúnem produtos típicos, receitas tradicionais e práticas culinárias que refletem a diversidade cultural de uma determinada região”.

As práticas alimentares resultam de processos históricos e culturais, nos quais diferentes influências se encontram e se transformam, atribuindo novos significados sociais aos alimentos e contribuindo para a construção de identidades coletivas (MONTANARI, 2008, p. 95).

Segundo Massimo Montanari, a alimentação deve ser compreendida como um fenômeno cultural, pois os alimentos não possuem significados apenas nutricionais, mas também simbólicos e sociais. Para o autor, as práticas alimentares revelam tradições, valores e identidades coletivas, sendo fundamentais para a compreensão das culturas humanas (MONTANARI, 2008, p. 16).

A gastronomia ultrapassa a dimensão estritamente alimentar e passa a representar um importante elemento de expressão cultural das sociedades. Os modos de preparo, os ingredientes utilizados e as receitas transmitidas entre gerações constituem formas de preservação da memória e da identidade de diferentes grupos

sociais. Nesse sentido, a alimentação pode ser compreendida como um fenômeno cultural, pois “as práticas alimentares revelam valores, tradições e identidades coletivas construídas historicamente” (MONTANARI, 2008, p. 16).

Os hábitos alimentares brasileiros são resultado de diferentes processos históricos e culturais, influenciados por tradições indígenas, africanas e europeias. Nesse sentido, a culinária brasileira expressa a diversidade cultural e social presente no país (CASCUDO, 2011, p. 23).

A gastronomia é um elemento essencial de preservação da memória cultural. Pratos típicos, ingredientes regionais e práticas culinárias tradicionais manifestam a identidade cultural de diferentes territórios, valorizando as culturas locais. Conforme destaca Massimo Montanari (2008, p. 16), a alimentação deve ser entendida como um fenômeno cultural, pois os alimentos carregam significados sociais e simbólicos que refletem valores e tradições das sociedades.

4. Mercados públicos populares como espaços de sociabilidade.

Os mercados públicos possuem longa tradição na organização das cidades e no abastecimento alimentar da população. Historicamente, esses espaços foram criados para centralizar a comercialização de produtos agrícolas e alimentícios, mas também passaram a desempenhar funções sociais importantes, atuando como locais de encontro, convivência e interação entre diferentes grupos sociais (DANIELLI; MACKMILLAN, 2018).

Além de sua função econômica, os mercados populares constituem ambientes de sociabilidade que favorecem a construção de relações sociais baseadas na proximidade e na confiança. Nas feiras e mercados, o contato direto entre vendedor e consumidor possibilita práticas como a negociação, a troca de informações e o estabelecimento de vínculos que ultrapassam a simples relação comercial (DOLZANI, 2008, p. 8).

Essa característica distingue os mercados populares de outros formatos de comércio contemporâneo, como supermercados e shopping centers, nos quais as relações tendem a ser mais impessoais. Nos mercados e feiras, a presença de relações humanas diretas contribui para a manutenção de práticas culturais e sociais tradicionais, reforçando o papel desses espaços na vida urbana (DOLZANI, 2008, p. 9).

Nesse contexto, os mercados públicos populares podem ser compreendidos como espaços de sociabilidade, nos quais práticas culturais e relações sociais se articulam, fortalecendo vínculos entre comerciantes, artistas e consumidores, sendo ambientes que ultrapassam a função econômica e promovem interações sociais e construção de identidades coletivas (SERVILHA; DOULA, 2009).

As apresentações musicais realizadas no segundo piso do Mercado Municipal de Juiz de Fora, especialmente na área gastronômica, reforçam o caráter desses espaços como ambientes de convivência e interação social. A presença de música ao vivo, com estilos variados como samba e pop rock, contribui para transformar o mercado em um ponto de encontro cultural, ampliando as experiências dos frequentadores para além do consumo de produtos (ACESSA.COM, 2025).

4.1. Mercados municipais e identidade cultural urbana e práticas sociais.

Segundo Leonardo Danielli e Vanderli Machado Mackmillan, os mercados públicos e feiras livres possuem longa tradição na organização das cidades e na estruturação do comércio urbano, atuando historicamente como centros de abastecimento alimentar e espaços de convivência social (2018, p. 3).

De acordo com Dolzani (2008), os mercados e feiras livres representam importantes espaços de sociabilidade urbana, pois promovem o encontro entre diferentes grupos sociais e favorecem relações de proximidade entre comerciantes e consumidores. Diferentemente de outros formatos de comércio mais impessoais, como supermercados e grandes centros comerciais, os mercados populares preservam relações sociais baseadas na interação direta e na confiança.

Para Canclini (2015), os mercados também podem ser interpretados como espaços de mediação entre tradição e modernidade. Enquanto preservam práticas comerciais e culturais tradicionais, esses ambientes também incorporam novas formas de consumo e experiências culturais associadas ao turismo e ao lazer urbano.

Os mercados municipais exercem papel relevante na construção da identidade cultural urbana, pois concentram práticas comerciais, sociais e culturais que contribuem para preservar tradições e fortalecer a memória coletiva das cidades (BIEHL, 2025).

Segundo Biehl (2025, p. 4), os mercados urbanos funcionam como espaços de representação cultural, pois “reúnem alimentos típicos, artesanato e manifestações culturais que expressam a identidade local”, ao

mesmo tempo em que se adaptam às transformações e às novas dinâmicas das cidades sem perder completamente suas características tradicionais.

Nesse sentido, o Mercado Municipal de Juiz de Fora pode ser compreendido como um espaço urbano que articula comércio popular, gastronomia e manifestações culturais, desempenhando papel relevante na dinâmica social e cultural da cidade (SOUZA; SOUZA, 2023).

A análise das percepções dos comerciantes que atuam nesse espaço permite compreender como as práticas cotidianas de trabalho, comercialização e produção alimentar contribuem para a manutenção da cultura local e para a construção de significados associados ao mercado enquanto espaço de identidade e pertencimento. Nesse sentido, os mercados populares podem ser compreendidos como ambientes de sociabilidade onde se estabelecem relações sociais e culturais que ultrapassam a simples troca econômica (DOLZANI, 2008, p. 8).

A cultura pode ser entendida como um conjunto de práticas, valores e significados construídos socialmente ao longo do tempo, que orientam formas de comportamento e interação entre os indivíduos. Nesse sentido, ela não se limita apenas às manifestações artísticas ou eruditas, mas também se manifesta nas práticas cotidianas e nas formas de organização da vida social (CANCLINI, 2015).

De acordo com Néstor García Canclini, a cultura nas sociedades contemporâneas deve ser compreendida a partir das relações entre tradição e modernidade, uma vez que os processos culturais urbanos são caracterizados por dinâmicas de mistura e transformação entre diferentes práticas culturais (CANCLINI, 2015, p. 43).

Nesse contexto, os mercados populares podem ser compreendidos como espaços de interação cultural no ambiente urbano, onde práticas comerciais, tradições culinárias e relações sociais se articulam no cotidiano das cidades. Esses ambientes favorecem a convivência entre diferentes grupos sociais e contribuem para a circulação de saberes e experiências culturais, evidenciando a diversidade cultural presente no espaço urbano (CANCLINI, 2015).

Sob outra perspectiva, Roberto DaMatta destaca que as práticas sociais do cotidiano desempenham papel fundamental na construção da identidade cultural brasileira. Para o autor, “atividades aparentemente simples, como comer, comprar ou frequentar determinados espaços urbanos, carregam significados simbólicos que expressam valores e hierarquias presentes na sociedade” (DAMATTA, 1997, p. 28).

Nesse contexto, os mercados populares podem ser compreendidos como espaços de interação cultural no ambiente urbano, onde práticas comerciais, tradições culinárias e relações sociais se articulam no cotidiano das cidades. Esses ambientes favorecem a convivência entre diferentes grupos sociais e contribuem para a circulação de saberes e experiências culturais, evidenciando a diversidade cultural presente no espaço urbano (CANCLINI, 2015).

5. Mercado Municipal como equipamento patrimonial e cultural da cidade.

Os mercados públicos surgiram historicamente como espaços destinados à concentração das atividades comerciais, com o objetivo de facilitar as trocas de mercadorias. Antes da consolidação desses espaços físicos, tais práticas ocorriam em ruas e praças, especialmente nas cidades medievais, onde comerciantes e artesãos organizavam suas atividades de forma dispersa no espaço urbano (PINTAUDI, 2006). Atualmente, esses espaços permanecem presentes em diversas cidades, sendo conhecidos como mercados municipais e desempenhando funções relacionadas tanto ao abastecimento quanto à cultura.

Para além de sua função econômica, os mercados municipais configuram-se como importantes espaços de convivência social. De acordo com Servilha e Doula (2009), esses ambientes integram a vida comunitária, articulando funções econômicas e sociais e contribuindo para a construção de identidades culturais. Os autores destacam que os espaços públicos são fundamentais para o desenvolvimento de sociabilidades e vínculos afetivos, especialmente em contextos urbanos de menor porte, nos quais os mercados desempenham papel central na promoção de práticas sociais, encontros entre diferentes grupos e manifestações culturais (SERVILHA; DOULA, 2009, p. 125).

No âmbito da cultura alimentar, os mercados municipais também se destacam como espaços de diversidade gastronômica. Conforme Almeida et al. (2008), esses locais podem ser compreendidos como modelos de feiras gastronômicas, nos quais há ampla oferta de alimentos e bebidas. Nesse sentido, a culinária é entendida como manifestação cultural que extrapola o ato de se alimentar, envolvendo práticas sociais, modos de vida e diferentes temporalidades. Além disso, esses espaços também podem ser considerados ambientes de

lazer, pois promovem momentos de socialização e convivência entre os indivíduos (SANTOS; MANOLESCU, 2008).

Nas últimas décadas, os mercados municipais passaram por processos de ressignificação, sendo reconhecidos como importantes elementos do patrimônio cultural urbano. Muitos desses espaços foram revitalizados, ampliando suas funções para além do abastecimento, incorporando atividades culturais, turísticas e gastronômicas. Segundo Canclini (2015, p. 45), os espaços urbanos contemporâneos são marcados pela coexistência entre práticas tradicionais e modernas, evidenciando dinâmicas de transformação cultural. Nesse contexto, os mercados assumem novas funções, articulando comércio, cultura, lazer e turismo.

Essas transformações também estão relacionadas às mudanças nas dinâmicas urbanas, nas quais os mercados deixam de ser apenas locais de compra e venda e passam a contribuir para a valorização das identidades culturais locais (MONTANARI, 2008, p. 16). No caso do Mercado Municipal de Juiz de Fora, sua trajetória está diretamente associada ao desenvolvimento urbano e econômico da cidade, tendo desempenhado papel relevante na organização das atividades comerciais e na formação do espaço urbano. Conforme destacam Melo Souza e Souza (2022, p. 3), o mercado constitui um importante elemento na estruturação das práticas comerciais do município.

A reabertura do Mercado Municipal reforça sua função como espaço de convivência e valorização cultural e gastronômica. Assim, analisar as percepções dos comerciantes é fundamental para compreender o papel desse equipamento urbano nas experiências culturais e gastronômicas da cidade.

6. METODOLOGIA

A presente pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem qualitativa, utilizando procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental, observação direta e conversas com os sujeitos locais. Esses procedimentos foram adotados com o objetivo de compreender as percepções dos comerciantes do Mercado Municipal de Juiz de Fora (MG), contribuindo para a análise do mercado como um espaço multifuncional, no qual se articulam dimensões econômicas, culturais e sociais, evidenciando sua relevância para a valorização da cultura e da gastronomia no contexto urbano.

O levantamento bibliográfico constituiu etapa fundamental da pesquisa, permitindo a construção do embasamento teórico necessário à compreensão do objeto de estudo. Foram consultados artigos científicos, livros, dissertações, teses e documentos institucionais disponíveis em bases acadêmicas como Google Acadêmico, SciELO, periódicos CAPES e revistas da área de Ciências Sociais Aplicadas. Utilizaram-se descritores como “mercados públicos”, “cultura alimentar”, “gastronomia”, “sociabilidade urbana” e “feiras livres”, contemplando diferentes abordagens teóricas.

Conforme Gil (2002), a pesquisa bibliográfica baseia-se em materiais já publicados, possibilitando ao pesquisador analisar contribuições teóricas existentes e fundamentar o desenvolvimento científico. Nesse sentido, o referencial teórico foi construído a partir de autores que discutem cultura, alimentação e mercados urbanos.

Paralelamente, a pesquisa documental utilizou materiais institucionais, reportagens e documentos oficiais, especialmente da Prefeitura de Juiz de Fora, possibilitando reconstruir a trajetória histórica do mercado e analisar suas transformações físicas e funcionais. Dessa forma, a articulação entre levantamento bibliográfico e documental forneceu subsídios teóricos e empíricos essenciais para compreender o papel do mercado na valorização cultural e gastronômica, bem como as percepções dos comerciantes.

A coleta de dados empíricos foi realizada por meio de conversas presenciais com alguns comerciantes do Mercado Municipal de Juiz de Fora. O campo ocorreu entre os dias 10 e 13 de abril de 2026. A abordagem ocorreu conforme a disponibilidade e interesse dos comerciantes em contribuir anonimamente com a pesquisa. Considerando que a estrutura total comporta 64 unidades, entre boxes, lojas e restaurantes, observa-se a existência de vagas ainda não ocupadas. Embora não haja detalhamento preciso do número de comerciantes ativos por segmento, as vagas concentram-se principalmente nas áreas de artesanato, hortifrúti, bares e restaurantes. Alguns comerciantes locais por meio de conversas contribuíram para realização da coleta de dados empíricos somando 18 indivíduos no total. Para a condução da pesquisa, foi elaborado um roteiro de perguntas no Google Forms, estruturado como instrumento de apoio à coleta de dados. O roteiro contemplou questões voltadas à compreensão das percepções dos comerciantes acerca do papel do mercado na valorização cultural e gastronômica do município, permitindo a obtenção de informações relevantes para os objetivos da pesquisa.

7. RESULTADO E DISCUSSÕES

7.1. Caracterização da área de estudo.

O Mercado Municipal de Juiz de Fora (MG), objeto deste estudo, está localizado na região central da cidade, na Avenida Getúlio Vargas, nº 200, inserido no histórico Complexo Mascarenhas. O espaço reúne diferentes atividades comerciais, incluindo a venda de produtos regionais, laticínios e uma área destinada à gastronomia. O acesso ao estacionamento ocorre pela Rua Doutor Paulo Frontin, nº 170, onde se observou fluxo significativo de pessoas em diferentes horários do dia.

O funcionamento do Mercado Municipal ocorre, em geral, de segunda a sexta-feira, das 8h às 19h; aos sábados, das 8h às 14h; e aos domingos, das 8h às 13h. Destaca-se que os bares e restaurantes localizados na área gastronômica possuem horário estendido, operando diariamente, inclusive aos finais de semana, das 10h às 22h.

Figura 1 – Imagem do Mercado Municipal, Juiz de Fora (MG).



Fonte: https://www.pjf.mg.gov.br/noticias/arquivo/0904_mercado_municipal_105711.png

Figura 2- Vista de satélite com a localização do Mercado Municipal, Juiz de Fora (MG).



Fonte: Legenda localização do Mercado Municipal de Juiz de Fora <https://maps.app.goo.gl>
Fonte: Google Maps, (2026). Adaptado pelo autor.

A gestão do Mercado Municipal de Juiz de Fora é de responsabilidade da Prefeitura Municipal, por meio de órgãos vinculados à administração urbana e ao desenvolvimento econômico. Os espaços comerciais são ocupados por permissionários, mediante autorização do poder público e pagamento de taxas de uso, definidas por instrumentos legais, como editais e contratos administrativos, variando conforme as características do espaço e da atividade exercida, o que configura um modelo de gestão pública com exploração indireta do comércio.

7.2. Perfil dos comerciantes do Mercado Municipal.

Os dados evidenciam que o perfil dos comerciantes do Mercado Municipal de Juiz de Fora é marcado pela predominância de indivíduos mais experientes, com destaque para a faixa etária acima de 50 anos (44,4%), seguida pelo grupo de 36 a 50 anos (38,9%), indicando forte presença de trajetórias consolidadas no comércio.

Em relação ao gênero, observa-se maior participação feminina (66,7%), o que demonstra a relevância das mulheres nas atividades comerciais do mercado, especialmente no contexto da economia local e da gastronomia.

Quanto à cor/raça, há predominância de comerciantes brancos (44,4%), seguidos por pardos (33,3%) e pretos (22,2%), refletindo a diversidade social presente no espaço, ainda que com desigualdades na representação.

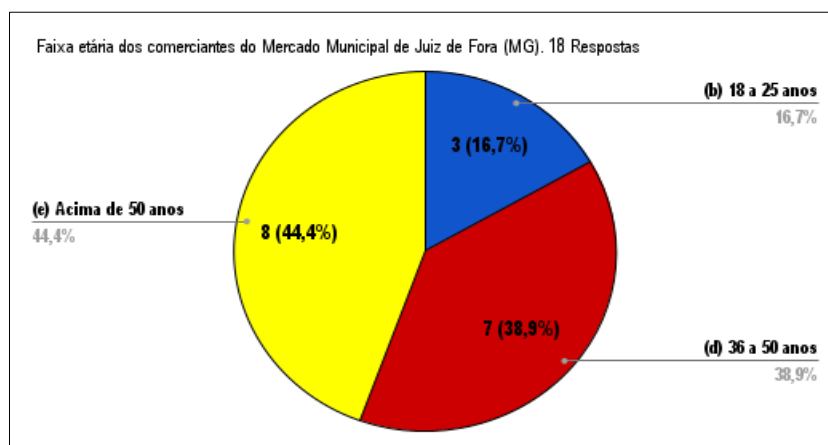
A pesquisa evidencia um perfil heterogêneo quanto ao tempo de atuação. Observa-se que a maioria atua há mais de 10 anos (n=8; 44,4%), seguida pelos que trabalham entre 1 a 3 anos (n=7; 38,9%), menos de 1 ano (n=2; 11,1%) e entre 4 a 10 anos (n=1; 5,6%). Esses dados indicam duas concentrações principais: comerciantes veteranos (44,4%) e comerciantes recentes (50% considerando até 3 anos), evidenciando a coexistência entre permanência e renovação no espaço. A expressiva presença de comerciantes antigos demonstra a existência de um núcleo consolidado, enquanto a entrada de novos atores coincide com o período pós-reforma, sugerindo maior atratividade após a revitalização. A baixa representatividade na faixa intermediária (5,6%) aponta para um período anterior de menor dinamismo do mercado.

Em relação às atividades desenvolvidas, verifica-se equilíbrio entre três segmentos principais: alimentação/produtos frescos (n=6; 33,3%), artesanato e souvenirs (n=6; 33,3%) e gastronomia (n=5; 27,8%), com menor participação de embalagens descartáveis (n=1; 5,6%). Essa distribuição evidencia a diversidade comercial e o caráter multifuncional do mercado, que articula abastecimento, cultura e experiências gastronômicas, mantendo sua função tradicional ao mesmo tempo em que incorpora dimensões culturais e turísticas.

Quanto ao vínculo laboral anterior à reabertura, a maioria dos comerciantes (n=10; 55,6%) já atuava no mercado, enquanto 44,4% (n=8) ingressaram após a reforma. Esse resultado demonstra continuidade significativa das atividades, associada à preservação de práticas tradicionais, ao mesmo tempo em que indica renovação parcial do perfil dos comerciantes. Assim, a composição mista entre antigos e novos permissionários configura um cenário de transição, relevante para compreender a dinâmica entre tradição e modernização, bem como seus impactos na cultura gastronômica e nas práticas comerciais do mercado.

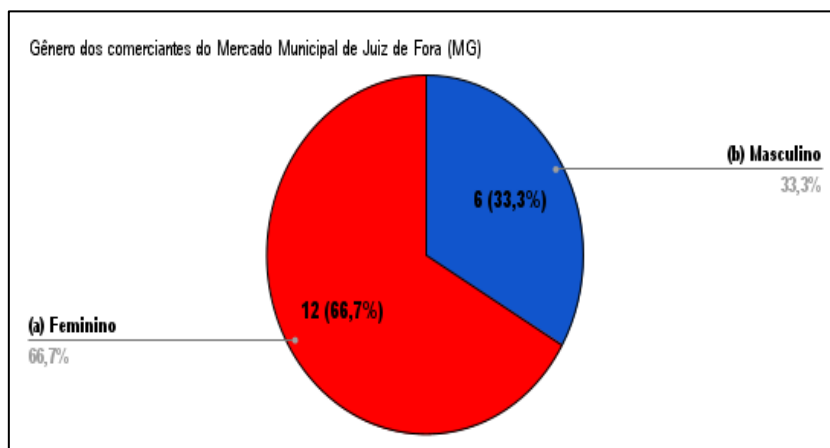
De modo geral, os dados indicam que o mercado constitui um espaço tradicional, sustentado por experiências acumuladas, com forte presença feminina e diversidade social, reforçando seu papel como ambiente de sociabilidade e preservação cultural no contexto urbano. As informações detalhadas podem ser observadas nos gráficos 1, 2, 3, 4, 5 e 6.

Gráfico 1 – Dados sobre a faixa etária dos comerciantes no Mercado Municipal.



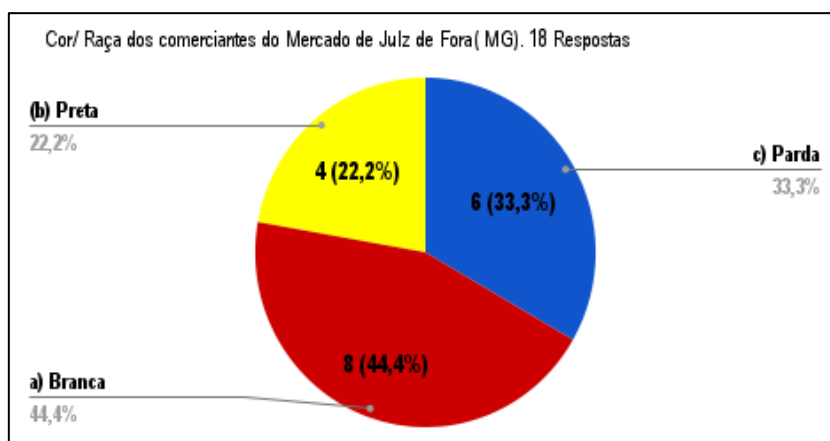
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 2 – Dados sobre o gênero dos comerciantes do Mercado Municipal.



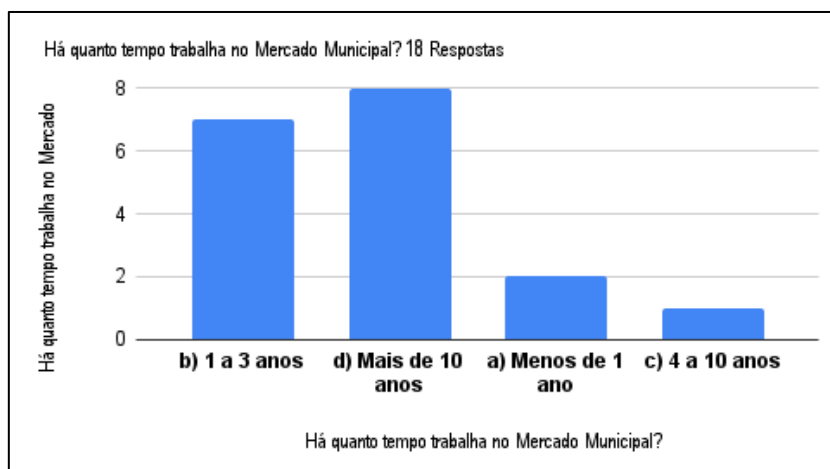
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 3 – Dados sobre a cor/raça dos comerciantes do Mercado Municipal.



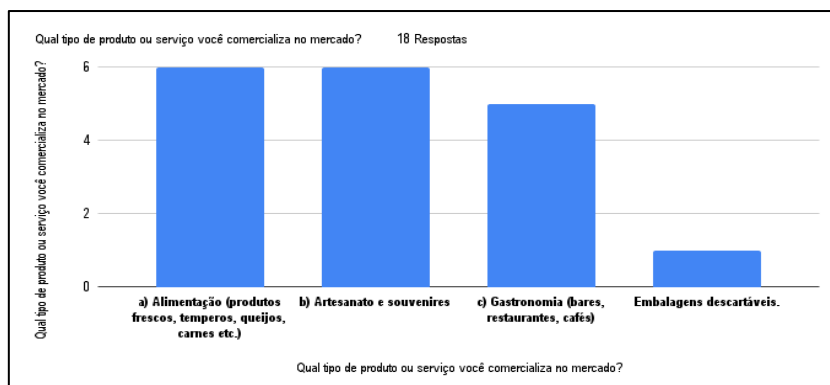
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 4 – Dados sobre o tempo de trabalho dos comerciantes no Mercado Municipal.



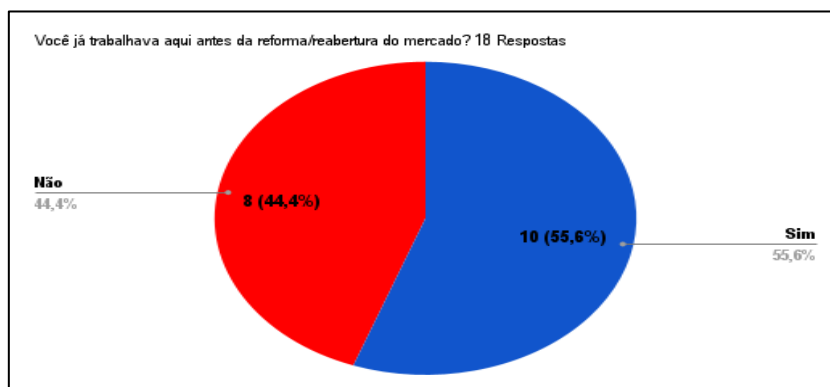
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 5 – Dados sobre os tipos de produtos ou serviços comercializados pelos comerciantes no Mercado Municipal.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 6 – Dados sobre os comerciantes se já trabalhavam antes da reforma/revitalização do Mercado Municipal.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

7.3. Experiências antes da Reabertura.

A análise dos dados evidencia a avaliação dos 18 comerciantes acerca das condições de funcionamento do Mercado Municipal de Juiz de Fora no período anterior à reforma. Verifica-se que a estrutura física precária foi apontada como principal problema, correspondendo a 44,9% (n=8) das respostas. Em seguida, destacam-se as deficiências na rede elétrica e hidráulica (33,3%; n=6) e questões relacionadas à desorganização e limpeza (22,2%; n=4). Esses resultados indicam que as limitações estruturais e de infraestrutura básica comprometiam as condições de trabalho, segurança e higiene, especialmente relevantes em um ambiente voltado à comercialização de alimentos.

No que se refere aos desafios enfrentados, observa-se que 50% dos comerciantes (n=9) identificaram a estrutura como principal obstáculo, reforçando os dados anteriores. Outros desafios mencionados incluem marketing (16,7%; n=3), rede elétrica (n=2), além de questões pontuais como sujeira, infraestrutura, acessibilidade e segurança (n=1 cada), e respostas indefinidas (n=1). A menção ao marketing evidencia preocupações relacionadas à visibilidade e atração de clientes, indicando que os desafios não se restringiam ao espaço físico, mas também à sustentabilidade econômica do mercado.

Em relação ao fluxo de clientes antes da reabertura, os dados demonstram uma avaliação majoritariamente positiva, com 50% (n=9) classificando o movimento como “muito bom” e 22,2% (n=4) como “bom”, totalizando 72,2% de avaliações favoráveis. Ainda, 11,1% (n=2) consideraram o fluxo “ótimo”, enquanto 16,7% (n=3) não souberam avaliar. Destaca-se a ausência de avaliações negativas, indicando que, apesar das deficiências estruturais, o mercado mantinha sua atratividade junto ao público. Esse resultado sugere que a reforma teve como objetivo principal aprimorar as condições de funcionamento, e não necessariamente recuperar clientela.

Por fim, quanto ao reconhecimento do mercado como espaço cultural ou gastronômico antes da reforma, verifica-se uma percepção predominantemente negativa: 61,1% (n=11) afirmaram que o mercado não possuía esse reconhecimento, enquanto 27,8% (n=5) responderam positivamente e 11,1% (n=2) indicaram incerteza. Esses dados apontam para uma possível desvalorização simbólica do espaço no período anterior, apesar de sua relevância histórica e cultural.

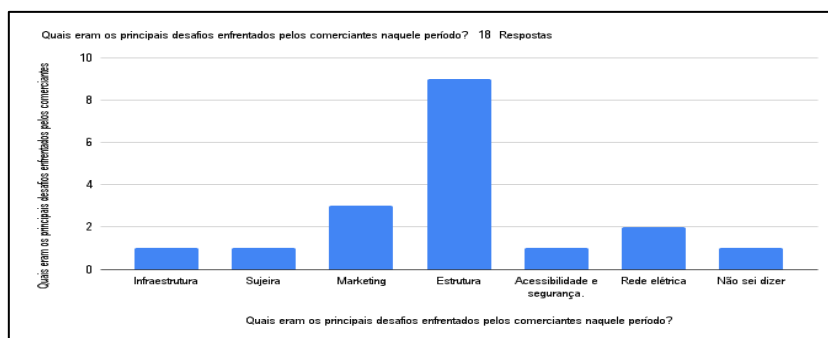
De modo geral, os resultados indicam que, antes da revitalização, o mercado apresentava limitações estruturais significativas, mas mantinha fluxo consistente de clientes. Ao mesmo tempo, evidenciam a necessidade de requalificação não apenas física, mas também simbólica, no sentido de fortalecer sua identidade como espaço cultural e gastronômico na cidade. As informações detalhadas podem ser observadas nos gráficos 7, 8, 9 e 10.

Gráfico 7 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre o funcionamento do Mercado Municipal antes da reforma/revitalização.



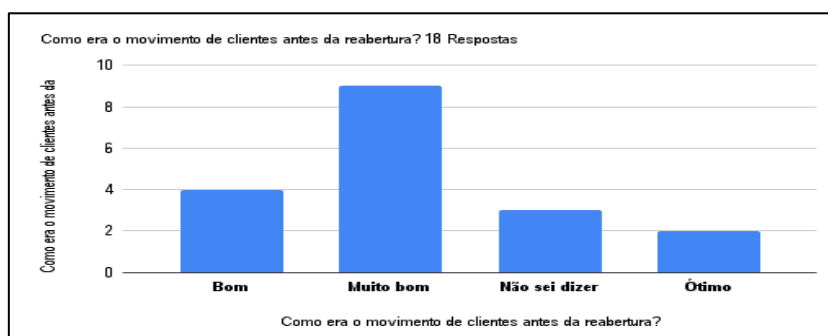
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 8 – Dados dos principais desafios enfrentados pelos comerciantes do Mercado Municipal de Juiz de Fora no período anterior à reforma/revitalização.



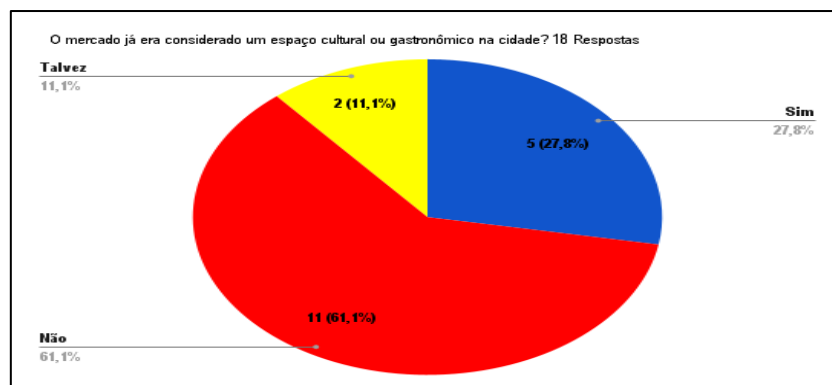
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 9 – Dados sobre a Percepção dos comerciantes sobre o movimento de clientes no Mercado Municipal de Juiz de Fora antes da reabertura.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 10 – Dados da percepção dos comerciantes sobre o reconhecimento do Mercado Municipal como espaço cultural ou gastronômico na cidade antes da reforma/revitalização.

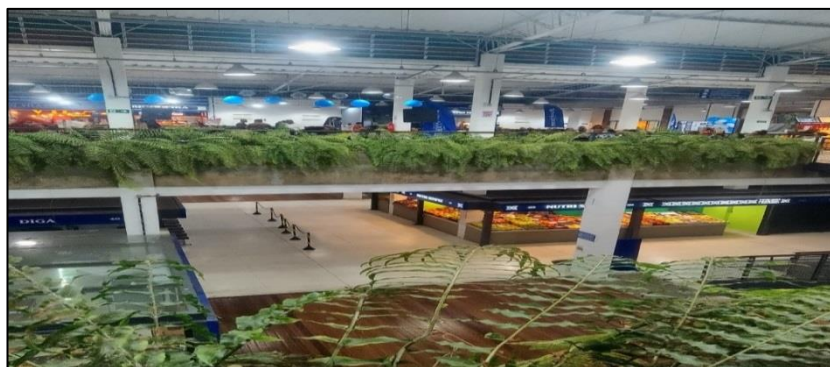


Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

7.4. Experiências após a reabertura.

A análise das respostas dos 18 comerciantes sobre as mudanças após a reabertura do Mercado Municipal de Juiz de Fora evidencia que a estrutura física foi a principal transformação percebida, sendo citada por 55,6% (n=10) dos entrevistados. Em seguida, destaca-se o espaço gastronômico com 22,2% (n=4), enquanto limpeza e organização e infraestrutura e serviços foram mencionados por 11,1% (n=2) cada. Esses resultados indicam que a reforma atendeu prioritariamente às demandas estruturais, ao mesmo tempo em que reforçou a valorização da dimensão gastronômica do mercado.

Figura 3 – Pavilhão1: Visão do espaço do Mercado Municipal de Juiz de Fora (MG).



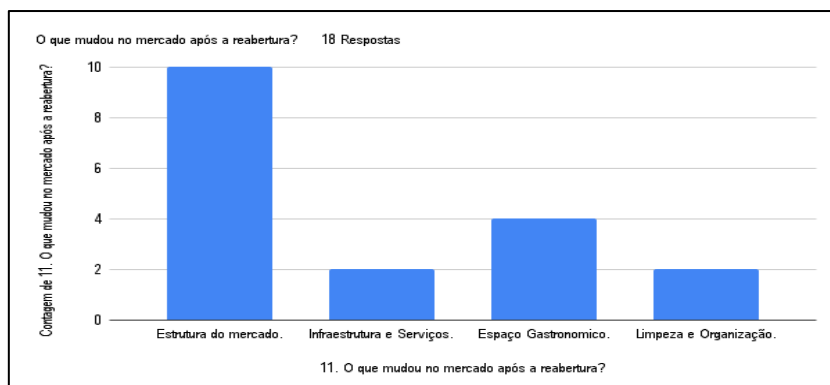
Fonte: Acervo pessoal (2026).

No que se refere ao fluxo de visitantes, 55,6% (n=10) dos comerciantes afirmaram ter percebido aumento no número de consumidores após a reabertura, enquanto 38,9% (n=7) não identificaram crescimento, e 5,6% (n=1) consideraram esse aumento pouco significativo. Esses dados sugerem impacto positivo da revitalização na atratividade do mercado, embora a percepção desigual entre os comerciantes possa estar relacionada a fatores como localização dos estabelecimentos, tipo de atividade exercida ou estratégias individuais de divulgação.

Em relação à capacidade de atração de visitantes externos, observa-se consenso absoluto, com 100% (n=18) dos entrevistados afirmando que o mercado passou a atrair turistas ou público de outras cidades. Esse resultado evidencia uma mudança qualitativa no perfil dos frequentadores, indicando a consolidação do mercado como espaço de interesse turístico e gastronômico.

De modo geral, os dados apontam que a reabertura contribuiu para a melhoria estrutural do espaço, aumento da atratividade e ampliação do alcance do público, reforçando o papel do Mercado Municipal como espaço de valorização cultural e gastronômica. As informações detalhadas podem ser observadas nos Gráficos 11, 12 e 13.

Gráfico 11 – Dados a percepção dos comerciantes sobre as principais mudanças no Mercado Municipal de Juiz de Fora após a reabertura.



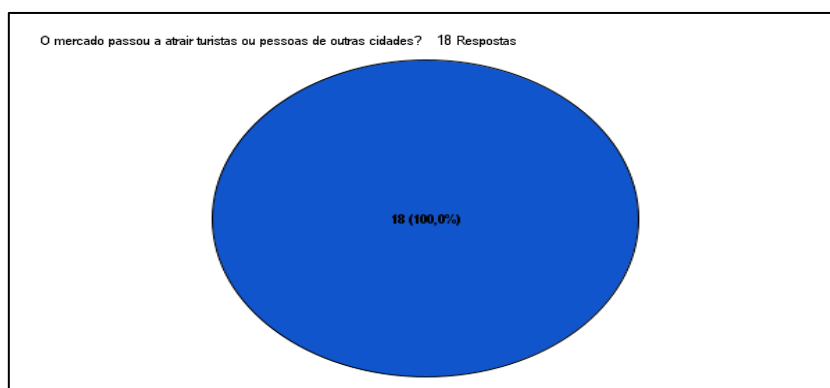
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 12 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre o aumento no número de visitantes ou consumidores no Mercado Municipal de Juiz de Fora após a reabertura.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 13 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre a atração de turistas ou pessoas de outras cidades pelo Mercado Municipal após a reabertura.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

7.5. Cultura e Gastronomia.

A pesquisa apresenta a opinião dos 18 comerciantes sobre a importância da gastronomia no mercado e os pratos mais representativos. Os resultados indicam que a maioria (66,7%, n=12) considera a gastronomia fundamental para a valorização da culinária local, com destaque para o cardápio mineiro. Outros 16,7% (n=3) afirmam que a gastronomia contribui para a atração de turistas, embora não identifiquem pratos específicos,

enquanto igual percentual (16,7%, n=3) associa sua importância à valorização cultural mineira. Esses dados evidenciam o reconhecimento da gastronomia como elemento central do mercado, sendo diretamente relacionada à identidade regional. A menção ao cardápio mineiro como representativo (83,4%) reforça o papel do espaço na preservação e promoção das tradições culinárias.

Figura 4 – Pavilhão1: Área gastronômica no 2º piso do Mercado Municipal.



Fonte: Acervo pessoal (2026).

No que se referem, aos produtos representativos da cultura local e regional, os dados indicam três categorias principais: produtos alimentícios típicos, como cachaça, queijos, doces, verduras e temperos (44,4%, n=8); artesanato local (27,8%, n=5); e produtos gastronômicos, como chopp artesanal, petiscos e torresmo (27,8%, n=5). Observa-se, assim, uma diversidade de elementos culturais, com predominância de itens ligados à culinária mineira, evidenciando o mercado como espaço de comercialização de produtos identitários. O artesanato reforça a dimensão cultural não alimentar, enquanto a presença de itens tradicionais e contemporâneos indica a coexistência entre tradição e inovação.

Figura 5 - Pavilhão1: Boxes no 1º andar com produtos, cachaça, queijos e doces tradicionais.



Fonte: Acervo pessoal (2026).

Figura 6 - Pavilhão1: Boxes 1º andar com verduras frescas e temperos.



Fonte: Acervo pessoal (2026).

Em relação à percepção sobre a contribuição do mercado para a valorização cultural, verifica-se unanimidade entre os entrevistados (100%). As justificativas concentram-se na valorização do artista local (44,4%, n=8), da história do mercado (38,9%, n=7) e do comerciante local (16,7%, n=3). Esses resultados demonstram o reconhecimento do mercado como espaço de promoção cultural, memória e identidade, evidenciando que sua importância ultrapassa a dimensão comercial.

Figura 7- Pavilhão1: Área gastronômica e apresentação artística no 2º piso.



Fonte: Acervo pessoal (2026).

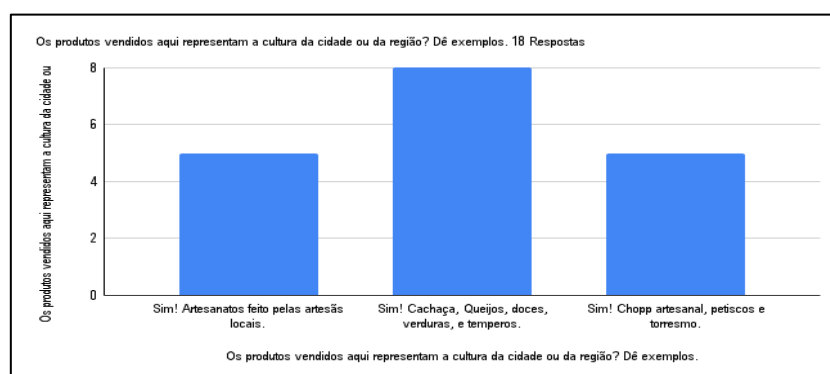
Assim, os dados indicam que o mercado se configura como um espaço de valorização patrimonial e cultural, contribuindo para o fortalecimento da identidade local e para o desenvolvimento do turismo gastronômico, conforme ilustrado nos gráficos 14, 15 e 16.

Gráfico 14 – Dados sobre percepção dos comerciantes sobre a importância da gastronomia no Mercado Municipal de Juiz de Fora e pratos mais representativos.



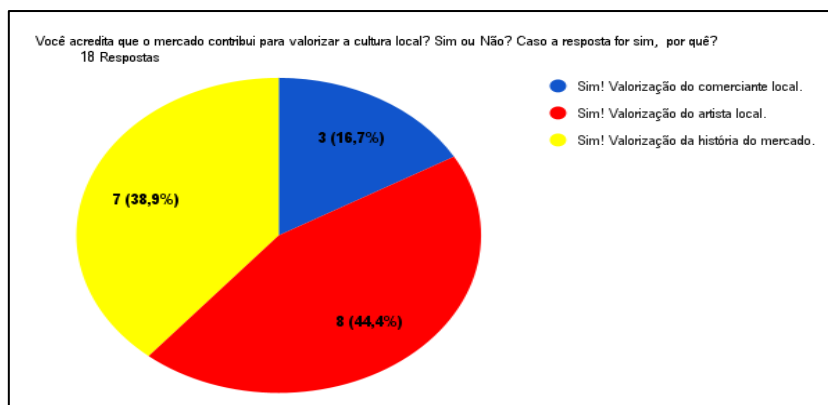
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 15 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre a representatividade dos produtos vendidos no Mercado Municipal de Juiz de Fora em relação à cultura da cidade ou da região.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 16 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre a contribuição do Mercado Municipal de Juiz de Fora para a valorização da cultura local.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

7.6. Percepção sobre o mercado.

A pesquisa apresenta a percepção dos 18 comerciantes sobre o papel do Mercado Municipal de Juiz de Fora para a cidade. Os resultados indicam que a maioria dos respondentes ($n=11$; 61,1%) define o mercado como um espaço cultural e histórico, seguido pela categoria centro de visitantes ($n=4$; 22,2%) e, em menor proporção, como polo econômico ($n=3$; 16,7%). Esses dados evidenciam que a dimensão cultural tem se consolidado como principal elemento identitário do mercado, especialmente após o processo de reforma e revitalização. A associação ao turismo, expressa na categoria centro de visitantes, reforça sua crescente inserção como destino urbano, enquanto a menor ênfase na dimensão econômica sugere uma ressignificação do espaço para além da função comercial.

No que se refere ao potencial do mercado, observa-se unanimidade entre os entrevistados, sendo que 100% ($n=18$) reconhecem sua capacidade de se consolidar como um importante ponto turístico e cultural. Esse consenso revela elevado grau de confiança dos comerciantes nas possibilidades de desenvolvimento do espaço, além de indicar que a revitalização contribuiu não apenas para melhorias estruturais, mas também para o reposicionamento simbólico do mercado no contexto urbano.

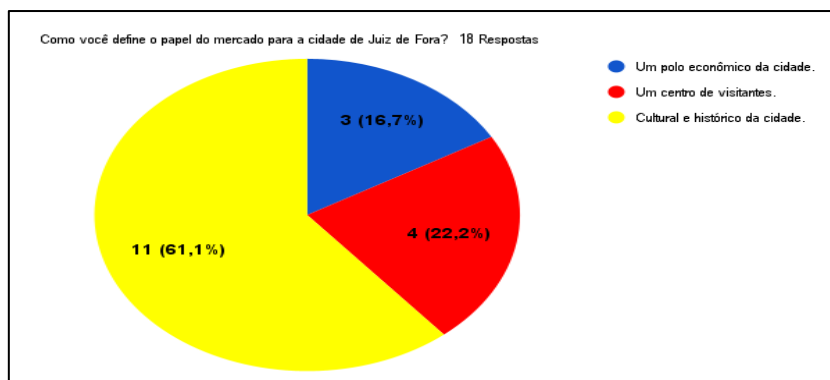
Em relação às melhorias necessárias para melhor atender os visitantes, os comerciantes destacaram como principal demanda o marketing e a divulgação ($n=6$; 33,3%), seguido pela realização de eventos ($n=4$; 22,2%) e melhorias no valor do estacionamento ($n=3$; 16,7%). Outras sugestões incluem a ampliação de espaços de lazer e convivência, criação de oficinas voltadas ao turismo e questões relacionadas à segurança (5,6% cada).

Destaca-se ainda que 11,1% ($n=2$) consideram que o mercado já apresenta melhorias suficientes. Esses resultados indicam a necessidade de estratégias voltadas à promoção do espaço e à qualificação da experiência dos visitantes.

No que se refere às demandas dos comerciantes para melhoria de suas próprias condições de trabalho, o marketing e a divulgação novamente aparecem como prioridade ($n=13$; 72,2%), seguidos pela redução de custos operacionais, como aluguel e condomínio ($n=2$; 11,1%), melhoria no estacionamento ($n=2$; 11,1%) e segurança ($n=1$; 5,6%). A recorrência da necessidade de maior divulgação, tanto para visitantes quanto para comerciantes, evidencia uma lacuna nas estratégias de comunicação do mercado, apesar das melhorias estruturais já realizadas.

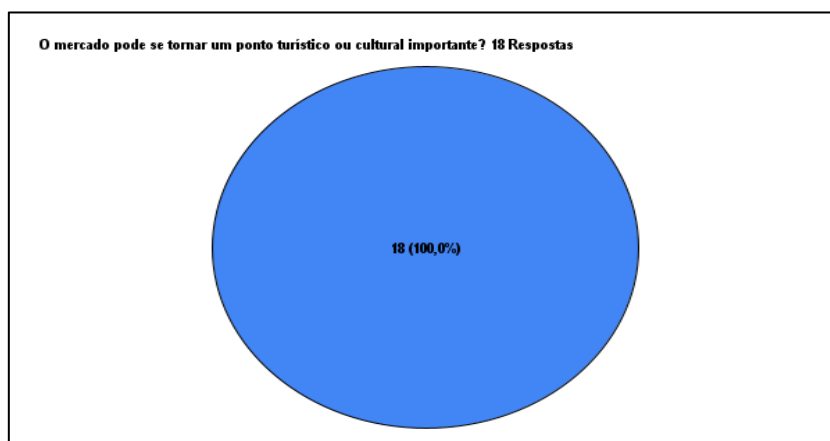
De modo geral, os resultados indicam que o Mercado Municipal de Juiz de Fora passa por um processo de consolidação como espaço cultural e turístico, sustentado pela percepção positiva dos comerciantes. Contudo, apontam também a necessidade de investimentos em promoção, infraestrutura complementar e condições de trabalho, elementos fundamentais para garantir a sustentabilidade e a valorização contínua desse espaço urbano. As informações detalhadas podem ser observadas nos gráficos 17, 18, 19 e 20.

Gráfico17 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre o papel do Mercado Municipal para a cidade de Juiz de Fora.



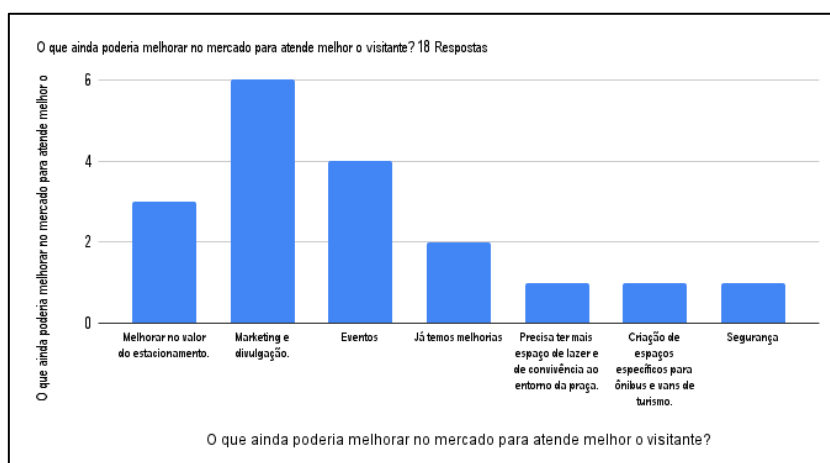
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 18 – Dados sobre a percepção dos comerciantes sobre o potencial do Mercado Municipal de Juiz de Fora em se tornar um ponto turístico ou cultural importante.



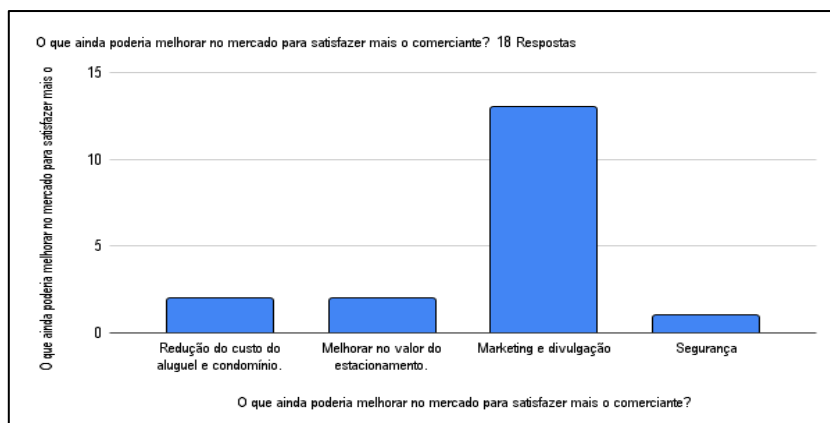
Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 19 – Dados de sugestões dos comerciantes sobre melhorias no Mercado Municipal de Juiz de Fora para melhor atender os visitantes.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Gráfico 20 – Dados de sugestões dos comerciantes sobre melhorias no Mercado Municipal para melhor satisfazer os comerciantes.



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

7.7. O que o Mercado Municipal representa para os comerciantes e para a cidade.

O Novo Mercado Municipal completou um ano de funcionamento em 10 de abril de 2026, após sua reinauguração, contexto no qual as falas dos comerciantes evidenciam que o espaço é percebido predominantemente como fonte de sustento econômico, identidade pessoal e pertencimento social. Os entrevistados associam o mercado às suas trajetórias de vida, destacando-o como meio de geração de renda, realização profissional e continuidade de histórias familiares. Observa-se, ainda, forte valorização do mercado enquanto espaço de sociabilidade, sendo frequentemente mencionado como local de encontro, convivência, lazer e interação social, no qual elementos como música e alimentação reforçam sua dimensão cultural e simbólica no cotidiano urbano.

Figura 8 – Pavilhão2: Centro de Referência do Artesanato no Mercado Municipal no 1º piso.



Fonte: Acervo pessoal (2026).

No que se referem à cidade, os comerciantes reconhecem o mercado como um importante patrimônio histórico, cultural e turístico, ressaltando seu papel como polo econômico e espaço representativo da memória coletiva. As falas dos comerciantes entrevistados encontram-se sistematizadas no Quadro 21.

Quadro 21 – Dados sobre as respostas dos comerciantes, em poucas palavras, o que o Mercado Municipal representa para os comerciantes e para a cidade?

Respondente	Resposta
R1	É o lugar onde você possa sociabilizar com uma comida e muita música boa! Lugar de encontrar com amigos e familiares conhecendo outras pessoas naquele espaço.
R2	A história da minha família e para cidade é um polo econômico e histórico importante.
R3	Para mim é importante, pois abriu as portas para eu ter o meu pequeno negócio e vender meu artesanato. Para cidade é importante pela sua cultura e história.
R4	É um sonho realizado, quero aposentar aqui! Para cidade é um presente que nossa população tem de patrimônio cultural.
R5	Representa para mim um alívio de tensão, diversão, prazer, profissionalismo e sociabilização.
R6	Para mim representa tudo, minha infância e adolescência! Para cidade uma história de vida.
R7	O Mercado pra mim é tudo, sou artesã é daqui que tiro meu sustento onde comecei a produzir meu artesanato sem curso, aprendi sozinha! O Mercado Municipal é pura cultura e história de muitas gerações.
R8	Para mim é uma felicidade estar aqui dentro, sou artesã e posso colocar meu trabalho nesse espaço. Para cidade é um ponto de cultura importante, um ponto turístico que tem grande potencial de ser bem atrativo.
R9	Para mim, representa uma carreira que exerço com muito prazer. Para a cidade, representa uma parte viva da história de Juiz de Fora, uma parte cultural importante e um berço de encontros da população. Acho que precisamos valorizar isso ao máximo e passar essa história para as novas gerações. Trazer estudantes, mostrar a história do mercado e do empreendedor que deu origem a tudo isso. Quando a população tem orgulho do seu passado, consegue planejar melhor o futuro.
R10	Para mim, o Mercado Municipal representa o meu sustento, a minha criação e o meu trabalho.
R11	Para mim representa tudo, é onde que eu tiro o meu sustento. O Mercado Municipal é um polo econômico importantíssimo para a cidade de Juiz de Fora.
R12	Representa muita coisa na minha vida. Eu praticamente vivo aqui. Estou bem aqui, estou feliz e gosto de trabalhar aqui. Para a cidade também é importante. Acho que ainda pode melhorar, principalmente o entorno do mercado, como a praça e os espaços ao redor, para chamar mais atenção das pessoas e atrair mais visitantes.
R13	Eu acho que representa um ponto turístico importante, mas que ainda não está sendo valorizado como deveria, pois ainda falta divulgação. Acredito que pode crescer muito, porque muita coisa boa existe aqui, mas as pessoas não sabem.
R14	Para mim é tudo. É o meu sustento e a minha base. Para a cidade, é um ponto turístico importante, um lugar aonde as pessoas vêm visitar, se encontrar e rever amigos. O mercado tem essa característica de reunir pessoas e criar amizades, e isso é muito legal.
R15	Amor, paz, alegria, um monte de coisa boa. Só coisa boa.
R16	Para mim, o Mercado Municipal representa o meu sustento, a minha criação e o meu trabalho.
R17	O mercado representa o meu ganho pão. Pra cidade o mercado representa a história de um povo lutador que passou de geração a geração.
R18	O mercado pra mim é meu sustento e da minha família. Pra cidade o mercado é cultura viva.

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

De modo geral, as percepções revelam que o mercado ultrapassa sua função comercial, configurando-se como um espaço de cultura viva, no qual se articulam trabalho, memória, identidade e experiências sociais, reforçando sua relevância para a dinâmica cultural e gastronômica de Juiz de Fora.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar o papel do Mercado Municipal de Juiz de Fora nas experiências culturais e gastronômicas da cidade, a partir da percepção dos comerciantes que atuam nesse espaço. A pesquisa permitiu compreender que o mercado ultrapassa sua função tradicional de abastecimento, consolidando-se como um ambiente multifuncional que integra dimensões econômicas, sociais e culturais.

A análise histórica evidenciou que o mercado passou por diferentes transformações ao longo do tempo, acompanhando as mudanças urbanas e econômicas do município. A recente revitalização reforçou sua função como espaço de convivência, lazer e valorização cultural, contribuindo para sua reconfiguração enquanto polo gastronômico e turístico.

Os resultados empíricos demonstraram que os comerciantes perceberam o mercado como um espaço de grande importância em suas vidas, especialmente no que se refere ao sustento, à realização profissional e à

construção de vínculos sociais. Além disso, o mercado é reconhecido como um patrimônio cultural da cidade, associado à memória coletiva, à tradição e à identidade local.

A presença simultânea de comerciantes com longa trajetória e de novos empreendedores evidencia um processo de continuidade e renovação, fundamental para a vitalidade do espaço. Essa dinâmica contribui para a manutenção de práticas tradicionais, ao mesmo tempo em que permite a incorporação de novas atividades e experiências, especialmente no campo da gastronomia e do turismo.

A pesquisa mostra que o Mercado Municipal apresenta significativo potencial como espaço cultural e gastronômico, atuando como ambiente de sociabilidade e valorização da identidade local. Assim, sua consolidação como polo turístico depende da articulação entre gestão pública, promoção cultural e ações de planejamento.

Entretanto, a pesquisa também identificou desafios, como a necessidade de maior valorização do mercado, investimentos em divulgação e melhorias no entorno urbano, aspectos considerados essenciais para ampliar sua visibilidade e potencial de atração.

Dessa forma, conclui-se que o Mercado Municipal de Juiz de Fora constitui um importante instrumento de valorização da cultura e da gastronomia local, desempenhando papel relevante na construção das experiências culturais da parte central da cidade. Destacou-se a importância de políticas públicas e ações de incentivo que fortaleçam esse espaço, garantindo sua preservação, dinamização e integração com as demandas contemporâneas da sociedade urbana.

REFERÊNCIAS.

ACESSA.COM. **Mercado Municipal de Juiz de Fora amplia programação cultural com música ao vivo em quatro dias da semana. Juiz de Fora, 2025.** Disponível em: <https://www.acesa.com/cultura/2025/07/268340-mercado-municipal-de-juiz-de-fora-amplia-programacao-cultural-com-musica-ao-vivo-em-quatro-dias-da-semana.html>. Acesso em: 23 mar. 2026.

ALMEIDA, D. G.; SANTOS, R. J.; GUEDES, K. C. F. **Culinária mineira e turismo gastronômico em Uberlândia: história, metamorfoses e perspectivas.** In: SEMANA DO SERVIDOR, 4.; SEMANA ACADÊMICA, 5., 2008, Uberlândia. **Anais [...].** Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia (UFU), 2008. ISBN 978-85-7078-204-5.

BIEHL, Lani. **Mercados de rua: gastronomia e cultura como força local.** Portal Veneza, 2025. Disponível em: <https://www.portalveneza.com.br/mercados-de-rua-gastronomia-e-cultura-como-forca-local/>. Acesso em: 11/03/2026.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** 4. ed. São Paulo: Edusp, 2015.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil.** 4. ed. São Paulo: Global, 2011.
DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro.** Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DANIELLI, Leonardo; MACKMILLAN, Vanderli Machado. **Mercado público: tipologias e sociabilidades do ambiente urbano.** In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 2018, Londrina. **Anais [...].** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2018.

DOLZANI, Miriam C. S. **Feiras livres: territorialidade e sociabilidade no espaço urbano. 2008.** Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

ESTADO DE MINAS. **Mercado Municipal de Juiz de Fora renasce com arte e progresso.** Belo Horizonte, 30 jun. 2025. Disponível <https://www.em.com.br/gerais/2025/06/amp/7187037-mercado-municipal-de-juiz-de-fora-renasce-com-arte-e-progresso.html>? Acesso em: 11 mar. 2026.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JFMINAS. **Mercado Municipal de Juiz de Fora – história e funcionamento.** Disponível em: <https://www.jfminas.com.br/portal/compras-em-jf/mercado-municipal> Acesso em: 11 mar. 2026.

MARQUES, Kadma; CAMELO, Filipe Pessoa. **O gosto do popular: dinâmicas globais e cozinhas tradicionais.** Revista Brasileira de Gastronomia, 2018.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura.** São Paulo: Senac, 2008.

OLIVEIRA, Túlio Martins de; SILVA, Gabriela Brito de Lima. **Expressões da cultura alimentar pernambucana no Mercado da Boa Vista em Recife/PE.** *Equatorial – Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social*, [S. l.], v. 7, n. 12, p. 1–14, 2020. DOI: 10.21680/2446-5674.2020v7n12ID16284. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/equatorial/article/view/16284>. Acesso em: 10 jan. 2026.

PINTAUDI, Silvana. **Os mercados públicos: Metamorfoses de um espaço na história urbana.** Cidades, Vol. 3, nº 5, p.81-100, 2006.

PIRES, Anderson José. **Café, indústria e território: a formação de Juiz de Fora no século XIX.** Juiz de Fora: Editora UFJF, 2009.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Antigo Mercado Municipal de Juiz de Fora.** Juiz de Fora: Prefeitura Municipal, [s.d.]. Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br>. Acesso em: 11 mar. 2026.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Centro Cultural Bernardo Mascarenhas: história e patrimônio.** Juiz de Fora: Prefeitura de Juiz de Fora, 2023. Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br>. Acesso em: 15 mar. 2026.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Decreto nº 6.754, de 28 de dezembro de 2000.** Dispõe sobre o tombamento do Antigo Mercado Municipal de Juiz de Fora. Juiz de Fora: Prefeitura de Juiz de Fora, 2000.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Mercado Municipal de Juiz de Fora.** Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br>. Acesso em: 23 mar. 2026.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Mercado Municipal é reinaugurado em Juiz de Fora 2025 .** Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br>. Acesso em: 11 mar. 2026.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. **Reabertura do Mercado Municipal de Juiz de Fora.** JF Notícias, 2024. Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br>. Acesso em: 11/03/2026.

SANTOS, A. C. M. F.; MANOLESCU, F. M. K. **A importância do espaço para o lazer em uma cidade.** In: XII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e VIII Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba, 2008, São José dos Campos. Anais eletrônicos... São José dos Campos: UNIVAP, 2008. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2008/anais/arquivos/EPG/EPG01058_01_O.pdf >. Acesso em: 22 mar. 2026.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.
SERVILHA, M. M.; DOULA, S. M. O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras. *Revista Faz Ciência*, Vol. 11, nº 13, p.123-142, 2009.

SERVILHA, Mateus de Moraes; DOULA, Sheila Maria. **O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras.** *Revista Faz Ciência*, [S. l.], v. 11, n. 13, p. 123, 2009. Disponível em: <https://saber.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/7610>. Acesso em: 23 mar. 2026.

SOUZA, João Pedro de Melo; SOUZA, Milena Andreola de. **O valor do antigo Mercado Municipal na formação do espaço urbano da cidade de Juiz de Fora (MG).** Revista Átrio, Juiz de Fora, 2023.

TRIBUNA DE MINAS. **Mercado Municipal reabre e reafirma sua importância para Juiz de Fora**. Juiz de Fora, 10 abr. 2025. Disponível em: <https://tribunademinas.com.br/noticias/cultura/10-04-2025/mercado-municipal-4.html>. Acesso em: 13 mar. 2026.

WERNECK, Gustavo. **Mercado Municipal de Juiz de Fora renasce com arte e progresso**. Estado de Minas, Belo Horizonte, 30 jun. 2025. Disponível em: <https://www.em.com.br/gerais/2025/06/7187037-mercado-municipal-de-juiz-de-fora-renasce-com-arte-e-progresso.html>. Acesso em: 22 mar. 2026.