



O PAPEL DO MERCADO MUNICIPAL NO CONTEXTO DA URBANIZAÇÃO DE CAMPO MOURÃO (PR) BRASIL¹

RÊGO, Nicéia de Jesus Ferreira²

BOVO, Marcos Clair³

TÖWS, Ricardo Luiz⁴

RESUMO

O presente artigo consiste em apresentar um resgate da memória do Mercado Municipal de Campo Mourão, bem como o seu papel na urbanização de Campo Mourão (PR) Brasil. O objetivo da pesquisa é analisar o processo histórico e a importância do Mercado Municipal, frente às possibilidades de desenvolvimento da cidade, bem como, situá-lo como de suma importância para a população bem como para os comerciantes. A metodologia para obtenção dos resultados partiu do levantamento do processo histórico de desenvolvimento, bem como consultas informais com lojistas que, de modo geral, forneceram informações importantes para a caracterização.

Palavras-chave: Mercado Municipal; Espaço Urbano; Cidade; Campo Mourão.

Abstract

The present article consists in show a rescue of Mercado Municipal de Campo Mourão's memory, and its influence on the urbanization of Campo Mourão (PR) Brazil. The research's objective is to analyze the historic process and the importance of the Mercado Municipal to the possibilities of the city's development, identifying its importance to the population and to the storekeepers. The methodology used to get the results was the research informal with the storekeepers that supplied important information about the Mercado Municipal's characterization.

Key-words: Mercado Municipal; Urban Space; City; Campo Mourão.

¹ EIXO TEMÁTICO: Memória das cidades.

² Mestranda, Programa de Pós-graduação em Geografia (PGE-UEM); Bolsista Capes; niceiajfr@hotmail.com

³ Professor Adjunto do Departamento de Geografia da Universidade Estadual do Paraná – campus de Campo Mourão. Líder do Grupo de Estudos Urbanos da FECILCAM (GEURF), mcbovo@yahoo.com

⁴ Prof. Me., Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (PGE/UEM); Bolsista Capes; Professor do Instituto Federal do Paraná (IFPR – Câmpus Londrina), ricardo.tows@ifpr.edu.br



1. INTRODUÇÃO

Este artigo faz reflexões acerca do Mercado Municipal de Campo Mourão (PR) Brasil. A cidade situa-se na mesorregião Centro-Ocidental do Paraná e caracteriza-se por ser o principal polo da região. Tem importantes funções na rede urbana em que se insere, uma vez que é a sede da Agroindustrial Cooperativa (COAMO), que, na atualidade, é um dos maiores complexos de cooperativas existentes no mundo.

Tem como características o encontro das frentes de colonização do Estado do Paraná, sobretudo a Frente de Colonização do Norte e a Frente de Colonização do Oeste paranaense, o que, com a intensificação da produção e a constante necessidade de modernização, a cidade e sua respectiva região presenciou um processo de desenvolvimento tecnológico e de modernização agrícola, que culminou na sua importância econômica.

Tem aproximadamente 585 metros de altitude, de acordo com o Ipardes (2013) e teve sua instalação em 05 de dezembro de 1947. De acordo com o ITCG/ Ipardes (2013), possui uma área territorial de 763,637 Km² e uma distância de 447 Km da capital do estado, a cidade de Curitiba.

Possui 64.967 eleitores e uma população de 87.194 habitantes, de acordo com o Censo de 2010 (IBGE, 2010). Destes, 6.662 (IPARDES, 2013) estavam matriculados no ensino superior na cidade no ano de 2011, o que denota para sua importância enquanto polo de prestação de serviços e educacional.

No que tange à economia, a tabela situa os indicadores do município de Campo Mourão, consolidando sua importância como polo regional (Tabela 1).

19, 20 e 21 de agosto de 2013

SEURB

II Simpósio de Estudos Urbanos:
A dinâmica das cidades e a produção do espaço

Tabela 1: Dados socioeconômicos do Município de Campo Mourão

ECONOMIA				
INFORMAÇÃO	FONTE	DATA	ESTATÍSTICA	
População Economicamente Ativa (PEA)	IBGE	2010	46.283	peessoas
População Ocupada (PO)	IBGE	2010	43.266	peessoas
Número de Estabelecimentos - RAIS	MTE	2011	3.027	
Número de Empregos - RAIS	MTE	2011	21.224	
Produção de Soja	IBGE	2011	180.200	toneladas
Produção de Milho	IBGE	2011	55.439	toneladas
Produção de Trigo	IBGE	2011	27.500	toneladas
Bovinos	IBGE	2011	15.539	cabeças
Equinos	IBGE	2011	530	cabeças
Galináceos	IBGE	2011	234.200	cabeças
Ovinos	IBGE	2011	650	cabeças
Suínos	IBGE	2011	2.920	cabeças
Valor Adicionado Bruto(VAB) a Preços Básicos - Total	IBGE/Ipardes	2010	1.522.250	R\$ 1.000,00
VAB a Preços Básicos - Agropecuária	IBGE/Ipardes	2010	55.102	R\$ 1.000,00
VAB a Preços Básicos - Indústria	IBGE/Ipardes	2010	439.320	R\$ 1.000,00
VAB a Preços Básicos - Serviços	IBGE/Ipardes	2010	1.027.828	R\$ 1.000,00
Valor Adicionado Fiscal (VAF) - Total	SEFA	2011	1.116.735.073	R\$ 1,00 (P)
VAF - Produção Primária	SEFA	2011	190.894.913	R\$ 1,00 (P)
VAF - Indústria - Total	SEFA	2011	309.992.208	R\$ 1,00 (P)
VAF - Comércio/Serviços - Total	SEFA	2011	613.644.685	R\$ 1,00 (P)
VAF - Recursos/Autos	SEFA	2011	2.203.267	R\$ 1,00 (P)
Receitas Municipais	Prefeitura	2012	176.485.963,62	R\$ 1,00
Despesas Municipais	Prefeitura	2012	179.187.760,00	R\$ 1,00
ICMS por Município de Origem do Contribuinte	SEFA	2012	22.624.264,78	R\$ 1,00
Fundo de Participação dos Municípios (FPM)	MF/STN	2012	23.872.936,99	R\$ 1,00

Fonte: IPARDES, 2013.



Assim sendo, procuramos estudar a história do Mercado Público Municipal de Campo Mourão, compreendendo as simbologias que cercaram este importante prédio da história, passado e presente. Resgatando a história da formação das cidades e a importância dos mercados públicos no seu desenvolvimento.

2. DESENVOLVIMENTO

De acordo com Sposito (2000), há dificuldades em precisar a origem das primeiras cidades. Mas alguns autores apontam o surgimento provavelmente por volta de 3500 a.C., na Mesopotâmia, entre os rios Tigres e Eufrates, e posteriormente no vale do rio Nilo (3100 a.C.), e no rio Amarelo (1550 a.C.).

Compreende-se a explicação de ordem “geográfica”, natural. Estas cidades surgiram em regiões de climas semi-áridos, motivo pelo qual se fixaram próximos aos rios, com objetivo de aproveitar as planícies inundáveis, ricas de húmus e propícias ao desenvolvimento da agricultura.

As cidades naquele período histórico já tinham sua estrutura marcada pela organização política, social e econômica, como nos dias atuais.

Sposito (2000) reforça alguns pontos que marcaram a organização social e a urbanização na antiguidade, como; divisão social e territorial do trabalho; as cidades eram o espaço de denominação política; e aumento crescente da capacidade de produção e de distribuição de alimentos. Na antiguidade iniciam-se as primeiras relações comerciais, com o surgimento do escambo de produtos excedentes, com isso o aparecimento dos primeiros mercados.

Segundo Sposito (2000), o comércio regular começa a se desenvolver plenamente durante a Idade Média, fazendo mudar o caráter de troca, pois os comerciantes compravam mercadorias e as revendiam por um valor maior de dinheiro.

Sposito (2000, p.38), afirma que o “capitalismo surge na cidade, no centro dinâmico de uma economia urbana, que lentamente se reconstitui na Europa, a partir do século XIII”.

Na Idade Moderna, Henri Lefebvre, *apud* Sposito (2000), define as cidades modernas em sua obra “O direito à cidade”, sendo da seguinte forma:



Nesses centros, prospera o artesanato, produção bem distinta da agricultura. As cidades apoiam as comunidades camponesas e a libertação dos camponeses, não sem se aproveitarem disso em seu próprio benefício. Em suma, são centros de vida social e política onde se acumulam não apenas riquezas como também os conhecimentos técnicos e as obras (obras de arte, monumentos). A própria cidade é uma *obra*, e esta característica contrasta com a orientação irreversível na direção do dinheiro, na direção do comércio, na direção das trocas, na direção dos produtos. Com efeito, a obra é valor de uso e o produto é o valor de troca (2000 p. 44).

O mesmo autor (2000) destaca o caráter da circulação de mercadorias, no início com a finalidade de valor de uso, mas a partir da emergência de um segmento social, os comerciantes, o objetivo específico e a realização e a circulação de mercadorias, passou a ser para obtenção de capital.

Sposito, (2000 p.63), menciona “as cidades comerciais modernas, pela sua autonomia, não se observava interdependência, porém havia cidades de tamanho e importância diferentes, determinadas pela magnitude de seus mercados, e da força política e econômica de sua classe dominante”.

Com o modelo de produção capitalista se desenvolvendo, nas cidades acentuam-se as relações econômicas. E com a indústria manufatureira produzindo em grande escala de produção, proporcionou a constituição de uma sociedade de consumo em massa.

Segundo Sposito (2000), este processo acentuado promoveu, a partir do século XIX e no decorrer do século XX, uma homogeneização de valores culturais sob esfera do domínio capitalista.

De acordo com Ortigoza:

para refletir sobre a cidade torna-se muito importante compreender as formas industriais, comerciais e de serviços especializados que acabam por emitir uma visão de como as classes sociais se organizam nesse espaço do consumo. Elementos como atração, alcance, economias de aglomeração, apesar de clássicos dentro dos estudos urbanos, hoje ganham novas conotações, pois seus papéis alteram-se no mundo do consumo, mas não perdem a importância (ORTIGOZA 2009 p.28).

Para a mesma autora (2009), a cidade é por excelência o espaço do consumo, levando em consideração a dinâmica do comércio urbano, suas formas e funções. Afirma que todo o conteúdo da forma de comércio, como, por exemplo, o shopping Center, o hipermercado, entre outros, está vinculado no seu objetivo central, obter lucros, através do aumento das vendas.



Ortigoza menciona ainda que

mudam os costumes, os valores, as ideias, os fluxos e os ritmos e com isso mudam as fachadas, as arcadas, a forma. Vão ficando cada vez mais visível essas mudanças do lugar, muito dos antigos usos, muito do local, muito da história de vida vai se transformando e o lugar torna-se normatizado, com um uso dirigido pela mercadoria, altamente globalizada (ORTIGOZA, 2009 p.29).

Para Ortigoza (2009 p.30), “o comércio, cada vez mais, passa a dar o ritmo do consumo nas cidades, pois por meio de sua reprodução sistemática de signos, modas, ideias e valores acabam produzindo o espaço urbano segundo suas lógicas e necessidades”.

Segundo Ortigoza (2009 p.33) “estamos vivendo, a generalização da mercadoria, e assim, tanto a sociedade quanto o espaço são vulneráveis à reprodução do capital”.

Nessa concepção de sociedade e de espaço é possível avaliar que a sociedade segue produzindo novos espaços e numa onda contínua também acaba sendo reproduzidas por eles.

A memória urbana das cidades guarda construções históricas de grande valor estético-cultural, que na maioria das vezes com o passar dos anos, estão modificadas em sua estrutura e não correspondem à sua função original. Como é o caso do Mercado Municipal de Campo Mourão, suas relações com a sociedade mouraoense e com a paisagem urbana em constante transformação.

Ao depararmos com as novas formas arquitetônicas de urbanização, percebemos as diferenças da modernidade com as atualidades, ao observar os espaços modernos e as formas urbanizadas das cidades, percebemos os significados presente no cotidiano das pessoas e sua devida importância na atualidade.

Mas segundo Pintaui (2011), se o geógrafo, que vivia os primórdios da modernidade, parecia já não confiar no que podia ver, o que dizer para o da atualidade, que está a observar espaços hipermodernos, mais ocultadores que reveladores, onde experimentamos uma outra relação espaço-tempo.

O capitalismo vem alterando o perfil das pessoas, de simples compradores de objetos tornaram-se consumidores, e incentivados a consumirem cada vez mais, tornando uma ciranda onde o trabalhador vende sua força de trabalho para ter o poder de comprar mercadorias, objetos que atendam suas necessidades. O trabalhador tornou-se alienado do atual sistema vigente na maioria dos países do planeta, trabalha-se para comprar o suficiente para sobreviver, levando em conta a pouca qualidade no estilo de vida.



Buscando compreender essa dinâmica, estudamos o comércio em cidades intermediárias, onde os mercados públicos não são tão comuns, porém na cidade enfocada para o estudo ainda permanece, mesmo com dificuldades.

Conforme Pintaudi (2011), se tornarmos a leitura pela perspectiva linear no tempo histórico, encontramos os mercados públicos como espaços de troca sempre presentes nos agrupamentos humanos, desde os tempos mais remotos.

Ao retomarmos a linha do tempo na cidade de Campo Mourão tivemos como objeto de estudo o Mercado Municipal de Campo Mourão, localizado na Avenida Goioerê, número 699, que, de acordo com SANTOS JUNIOR (2004), o lançamento do projeto do Mercado municipal de Campo Mourão ocorreu no dia 25 de agosto de 1968 pelo prefeito Augustinho Vecchi e pelo presidente da Companhia de Desenvolvimento Urbano e Saneamento de Campo Mourão – CODUSA – Munir Karam.

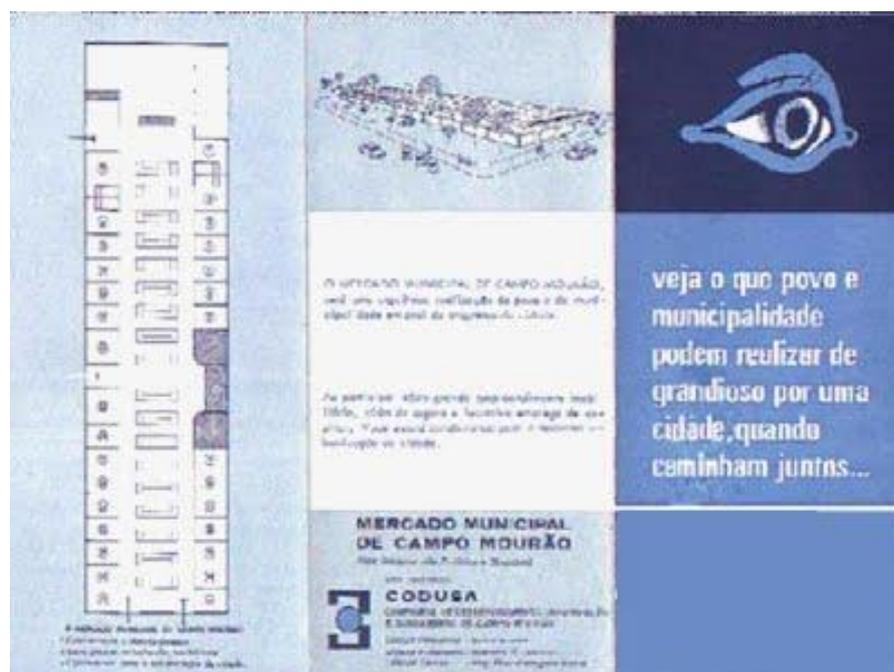


Figura 1: Folder de Divulgação do Mercado Municipal

Fonte: <http://wibajucm.blogspot.com/2011/05/primeiro-vice-de-campo-mourao.html>

Como demonstra o folder de divulgação (Figura 1) da construção do Mercado Municipal de Campo Mourão, o slogan de criação do Mercado foi o seguinte: “Veja que o povo e municipalidade podem realizar de grandioso por uma cidade, quando caminham juntos”.



A construção teve início em 1969, na gestão do prefeito Horácio Amaral, sendo um dos pontos principais de seu plano de governo.

Nas festividades do 22º aniversário, em 1969, o governador do Estado do Paraná, naquele momento, Paulo Pimentel, esteve visitando as obras, e no ano seguinte, em fase adiantada de construção, a festa do aniversário do município foi comemorada dentro dos seus boxes.

O projeto de construção foi de autoria do engenheiro Luiz Gubert, sendo sua área total de 3.500 metros quadrados. O projeto previa o funcionamento de cento e oito bancas, vinte e seis lojas, quatro açougues e um bar.

A construção custou aos cofres dos públicos a quantia de NCR\$ 800 milhões de cruzeiros, e a execução da obra foi da Companhia de Desenvolvimento Urbano e Saneamento de Campo Mourão – CODUSA.



Figura 2: Mercado Municipal de Campo Mourão ainda no papel

Fonte: <http://wibajucm.blogspot.com/2011/05/primeiro-vice-de-campo-mourao.html>

De acordo com Silva (2008), na década de 1960, assim como nos dias atuais, há contradição entre os espaços urbano e rural; estes são diferentes, mas se articulam entre si. Esses dois espaços tinham sua representação: a feira representava o campo, que tinha



embutido em si a ideia do atrasado, retrógrado; já o mercado municipal simbolizava o desenvolvido, avançado. Em vista disso, os órgãos públicos tinham tanto interesse em criar o mercado municipal na cidade.

A inauguração ocorreu às dez horas do dia 19 de dezembro de 1971, dia que se comemorou a emancipação política administrativa do Paraná, pelo prefeito Horácio Amaral, com a presença de vereadores, autoridades e munícipes em geral.

Segundo Silva (2008), a transformação da feira livre em mercado municipal faz parte das modificações impulsionadas pelo modo de produção capitalista que provocou mudanças na cidade. Representa o crescimento da mesma, simbolizando esse momento de avanço do capitalismo no interior do país. O mercado municipal representava o progresso e a modernidade.

Atualmente o Mercado Municipal, é administrado em sistema de condomínio, com o nome de “Condomínio Comercial Prefeito Horácio Amaral”.

De acordo com o síndico do Mercado, Luiz Carlos Ramalho. Responsável pela administração do local, em 2004, foi comprado da Prefeitura de Campo Mourão pelos comerciantes - por isso, o estabelecimento não leva o nome de "municipal", mas, “Condomínio Comercial Prefeito Horácio Amaral”.

A trajetória histórica do Mercado Municipal de Campo Mourão teve um incidente no dia 18 de outubro de 2009, devido um curto circuito o local foi incendiado (Figuras 3 e 4), e de acordo o Corpo de Bombeiros estima se que quase 100% do local tenham sido atingidos pelo fogo, não houve ferido, porém os prejuízos materiais foram de grandes proporções.

O local abrigava estabelecimentos comerciais diversos, como lojas de roupas, armarinhos e açougues. Havia entre 35 e 40 lojas, que ocupavam 69 boxes, apenas um estava vago. Somente cinco não foram atingidos pelo incêndio.



Figura 3: Situação do mercado Municipal durante o incêndio

Fonte: Portugal, Dirceu/Gazeta do Povo, 2009.



Figura 4: Situação do mercado Municipal durante o incêndio, vista de outro ângulo

Fonte: Portugal, Dirceu/Gazeta do Povo, 2009



O Mercado era de alvenaria, mas tinha forro de madeira. Isso, aliado ao fato de que muitas lojas armazenavam produtos inflamáveis, como brinquedos de plástico e roupas, contribuíram para a propagação do fogo.

O prejuízo calculado pelos comerciantes do local e de aproximadamente R\$ 1,5 milhão.

Mesmo o Mercado sendo propriedade privada, o município de Campo Mourão, por meio do aval do Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico, locou um prédio comercial para que os lojistas pudessem instalar-se provisoriamente até que se conclua a reforma e a revitalização do prédio incendiado.

Parte dos empresários instalou-se no novo endereço situado à Rua Mato Grosso, na área central da cidade; dos 32 lojistas que estavam instalados no Mercado Municipal-Condôminio “Horacio Amaral”, 27 deles foram atender no novo local. Alguns optaram por se instalar em outros locais, especialmente os que comercializam produtos alimentícios perecíveis, já que o novo lugar não estava adequado para este tipo de comércio.

No dia 22 de janeiro de 2011, ocorreu um evento importante para a cidade de Campo Mourão, que foi a reinauguração do espaço do Mercado Municipal – “Condôminio Prefeito Horácio Amaral”, após a revitalização.

Os lojistas que haviam perdido suas lojas no incêndio de outubro de 2009 voltaram com as atividades em sua sede de origem totalmente revitalizada, com recursos do seguro que o condôminio possuía, porém, este seguro somente cobria danos e avarias ao prédio e não tinha cobertura total sobre as mercadorias nas lojas.

De acordo com artigo publicado pela Secretária de Desenvolvimento Econômico do Município, o síndico do Condôminio naquele período, Claudio Cagnan Colombani disse *“estar muito feliz com a volta ao Mercado e agradeceu ao município de Campo Mourão e a todos que contribuíram para a volta dos lojistas ao local”*(Jornal Tribuna, 2011). Colombani ressaltou que os boxes foram totalmente remodelados, forros foram trocados, portas de blindex instaladas, contribuindo para o melhor aspecto visual do local.

Atualmente, ao passarmos nos boxes do local é perceptível os traços da modernidade, considerando que o local perdeu a identidade cultural no ambiente.

Porém, segundo a secretaria de Desenvolvimento Econômico, a atual vice-prefeita da cidade, relatou *“estar feliz pelo momento, e valorizou a garra dos lojistas que voltaram para sua verdadeira casa, e da importância do Mercado, que é um espaço comercial de valor e*



um ponto turístico que faz parte da história da cidade” (Prefeitura Municipal de Campo Mourão, 2011).

De acordo com dona Clarice, a proprietária de uma das lojas do Mercado, que trabalha neste local há 39 anos, hoje está com 71 anos de idade e dedicou grande parte de sua vida a este local, criou seus filhos levando-os para o trabalho e relatou que começou em 1972, ainda bem jovem.

Naquela época o Mercado era com sistema de bancas no corredor central; ela ainda relatou que começou com banca de verduras e frutas. Veio do município de Campina da Lagoa, onde morava na zona rural e não entendia nada de comércio, porém, veio para Campo Mourão para se estabelecer no Mercado.



Figura 5: Loja da Dona Clarice

Fonte: Programa Shop Campo Mourão, 2010

Atualmente, em sua loja, comercializa grande variedade de produtos como artesanato, ração para animais, cereais, doces, conservas, ervas aromáticas entre outros produtos.

De acordo com os relatos de dona Clarice, o mercado recebe clientes de toda a região de Campo Mourão e cidades vizinhas, como Araruna, Peabiru e Mamborê.



Em 2004, o prefeito Tauillo Tezeli revitalizou e privatizou o espaço do Mercado, nos locais onde ficavam as bancas foram feitos boxes, que foram comercializados e ainda hoje permanecem.

Consideram que os boxes privados são melhores, pois o comerciante tem total liberdade no que diz respeito ao horário de funcionamento de suas lojas.



Figura 6: Loja da Dona Clarice

Fonte: programa Shop Campo Mourão, 2010

Relatou dona Clarice que no incêndio de 2009, perdeu aproximadamente R\$ 40.000,00 em mercadorias, mas mesmo assim está contente, pois ninguém se feriu e está com saúde para continuar a frente de seu comércio.

Os boxes do Mercado têm proprietários que tocam suas próprias lojas, mas também tem espaços locados para outros comerciantes. Atualmente não contam com nenhum tipo de ajuda do poder público municipal.

Relatou que as atividades do local contam com a colaboração de um síndico e que os comércios são distribuídos no espaço de acordo com a conveniência de cada comerciante, no local existe cordialidade e amizade entre os trabalhadores no local.

O Mercado Municipal foi criado devido à necessidade de ter um espaço para as pessoas fazerem feiras e comercializarem seus produtos hortifrutigranjeiros oriundos dos sítios. Antes comercializavam em feiras livres, mas de acordo com a política governamental



daquele período, em que se buscava incentivar a produção dos principais produtos de consumo e alimentação.

Segundo Silva (2008), a passagem de feira livre para mercado municipal foi sinal do desenvolvimento na cidade, pois ela simbolizava o agrícola/atrasado, já o mercado municipal, o progresso/urbano. A feira não mais se adequava à conjuntura vivida pela sociedade urbana e por isso a criação do mercado municipal, pois esse sim, no discurso oficial, representava as novas necessidades geradas pelo crescimento da cidade.

Ainda de acordo com Silva (2008), o Brasil vivia o processo de modernização conservadora que desencadeava o aumento da população nas cidades. Com a mecanização do campo, ocorreu o deslocamento de grandes contingentes de trabalhadores rurais para as cidades (êxodo rural), provocando um significativo crescimento urbano em quase todo o país.

Como Campo Mourão, ainda que, em um período mais recente, absorveu população das áreas rurais, o então prefeito do município resolveu criar o Mercado municipal, com apoio dos governantes nas esferas estadual e federal, uma vez que naquele período estavam se construindo estes espaços comerciais em vários locais no país, buscando o desenvolvimento das cidades.

No sistema capitalista, os espaços mudam constantemente, buscando se adequar aos novos moldes políticos e econômicos de desenvolvimento nacional e municipal e dentro disso está inserido o processo de modernização. E Campo Mourão inserido nesta dinâmica compactua com as novas transformações advindas deste processo.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No final da década de 1960 e início de 1970, com progresso e o desenvolvimento econômico do Brasil, surgem nas cidades do interior do país os Mercados Municipais, e Campo Mourão começa a construir na sua história o “Mercado Municipal de Campo Mourão”, inicialmente os primeiros produtos comercializados foram os hortifrutigranjeiros, pois o município já apresentava naquele período vocação agrícola.

Antes os produtos eram comercializados em feiras livres, porém surgiu a necessidade de ter um local apropriado para esta comercialização, à medida que a cidade crescia devido o grande contingente de população que estava em processo de migração devido ao êxodo rural.



Foi construída uma estrutura comercial de aproximadamente 3500 m², que permanece até os dias atuais, porém com algumas alterações do modelo original, devido o incêndio ocorrido em 2009.

No entanto, em 2004, anteriormente ao episódio do incêndio, o Mercado Municipal de Campo Mourão deixou de ser municipal, por meio da privatização dos boxes, e passou a ter a denominação de “Condomínio Prefeito Horacio Amaral”.

O objeto de estudo faz parte da infraestrutura urbana da cidade de Campo Mourão, destacando a importância do local como sendo um comércio popular, e de fácil acesso, devido sua localização na área central.

REFERÊNCIAS

CARLOS, Ana Fani Alessandri; **A cidade**. São Paulo: Contexto, 2009.

<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=935696>, Acesso em 10/09/2011 às 15:18

IBGE. **Censo Demográfico de 2010**. Brasil: IBGE, 2010. Disponível em www.ibge.gov.br

IPARDES. **Cadernos Municipais**. Paraná: IparDES, 2013. Disponível em www.ipardes.gov.br

Jornal Gazeta do Povo, Publicado em 20/10/2009; Correspondente Dirceu Portugal

Jornal Tribuna do Interior; <http://www.itribuna.com.br/campo-mourao/apos-mais-de-um-ano-mercado-e-reaberto-3747>; Publicado em: 19/01/2011 - 09:01 Atualizado em: 21/07/2011 Acesso em 10/09/2011 às 16:05

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guamiere; CORTEZ, Ana Tereza C. **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

PINTAUDI, Silvana Maria; Mercados públicos: vestígios de um lugar In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; (organizadores); **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**; São Paulo: Contexto, 2011.

Prefeitura Municipal de Campo Mourão, Secretária de Desenvolvimento Econômico; <http://www.campomourao.pr.gov.br>, Acesso em 09/09/2011 às 16:45 hs.

Programa Shop Campo Mourão; www.shopcampomourao.com.br, Acesso em 09/09/2011 às 16:11 hs.



SANTOS JÚNIOR, Jair Elias. **Horácio Amaral: Exemplo e Desafio.** Campo Mourão: Gráfica e Editora Kromoset, 2004.

SILVA, Leisa Robles Borba da. **A dinâmica do Mercado Municipal inserida no processo de modernização em Três Lagoas nos anos de 1960.** (Dissertação de mestrado em Geografia), 2008. Dourados , UFGD, 2008.

SIMIONATO, Edina Conceição. **Campo Mourão Sua Gente...Sua História.** Campo Mourão: Kromoset Artes Gráficas, 2008.

SPÓSITO, Eliseu Savério; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SOBARZO, Oscar; (organizadores). **Cidades médias: produção do espaço.** São Paulo: Expressão popular, 2006.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil,** São Paulo: Studio Nobel/FAPESP, 2001.