

El consumo alimentario en la ciudad mercantilizada

Dos casos en São Paulo (Brasil)^[1]

Food consumption in the commodified city.

Two cases in São Paulo (Brazil)

O consumo alimentar na cidade mercantilizada.

Dois casos em São Paulo (Brasil)

Consommation alimentaire dans la ville marchandisée.

Deux cas à São Paulo (Brésil)

▲ **Fotografía** del mayorista ETSP-CEAGESP en el barrio Vila Leopoldina

Recibido: 03/08/2020
Aprobado: 01/09/2020

Cómo citar este artículo:

Cavalheiro Ribeiro da Silva, C. y Mejía Artieda, A. (2021). El consumo alimentario en la ciudad mercantilizada. Dos casos en São Paulo (Brasil). *Bitácora Urbano Territorial*, 31(II): 45-58. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n2.89683>

Autoras

Camila Cavalheiro Ribeiro da Silva

FLACSO Ecuador
 camila.cavalheiro.silva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6648-0690>

Adriana Mejía Artieda

FLACSO Ecuador
 adriana.mejia.artieda@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3594-4947>

[1] La procedencia de este artículo es la tesis *Ciudad y Comida, el impacto de la mercantilización de la ciudad en la comercialización de alimentos en São Paulo*. Del Largo de Batata al ETSP-CEAGESP de C. C. Ribeiro da Silva (2019). Tesis de maestría de FLACSO Ecuador.

Resumen

Este artículo propone el análisis de la relación entre la urbanización y la comercialización de alimentos en São Paulo (Brasil) utilizando dos casos de estudio: el Mercado Municipal de Pinheiros y el mayorista. Ambos están ubicados en áreas estratégicas de la ciudad y, por tanto, son lugares de interés para el mercado inmobiliario y el sector privado, que lograron intervenir estos espacios a través de instrumentos urbanísticos. El marco teórico abarca la globalización, la producción social del espacio, la mercantilización de la ciudad y el consumo alimentario. Bajo ese contexto, se indaga cuáles son los principales impactos de la producción social del espacio de São Paulo en el abastecimiento alimentario urbano. El artículo plantea que dichos impactos se manifiestan en nuevos modelos de comercialización de alimentos, en la cultura de consumo alimentario, en la inequidad de acceso a

la alimentación y a la ciudad, y en un desequilibrio entre campo y ciudad. A través de una metodología prioritariamente cualitativa, se confirma la hipótesis y se concluye que la urbanización afecta la comercialización de alimentos al tratar la ciudad y los alimentos como mercancías.

Palabras clave: zona urbana, urbanización, alimento, consumo alimenticio, Brasil

Autoras

Camila Cavalheiro Ribeiro da Silva

Maestra en Estudios Urbanos por FLACSO Ecuador en 2019. Arquitecta urbanista por la Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP) en 2015 con especialización en Gestión y Desarrollo Urbano Sostenible por el Institute of Housing and Urban Studies of the Erasmus University Rotterdam en 2014.

Adriana Mejía Artieda

Maestra en Estudios Urbanos por FLACSO Ecuador en 2019. Polítóloga por la Universidad de Freiburg Alemania en 2014.

Abstract

This article proposes the analysis of the relationship between urbanization and food marketing in São Paulo (Brazil) using two case studies: The Municipal Market of Pinheiros and the wholesaler market. Both are located in strategic areas of the city and, therefore, are places of interest to the real estate market and the private sector, which managed to intervene these spaces through urban instruments. The theoretical framework integrates globalization, the social production of space, the commodification of the city and food consumption. In this context, the research looks for the main impacts of the social production of the space of São Paulo on urban food supply. This article proposes that those impacts are manifested in new food marketing models, in the food consumption culture, in the inequality of access to food and to the city, and in an imbalance between country and city. Through a primarily qualitative methodology, it was possible to confirm the hypothesis and conclude that urbanization affects the commercialization of food by treating the city and food as merchandise.

Keywords: urban areas, urbanization, food, food consumption, Brazil

Résumé

Cet article propose d'analyser la relation entre l'urbanisation et la commercialisation alimentaire dans São Paulo (Brésil) à partir de deux études de cas: le marché municipal de Pinheiros et le marché on gros. Tous deux sont situés dans des zones stratégiques de la ville et sont des endroits d'intérêts pour le marché immobilier et le secteur privé, qui ont réussi à intervenir dans ces espaces par le biais d'instruments urbains. Le cadre théorique englobe la mondialisation, la production sociale de l'espace, la marchandisation de la ville et la consommation alimentaire. Dans ce contexte, on étudie quels sont les principaux impacts de la production sociale de l'espace de São Paulo sur l'approvisionnement alimentaire urbain. L'article soulève que les impacts se manifestent dans de nouveaux modèles de marketing alimentaire, dans la culture de la consommation alimentaire, dans l'inégalité d'accès à la nourriture et à la ville, et dans un déséquilibre entre la campagne et la ville. Grâce à une méthodologie essentiellement qualitative, il a été possible de confirmer l'hypothèse et de conclure que l'urbanisation affecte la commercialisation des biens alimentaires en traitant la ville et la nourriture comme des marchandises.

Resumo

Este artigo analisa a relação entre a urbanização e a comercialização de alimentos em São Paulo (Brasil) através de dois estudos de casos: o Mercado Municipal de Pinheiros e o entreposto de alimentos. Ambos estão localizados em lugares estratégicas da cidade e, por tanto, são áreas de interesse para o mercado imobiliário e o sector privado, que conseguiram intervir nesses espaços através de a través de instrumentos urbanísticos. O marco teórico abarca a globalização, a produção social do espaço, a mercantilização da cidade e o consumo alimentar. A partir deste contexto, se indaga quais são os principais impactos da produção social do espaço de São Paulo no abastecimento alimentar urbano. Este artigo defende a hipótese de que tais impactos se manifestam em novos modelos de comercialização de alimentos, na cultura de consumo alimentar, na inequidade de acesso à alimentação e à cidade, e no desequilíbrio entre campo e cidade. Através da metodologia prioritariamente qualitativa, a hipótese foi confirmada e conclui-se que a urbanização afeta a comercialização de alimentos ao tratar a cidades e os alimentos como mercadorias.

Palavras-chave: zona urbana, urbanização, alimento, consumo alimentício, Brasil



El consumo alimentario en la ciudad
mercantilizada.

Dos casos en São Paulo (Brasil)

Mots-clés: zone urbaine, urbanisation, aliment, consommation alimentaire, Brésil.

Sin embargo, las ciudades son más que flujos económicos (Massey, 2012), una de sus demandas esenciales es el abastecimiento alimenticio, que es afectado por la urbanización. Al tiempo que el espacio urbano incrementa, se registran pérdidas de suelo agrícola, lo que empuja a la expansión urbana y atenta contra la soberanía alimentaria [2].

Introducción

La urbanización de ciudades latinoamericanas a lo largo del siglo XX y XXI sigue un modelo de ciudad basado en intereses privados en detrimento de las necesidades de la sociedad, lo que resulta en injusticias socioambientales y espaciales (Janoschka, 2016), incluyendo impactos en la comercialización de alimentos. De esta forma, la producción social del espacio (Lefebvre, 1974) se da territorialmente a través de dinámicas de apropiación y dominación (Haesbaert, 2004). En este sentido, la mercantilización en el desarrollo urbano en São Paulo es evidente. Al ser la ciudad más grande de América Latina, con fuerte presencia en el escenario internacional y con potencial de albergar una gran variedad de negocios, São Paulo resulta atractiva para los sectores privados, que logran articularse con la municipalidad para imponer aquel modelo de ciudad que responde a sus intereses económicos. Sin embargo, las ciudades son más que flujos económicos (Massey, 2012), una de sus demandas esenciales es el abastecimiento alimenticio, que es afectado por la urbanización. Al tiempo que el espacio urbano incrementa, se registran pérdidas de suelo agrícola, lo que empuja a la expansión urbana y atenta contra la soberanía alimentaria [2]. A partir de esto se plantean preguntas como ¿Cuáles son los principales impactos de la producción social del espacio de São Paulo (Brasil) en el abastecimiento alimentario [3] urbano? Se propone, entonces, que la producción social del espacio en São Paulo está predominantemente caracterizada por la mercantilización de la ciudad (De Mattos, 2016). Por lo tanto, los impactos en el abastecimiento alimentario urbano son, en su mayoría, el resultado de un modelo de urbanización mercantilista, y se manifiestan en diferentes formas de comercialización de alimentos; en la cultura ciudadana de consumo alimentario, bajo la cual el individuo pasa de ‘ciudadano’ a ‘consumidor’ (Canclini, 1995); en la inequidad de acceso a la alimentación adecuada y a la ciudad; y en un desequilibrio socio espacial entre campo y ciudad.

Marco Teórico

El presente marco teórico trata sobre los impactos de la producción social del espacio para el abastecimiento alimentario de las ciudades y para el desarrollo urbano sostenible. Este apartado abarca una conceptualización de las ciudades en el contexto de la globalización, un análisis sobre la producción social del espacio y la mercantilización de la ciudad, y las definiciones relacionadas con el consumo alimentario urbano. En el contexto de la globalización, las ciudades asumen funciones para garantizar su rol de comando en la economía mundial, se reduce el papel del Estado y, mientras tanto, adquiere importancia el del sector privado (Sassen, 2005). La economía global es sostenida por la competencia interurbana apoyada en las asociaciones público-privadas y en el marketing urbano (Vainer, 2000).

[2] Soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a decidir y definir sobre su política agraria y alimentaria. (Vía Campesina, 2003)

[3] Se consideran sitios de abastecimiento alimentario en Sao Paulo el Mercado Municipal del barrio de Pinheiros y el mayorista ETSP-CEAGESP.

Producción Social del Espacio

Lefebvre (1974) defiende la producción social del espacio y del tiempo a partir de la posición del ser humano y de la vida cotidiana, donde el espacio influye en su propia producción, “El espacio debe dejar de concebirse como pasivo, vacío, o carente de otro sentido [...] Es dialéctico: producto-productor, soporte de las relaciones económicas y sociales” (Lefebvre, 1974, p. 20). En su teoría, él define tres dimensiones: el espacio concebido, el espacio vivido y el espacio percibido. Estos espacios están interrelacionados y atribuidos, respectivamente, por las representaciones del espacio (mapas, memorias, discursos); por los espacios de representación (símbolos e imágenes), que generan el interés por el cambio y la apropiación, y por las prácticas espaciales, donde el espacio integra las relaciones sociales de producción y reproducción y de demandas de la vida cotidiana y, por ende, está sujeto a la percepción de las personas sobre su propia cotidianeidad al tiempo que influye sobre estas. Lefebvre (1974) asocia la producción espacial, por un lado, a la dominación relacionada al carácter funcional (Haesbaert, 2007) y valor de cambio; y, por otro lado, a la apropiación^[4], conectada al valor de uso y al carácter simbólico (Haesbaert, 2007). Sin embargo, el dominio sobresale como consecuencia de intervenciones capitalistas (Lefebvre, 1974).

Harvey (1994) aporta a la discusión al describir dos maneras a través de las cuales ocurren cambios en la sociedad: la imposición de una sociedad dominante sobre otra, como dominación, y el conflicto urbano por el uso del espacio y del tiempo, como apropiación. Adicionalmente, señala que también existe la construcción social del tiempo. El autor explica que el capitalismo está interesado, simultáneamente, en la aceleración del tiempo, motivada por el desarrollo tecnológico —y que hace que los ciudadanos lleven una vida cada vez más rápida— y la compresión del espacio-tiempo que genera efectos fragmentarios y cambia los patrones de desarrollo y de uso local. Para Massey (2012), la reciente comprensión espacio-temporal es fruto de una imposición occidental colonizadora. Por su parte, Haesbaert (2004) percibe una interacción entre tiempo y espacio en la formación territorial como “[...] híbrido entre sociedad y naturaleza, entre política y cultura, y entre materialidad e ‘idealidad’” (2004, p. 79), resultante de una mezcla

[4] “El término apropiación se trata del proceso según el cual un individuo o grupo se apropia, transforma en su bien, algo exterior, de modo que puede hablarse de tiempo o espacio urbano apropiados por el grupo que ha modelado la ciudad” (Lefebvre, 1971, p. 186)

de relaciones de poder. Actualmente, el poder más impactante para el territorio está relacionado con la funcionalidad capitalista donde el espacio puede ser puesto a la venta y la ciudad es una mercancía (Vainer, 2000).

Mercantilización de la ciudad

Para hablar sobre la mercantilización de la ciudad, el artículo abordará la definición marxista de mercancía:

La mercancía es un valor de uso, pero como mercancía no es simultáneamente un valor de uso. No sería una mercancía si fuera un valor de uso para su propietario, es decir, un medio directo para la satisfacción de sus propias necesidades. Para su propietario, por el contrario, es un valor de no uso, que es simplemente el depositario físico del valor de cambio o simplemente un medio de cambio. (Marx en Harvey, 1973, p. 155)

De esta manera la mercancía para convertirse en valor de uso debe encontrar una necesidad que pueda satisfacer, para esto las mercancías pueden moverse de un lugar a otro (Marx, 1859). Así pues, Harvey señala que la tierra y las mejoras que se realizan sobre ella son, en la economía capitalista, mercancías. A diferencia de otros productos, la tierra no puede ser trasladada, su ubicación es fija, por lo que pueden existir “privilegios de monopolio a la persona que tiene los derechos para determinar el uso en esa ubicación” (p. 158). Adicionalmente, la tierra y las mejoras que se realizan sobre ella cambian de manos con poca frecuencia, por ejemplo, cuando existen inversiones fuertes, cuando se implementa infraestructura pública y en los sectores estables del mercado de vivienda. Sin embargo,

En el sector del alquiler del mercado de la vivienda, en las áreas ocupadas por los propietarios inestables y en el sector minorista, la tierra y las mejoras adquieren la forma de un producto básico con mucha más frecuencia. La interpenetración dialéctica del valor de uso y el valor de cambio en forma de mercancía no se manifiesta en el mismo grado ni ocurre con la misma frecuencia en todos los sectores de la economía urbana. (p. 158)

En este sentido, es importante pensar la ciudad como un gran sistema de recursos atractivos para el capital (Harvey, 1973). La dominación de la ciudad por grupos hegemónicos, es decir, agentes privados aliados del Estado que la convierten en mercancía, es la principal característica de la mercantilización de la ciudad (De Mattos, 2016). Estos grupos logran acuerdos institucionales abanderando discursos neolibera-

les de crecimiento económico que se materializan a través de grandes proyectos urbanos (Cuenya, 2011), que promueven el aumento de la renta de suelo y cambian el paisaje y la funcionalidad urbana. Los megaproyectos, que anteriormente eran obras de infraestructura, en el contexto neoliberal son herramientas de reconfiguración espacial basada en la revalorización: “[...] en tanto instrumentos de poder, terminan por ser espacios del capital en el que convergen diversos actores económicos y políticos para hacer valer los procesos de acumulación.” (Luna-Nemecio, 2019, p. 2).

En otras palabras, la mercantilización de la ciudad se manifiesta donde la influencia del sector privado es creciente. Luego, las áreas centrales y estratégicas son verticalizadas y las asociaciones público-privadas trabajan por la competitividad interurbana. La ciudad, además de convertirse en una mercancía, también asume un modelo empresarial de gestión subordinado a lógicas económicas globales de amplia conectividad, movilidad y flujos de capital. Además, la financiarización provoca diferentes impactos y permite comprender fenómenos urbanos como la especulación, la aglomeración, la verticalización y la reconversión funcional. De esta manera es posible entender la transformación espacial, pues la economía es dominada por agentes financieros cuyo objetivo es la creación de nuevas inversiones que generen beneficios, a través de mercados de capitales globales con control mínimo del Estado (Sassen, 2005; De Mattos, 2016), pero con acciones estatales que atiendan a intereses mercantilistas. El Estado, al tener competencias sobre el uso del suelo, al retener impuestos sobre el mismo o, incluso, al proveer infraestructura, juega un papel fundamental como agente inmobiliario (Jaramillo, 2009) en la promoción de la mercantilización urbana.

Las ciudades inmersas en la globalización dependen del comercio, de sistemas de comunicación y de inversiones para su desarrollo, y sus objetivos se convierten en la retención de capital y en la competitividad (Roberts, 2015; Vainer, 2000). Las grandes transformaciones urbanas a lo largo del tiempo configuran ciudades relacionadas con diferentes formas de consumo. Tales transformaciones se manifiestan en el aumento de flujos financieros dentro del “sector inmobiliario y la distribución intraurbana desigual donde determinadas áreas cuentan con mayores ventajas para la valorización urbana” (De Mattos en Ribeiro da Silva, 2019, p. 27), generando injusticia socio-espacial.

Harvey (1985) destaca la importancia de lo urbano bajo el modo de producción capitalista e indica que la

urbanización ha desempeñado un papel fundamental en la absorción de excedentes de capital gracias a procesos de “destrucción creativa”, donde la “desposesión” del derecho a la ciudad es la herramienta principal. Entre las injusticias espaciales, se identifican los desfavorecidos por las grandes inversiones inmobiliarias o el marketing urbano. Harvey (2014b), al hablar de “acumulación por desposesión” señala que la desvalorización forzada de un espacio, para su posterior revalorización, identifica una forma de violencia. Vainer (2010) indica que la conquista de clases hegemónicas ocurre sobre lo espacial y sobre el imaginario original de los dominados, eliminando su historia y creando una nueva dentro del modelo hegemónico. Adicionalmente, según Luna-Nemecio (2018), la influencia del capitalismo en la formación territorial, “las diversas relaciones de producción y consumo y un tipo particular de tecnología capitalista nociva, han articulado una producción territorial basada en el despojo, privatización y dilapidación de los bienes y saberes comunitarios” (2018, p. 1). Además, el autor menciona los efectos ambientales con alto impacto ecológico que tienen las transformaciones urbanas mercantilistas.

Derecho a la Ciudad

De esta forma, el acceso al derecho a la ciudad queda limitado a una pequeña élite, que interviene el espacio según sus propios intereses (Harvey, 2014a). El concepto de derecho a la ciudad se relaciona con las transformaciones de la vida cotidiana y con la forma y estructura urbanas (Lefebvre, 1974). El autor escribe sobre las necesidades humanas, desde la necesidad individual marcada por el consumo, hasta las necesidades sociales, como la de poder aislarse, pero, también, de poder encontrarse con otros.

Sin embargo, en un contexto de inequidad, solamente la apropiación y la lucha social garantizan el acceso universal al derecho a la ciudad, que “[s]ólo puede formularse como derecho a la vida urbana, transformada, renovada” (Lefebvre, 1973, p. 137), donde la ciudad es obra y no mercancía: tiene valor de uso y no de cambio. La desestructuración urbana observada en la desintegración social y cultural representa vacíos que “son también los lugares de lo posible [...] Las instancias de lo posible sólo pueden realizarse en el curso de una metamorfosis radical” (Lefebvre, 1973, p. 135). Por tanto, la ciudad,

[...] también es concebida como una obra ininterrumpida, un producto de sujetos que intervienen práctica-

mente, sean constructores, dirigentes políticos, notables y grupos influyentes, habitantes que modifican el hábitat, que transforman sin cesar las funciones, estructuras y formas urbanas. [...] La estabilidad de este súper objeto es más aparente que real. (p. 266)

Para Lefebvre, “las cuestiones de la ciudad [...] ponen en cuestión una parte de las estructuras fundamentales de la sociedad existente” (1971, p. 206). Por eso, él ve la reforma urbana como revolucionaria. Entre los elementos que pueden generar una revolución urbana está la alimentación que, así como la ciudad, está sujeta a las fuerzas mercantilistas, pero también tiene caminos de resistencia.

Globalización, ciudad y consumo alimentario

A finales del siglo XIX, la vida urbana se vinculó a la modernidad y a lo cosmopolita. Los habitantes de la metrópolis adquirieron prácticas urbanas cotidianas distintas a las “formas urbanas del pasado”, como resultado del “desarrollo industrial capitalista, la acelerada urbanización de la población y el desarrollo de nuevas tecnologías de transporte” (Duhau y Giglia, 2016, p. 12). Así, las ciudades empezaron a ser consideradas como modelos de desarrollo y sinónimo de progreso.

En este sentido, ciertos lugares de la ciudad pasaron por procesos de turistificación (Medina y Álvarez, 2009), tanto para ejemplificar dicho progreso, como para atraer más inversión. Los mercados de alimentos trataron de transformarse y adaptarse para atender a las nuevas demandas urbanas mercantilistas, es decir, ofrecieron experiencias de ocio, entretenimiento y consumo para atraer a un público solvente (Medina y Álvarez, 2009). Estas dinámicas son parte de un proceso más amplio:

La solución a la crisis del capitalismo fordista vino determinada por la eliminación de las barreras geográficas al capital y por un incremento sustancial de la velocidad de rotación del mismo. En ambos aspectos el turismo desempeña un rol esencial. Es por este tipo de cuestiones que el turista actual ya no muestra atención por elementos consolidados –patrimoniales, culturales, etc.–, que se han ubicado tradicionalmente en [...] la burbuja turística (Judd, 1999), sino que huye de la misma en búsqueda de lo que considera auténtico (Harvey en Marcús et al., 2019, p. 11).

Simmel (1988) ve la ciudad como “sede de la economía monetaria”, de forma que es justamente la economía capitalista la que domina la metrópoli y despla-

za otras formas de producción como el trueque y la producción doméstica. Es así que el valor de cambio limita diferentes cualidades de un bien, pues este responde a su valor monetario. Adicionalmente, el autor hace énfasis en las sensaciones que la ciudad produce, y es justamente la moda una generadora importante de sentimientos y sensaciones:

Esta se manifiesta como la imitación de un modelo dado y que ofrece el beneficio de conseguir apoyo en la sociedad al encontrar normas o reglas preestablecidas, pero además satisface la necesidad de distinguirse, a través de la cual se busca la diferenciación [...] o destacarse individualmente (Simmel en Mejía, 2019, p. 35).

Existen perspectivas sociológicas que sugieren que el consumo actualmente está relacionado con la búsqueda de placeres, con la pertenencia a un nivel socioeconómico o con el anhelo de pertenecer a un grupo específico. Es necesario identificar que el “consumo” caracteriza al “individuo humano”, mientras que “el consumismo es un atributo de la sociedad” (Bauman, 2007). Esta diferenciación nos permite entender estos conceptos dentro de la configuración espacial urbana y ver cómo las grandes infraestructuras y los grandes proyectos urbanos motivan, responden o asimilan los impulsos y sensaciones expresadas a través del consumo. Featherstone (1991) menciona que los placeres emocionales vinculados al consumo también están relacionados a los placeres estéticos. Así, los acelerados procesos de urbanización han transformado las dietas tradicionales de la población y este cambio ha modificado, a su vez, la morfología urbana (Duhau y Giglia, 2007). La alimentación y el acceso a alimentos en la ciudad, al ser necesidades básicas, son ámbitos susceptibles de la metamorfosis urbana, de la mercantilización de la ciudad y de la globalización. Para Nutzenadel y Trentmann (2008), la globalización y la comida dependen el uno del otro.

Asegurar un mayor acceso a los alimentos fue una fuerza impulsora detrás de la expansión colonial y el poder imperial. Los mercados de alimentos fueron los primeros en integrarse globalmente, uniendo áreas y culturas distantes del mundo. En ninguna otra área las interacciones [...] han sido tan perceptibles como en las culturas alimentarias cambiantes. El consumo de alimentos juega un papel crucial en la construcción de identidades locales y nacionales y en la cambiante autocomprensión de los grupos sociales, migrantes y comunidades étnicas[5]. (Nutzenadel y Trentmann, 2008, p. 1)

[5] Traducción propia.

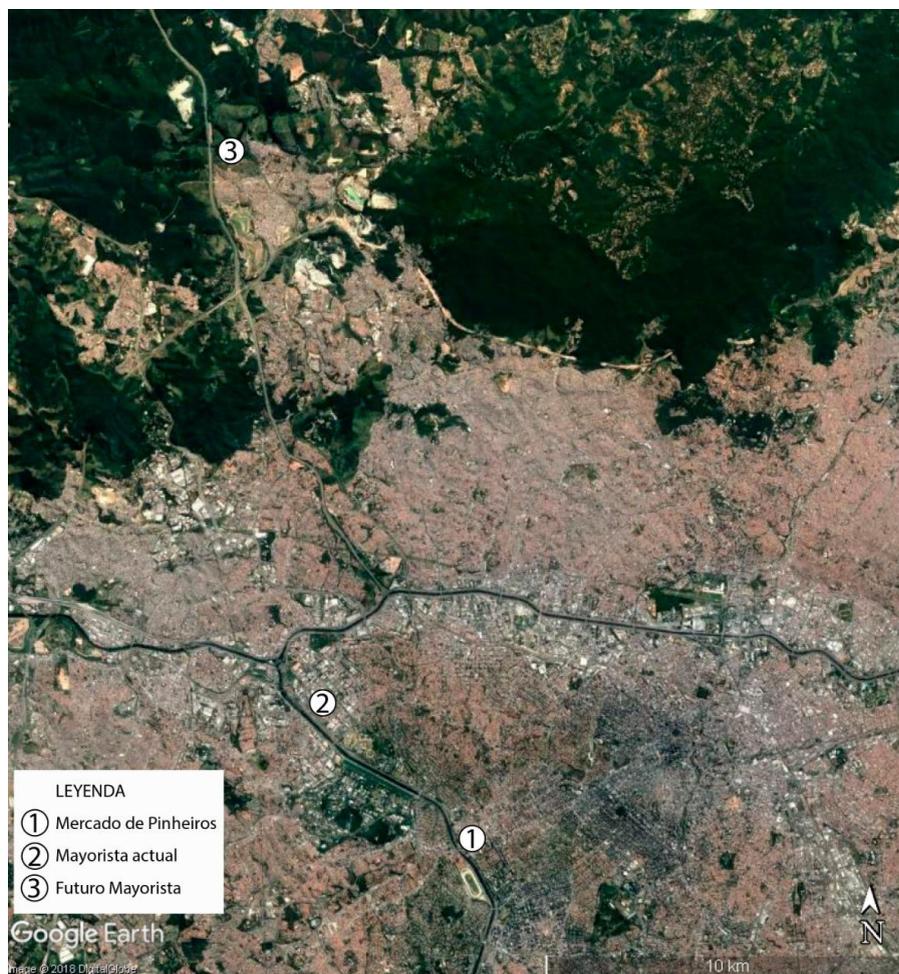


Imagen 1. Ubicación del Mercado de Pinheiros, ETSP-CEAGESP y PIU NESP en São Paulo
Fuente: Elaboración propia, 2020, sobre imagen de Google Earth.

Para ellos la alimentación es tan importante como el mercado financiero dentro del escenario global. El alimento se relaciona directamente con el espacio urbano, puesto que las ciudades dependen a diario del abastecimiento de alimentos, y su consumo, en cualquiera que sea su estado, pasa por el espacio público. A su vez, las grandes industrias alimenticias han modificado la dieta de las personas creando monopolios y desplazando con precios más bajos a pequeños productores (Steel, 2008). Al analizar las principales formas de comercializar alimentos en América Latina se encuentran ferias libres, mercados, pequeños comercios y supermercados. Pues bien, a través del consumo, finalmente, se manifiestan deseos individuales donde prima la necesidad de diferenciarse, pero, al mismo tiempo, se generan “vínculos con el grupo y la pertenencia social” (Duhau y Giglia en Mejía, 2019, p. 21), por lo que se busca asemejarse a unos o diferenciarse de otros. El consumo pasa entonces a vincular “lo posible con lo deseable”, y elegir dónde consumir es una forma de expresar dichos deseos individuales (2019, p. 21).

Metodología

El artículo propone estudiar dos casos en São Paulo con la siguiente metodología: revisión teórica, análisis documental, análisis espacial, entrevistas informales semiestructuradas y observación participante. El primer caso es la plaza Largo da Batata (LB), en el barrio Pinheiros, un área donde se han comercializado alimentos desde hace mucho y donde está ubicado el Mercado Municipal de Pinheiros (MMP). El segundo es el mayorista Entrepósito de São Paulo, de la Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (ETSP-CEAGESP) en el barrio Vila Leopoldina. Ambos casos cuentan con espacios públicos de comercialización de alimentos y están ubicados dentro del área de instrumentos urbanísticos de renovación urbana en barrios de clase media alta, con presencia fuerte del mercado inmobiliario. Por un lado, el MMP atiende a escala barrial, mientras que el ETSP-CEAGESP es el principal mayorista del país; por otro lado,

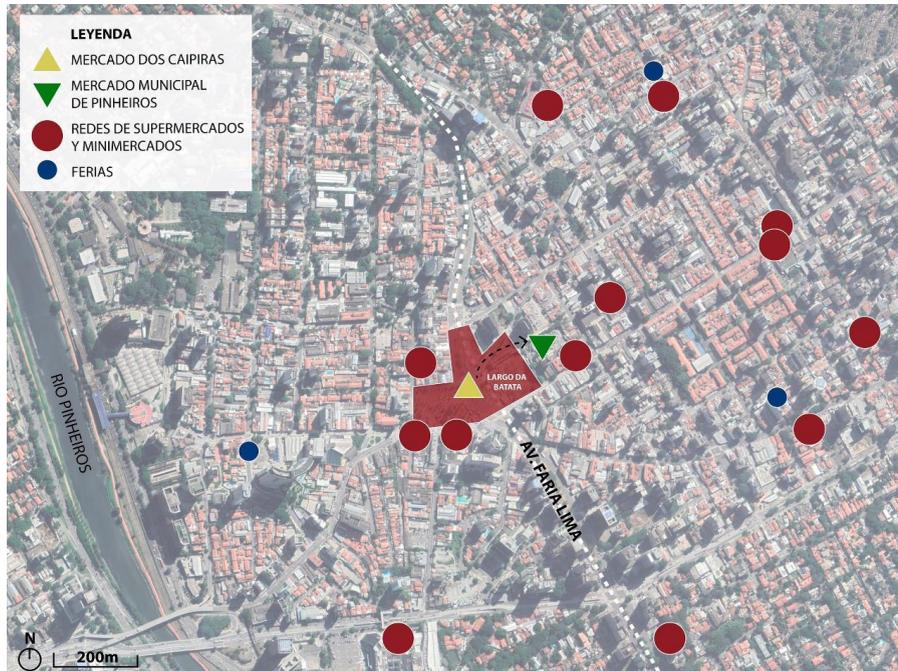


Imagen 2. Equipamientos públicos y privados de abastecimiento alimentario en el entorno del Largo da Batata

Fuente: Elaboración propia con datos del Google Maps sobre mapa de Google Earth, 2020)

los procesos inmobiliarios ocurrieron primero en el MMP y no en el mayorista, “pero existen disputas relacionadas a su transferencia, planificada bajo el Nuevo Mayorista de São Paulo (PIU NESP)” (Ribeiro da Silva, 2019, p. 8).

Resultados

La ciudad de São Paulo es la capital económica de Brasil y, por lo tanto, es parte de la competencia interurbana global. Sin embargo, la influencia del sector financiero en su desarrollo fue anterior a la globalización. Las transformaciones urbanas de São Paulo se caracterizan, entre otros aspectos, por la mercantilización de la ciudad con impactos en el medio ambiente, en la justicia espacial y en la comercialización de alimentos. A lo largo del siglo XX, la urbanización priorizó el automóvil privado y la creación de vías asociadas a la dominación del sector inmobiliario. El resultado fue una malla urbana que, además de desconsiderar la geografía de la ciudad, impactó profundamente su sistema hídrico. El Río Pinheiros, uno de los principales ríos de São Paulo, poseía márgenes sinuosos que fueron rectificadas para la creación de 25,000 km² de terrenos de interés inmobiliarios y vías expresas inspiradas en las ideas del urbanista Robert Moses.

Mercado Municipal de Pinheiros

A inicios del siglo XX, el Río Pinheiros dividía el centro urbano de la periferia rural, y muchos agricultores vendían sus productos en un amplio espacio abierto, entonces llamado Mercado dos Caipiras (MC). Adicionalmente, fue instalada en el mismo sector una gran cooperativa de comerciantes de alimentos, la Cooperativa Agrícola de Cotia (CAC), y esta área pasó a ser reconocida como Largo da Batata (LB). A mediados del siglo XX, el carácter de comercialización de alimentos del LB fue amenazado por primera vez por la expansión urbana. La plaza era parte de la conexión del centro urbano con el otro lado del Río Pinheiros, que empezaba a urbanizarse, y la priorización del sistema vial afectó la dinámica alimentaria del LB cuando el Mercado dos Caipiras fue retirado para permitir la creación de la Avenida Faria Lima.

En 1971 se inauguró el Mercado Municipal de Pinheiros (MMP), un mercado cerrado, para sustituir el extinto Mercado dos Caipiras. Según Ribeiro da Silva (2019), este cambio fue problemático debido a la falta de espacio, la limitación a ventas minoristas y el hecho de que los locales comerciales no estaban, como antes, en el paso de los consumidores. Paralelamente, la CAC también cerró sus puertas, dejando sin uso definido, por casi 30 años, un terreno de 10,000m²[6].

[6] En el año de 2020, se construyó en el terreno un edificio de lujo de uso comercial.

El carácter alimentario del LB se limitó al pequeño edificio del nuevo mercado municipal que, a pesar de las dificultades, se benefició de la llegada de una terminal de buses al barrio, en 1974.

Por ende, se demuestra el impacto de la urbanización en la comercialización de alimentos. Adicionalmente, se percibió otro cambio fundamental: la llegada de centros comerciales y de redes de supermercados y minimercados en los años 60, que representan, todavía hoy, una amenaza para el MMP (Imagen 2). El primer centro comercial de São Paulo, el Shopping Iguatemi, fue construido en la Avenida Faria Lima y cuenta con un supermercado en su interior; así, se reveló también la influencia que tienen grandes empresas en el abastecimiento urbano y en las formas de consumo alimentario.

Para la ciudad (...) eso significa que cada vez menos empresas dominarán la venta de alimentos a través de un sistema oligopólico de comercializadores y, de acuerdo con sus modelos de tienda, influyen en el modelo de ciudad que se desarrolla. Cuando un supermercado es construido en el área de toda una cuadra en una edificación sin ventanas cercada de parqueaderos de automóviles, su presencia determina cómo será la vida urbana en aquella porción de ciudad. (Ribeiro da Silva, 2019, p. 53)

El último gran impacto para el mercado de alimentos empezó en los años 90, con la llegada de la Operación Urbana Consorciada[7] Faria Lima (OUCFL)[8], basada en la asociación público-privada, cuyos efectos en el sector se observan hasta el día de hoy. Además de la competencia con los supermercados, el MMP sufrió con la retirada de la terminal de buses del LB, como señaló una vendedora de almuerzos que fue entrevistada, “Cuando había el terminal, cuando había vendedores callejeros, trabajadores en las calles [...] la gente almorzaba aquí, yo entregaba almuerzos. Y después que lo sacaron (al terminal), disminuyó el movimiento”[9] (Mazé, comunicación personal, 15 de mayo de 2018). Adicionalmente, el MMP fue afectado por la supuesta renovación urbana del LB, que tardó siete años (de 2007 a 2013) en completarse, de forma

muy insatisfactoria, como parte de la OUCFL (Ribeiro da Silva, 2019). Esta inconformidad se verifica en las palabras de una vendedora de alimentos: “Se suponía que iba a revitalizar y no revitalizó nada, ¿verdad? No tiene nada de calidad.” (Jeane, comunicación personal, 15 de mayo de 2018). O en las del administrador del mercado: “quitaban a los vendedores callejeros, sacaron todo, vino el metro, se cerró todo lo que había alrededor. Tanto que actualmente hay personas que se olvidaron de que este lugar (el MMP) existe.” (Rodolfo, comunicación personal, 16 de mayo de 2018)

En el periodo de la renovación urbana del LB se construyó una estación de metro en este lugar, y la Avenida Faria Lima se consolidó como eje empresarial de la ciudad, mientras las obras imposibilitaban el paso y el comercio. Sin embargo, con el LB renovado, la creciente intervención inmobiliaria en esta área, que parecía abandonada, materializó la teoría del concepto “apropiación por desposesión” (Harvey, 2014b). La llamada renovación urbana llevó a la expulsión de la mayoría de los comerciantes populares del barrio, así como de todos aquellos que no tenían recursos para adaptarse al creciente valor de suelo. El paisaje urbano se transformó con la verticalización y con nuevos restaurantes sofisticados. Por ende, el MMP tuvo que dejar su propia historia atrás y adaptarse para atender al nuevo público del LB, solvente y exigente, como explica un funcionario de un local de venta de frutas y verduras del MMP:

Antes había de todo (tipo de clientes). Hoy no es cualquier tipo de persona que viene. La diferencia que hay para nosotros es una diferencia muy grande porque hasta la forma de trabajar está cambiando, con uniforme y todo. Entonces, el público que tenemos hoy en día es más rígido, no es como antes. (Jean, comunicación personal, 15 de mayo de 2018)

Para esta adaptación, se desarrolló, por un lado, la turistificación del MMP (Imagen 3), con su renovación y con la instalación de locales de comida rápida registrados por chefs reconocidos, y, por otro lado, su adaptación a las nuevas formas de consumo, con la llegada de la sucursal de una red de comercialización de frutas y verduras y con la ascensión del servicio de entrega a domicilio (Ribeiro da Silva, 2019), “El LB y el MMP siguen sujetos a la especulación de la mercantilización urbana ya lucrativa para grupos hegemónicos mientras el restante de la población sufre con el desplazamiento y con la desposesión de su historia y memoria” (p. 97).

[7] Las Operaciones Urbanas son instrumentos urbanísticos de gestión de suelo para transformar áreas urbanas a través de asociaciones público-privadas que buscan atraer inversiones.

[8] La OUCFL es el primer caso de operación urbana consorciada. Fue creada en 1995 con una gran propuesta de transformación urbana para un área de 650 hectáreas que incluye la plaza Largo da Batata.

[9] Todas las citas de comunicación personal hacen parte de las entrevistas realizadas en 2018 para la tesis de maestría que en que se basa este artículo. Las entrevistas fueron realizadas en portugués y la versión en español es una traducción propia.



Imagen 3. Fotografía interna del MMP con la sucursal de la tienda de verduras en el piso inferior y los restaurantes en el piso superior
Fuente: Camila Cavalheiro, 2018.



Imagen 4. El mayorista ETSP-CEAGESP y los instrumentos urbanísticos (PIU y OODC) en el barrio Vila Leopoldina
Fuente: Elaboración propia con datos del portal geosampa.prefeitura.sp.gov.br sobre mapa de Google Earth, 2020.

Mayorista de São Paulo

El Mayorista de São Paulo (ETSP-CEAGESP) también fue afectado por la mercantilización de la ciudad, pero este proceso está en una etapa menos avanzada que en el caso del LB. Este equipamiento fue inaugurado en el barrio Vila Leopoldina, al final de la década de los 60, para absorber la demanda del mercado central, que estaba saturado y que también fue turistificado. En aquel momento, el barrio del mayorista tenía usos relacionados a la ferrovía. Su ubicación es parte de los márgenes resultantes de la rectificación del Río Pinheiros, lo que generó un barrio sujeto a inundaciones, en un área entonces periférica, pero que, actualmente, es una conexión estratégica con ciudades vecinas y, por tanto, interesante para el sector inmobiliario. Como explica un trabajador del ETSP-CEAGESP en entrevista: “Aquí es una región noble, valorada. [...] Esto se va a acabar para hacer edificios de lujo aquí. Un área valorada como esta, un área grande, cerrada [...] para hacer una urbanización de lujo aquí no cuesta nada.” (Albert, comunicación personal, 23 de mayo de 2018)

El carácter industrial fue disipado y gradualmente sustituido por el uso residencial a partir de los años 80, “El carácter bucólico del barrio empezó a extinguirse a partir del momento en que los enormes terrenos disponibles fueron, poco a poco, dominados por el mercado inmobiliario, principalmente desde el inicio de los años 2000” (Ribeiro da Silva, 2019, p. 107). El interés del sector inmobiliario se debe a la ubicación estratégica cercana a vías expresas y a la línea de tren, a la oferta de terrenos vacíos o subutilizados y a la oportunidad de utilizar el instrumento urbanístico de la ‘Otorga Onerosa del Derecho de Construir’[10] (OODC) decretado en 2003. El stock disponible de OODC fue utilizado integralmente (Imagen 4) y el paisaje del barrio fue transformado de industrial obrero a un conglomerado de grandes torres residenciales.

Así como en el caso anterior, los nuevos residentes del barrio Vila Leopoldina eran más solventes. Además, la presencia del mayorista y de las favelas que lo cercan no son del agrado de esta nueva población ni del mercado inmobiliario, que tiene interés en apropiarse de los 700,000 m² del ETSP-CEAGESP. Este interés puede materializarse a través de dos Proyec-



Imagen 5. Fotografía al interior del mayorista ETSP-CEAGESP desde donde se ven torres residenciales

Fuente: Camila Cavalheiro, 2018.

tos de Intervención Urbana (PIU)[11] que aún no se han concretado: el PIU Vila Leopoldina, que propone la renovación urbana del entorno del mayorista, y el PIU NESP, que propone la retirada del mayorista y su sustitución por su versión privatizada llamada Nuevo Entrepuesto de São Paulo (NESP) en un área aún más periférica de la ciudad. Cabe reflexionar sobre qué modelo de ciudad dictará las transformaciones urbanas de la Vila Leopoldina derivadas de este instrumento urbanístico, especialmente partiendo del supuesto de que la empresa involucrada en la construcción del nuevo mayorista participará también de las transformaciones urbanas en la Vila Leopoldina (Ribeiro da Silva, 2019, p. 118). Mientras el futuro del área sigue en disputa, el ETSP-CEAGESP y sus alrededores pasan por una degradación resultante del abandono y negligencia pública, lo que anuncia otro potencial ejemplo de “acumulación por desposesión” (Harvey, 2014b). Los afectados, en todos los casos, son comerciantes de alimentos, residentes de las favelas y consumidores del mayorista que pierden sus fuentes de subsistencia y son expulsados junto con su identidad y memoria, para ser sustituidos por una nueva historia caracterizada por torres residenciales y supermercados (Imagen 5).

[10] La Otorga Onerosa del Derecho Constructivo permite que el municipio venda derechos de construcción por encima de la norma y cobre una contrapartida, generalmente financiera, de los compradores.

[11] Los Proyectos de Intervención Urbana (PIU) son instrumentos urbanísticos de ordenamiento territorial y restructuración urbana en áreas subutilizadas.

Conclusiones

Para concluir, se puede decir que la mercantilización de la ciudad de São Paulo se caracteriza por la asociación público-privada, observada en la rectificación del río para creación de suelo inmobiliario vendible, y en las renovaciones urbanas que ignoraron la memoria barrial con la concentración de edificios. La venta de alimentos fue insertada en la disputa por el suelo urbano y, poco a poco, la ciudad mercantilista dominó el área que antes era ocupada por el Mercado dos Caipiras. Así, cuando la lógica de los supermercados se impone, la cultura ciudadana de consumo alimentario cambia y promueve el abandono del comercio barrial. Además, el MMP fue turistificado (Medina y Álvarez, 2009), en detrimento del abastecimiento de alimentos. Los pocos locales de venta de alimentos in natura que quedaron, tuvieron que adaptarse a las nuevas demandas (Duhau y Giglia, 2016).

Por otro lado, la presión sufrida por el mayorista ETSP-CEAGESP tiene otro enfoque, pues “existe la intención de venderlo al capital externo y, por ende, poner la alimentación urbana en un circuito global mercantilista” (Ribeiro da Silva, 2019, p. 121). Ambos casos de estudio están ubicados en áreas actualmente estratégicas por su conectividad, pero que, anteriormente, eran parte de la periferia urbana; y poco a poco pasaron a hacer parte de la creciente mancha urbana. En ese sentido, la propuesta del sector privado de crear un nuevo mayorista, en un área aún más periférica, podría tener como consecuencia la expansión urbana hacia este lugar. El resultado es una relación insostenible entre campo y ciudad, un desequilibrio socio-espacial y ambiental que profundiza la crisis urbana que para algunos —vendedores del mercado o residentes de las favelas aledañas al mayorista— es ya es una realidad. Ellos perdieron su espacio de apropiación, su fuente de subsistencia y su identidad simbólica (Janoschka, 2016; Vainer, 2010), ya que no lograron incorporarse al nuevo modelo de ciudad impuesto. Esta población, aunque resista y luche, no accede al derecho a la ciudad que es un privilegio para aquellos que lo pueden pagar.

Finalmente, a pesar de que la mercantilización de la ciudad se aproveche del alimento como producto y del ciudadano como consumidor, la alimentación también afecta la mercantilización urbana, por ejemplo, cuando los supermercados ocupan toda una

manzana en medio de la ciudad, limitando la calidad de vida barrial. “Se concluye también que, como ciudadanos, somos poderosos agentes de la transformación de la ciudad en cuanto consumidores de alimentos.” (Ribeiro da Silva, 2019, p. 132)

Referencias

- CUENYA, B. (2011).** Grandes proyectos y sus impactos en la centralidad urbana. *Cadernos Metrópole*, 13(25), 185-212. <https://cutt.ly/KxUJA7v>
- DE MATTOS, C. (2016).** Financiarización, valorización inmobiliaria del capital y mercantilización de la metamorfosis urbana. *Sociologías*, 18(42), 24-52. <https://cutt.ly/KxUKqVJ>
- DUHAU, E. Y GIGLIA, A. (2007).** Nuevas Centralidades y prácticas de consumo en la Ciudad de México: del microcomercio al hipermercado. *EURE-revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 33(98), 77-95.
- DUHAU, E. Y GIGLIA, A. (2016).** *Metrópolis, Espacio Público y Consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- FEATHERSTONE, M. (1991).** *Cultura de consumo y posmodernismo*. Amorrourtu editores.
- HAESBAERT, R. (2004).** O mito da desterritorialização: Do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Bertrand Brasil.
- HAESBAERT, R. (2007).** Território e multiterritorialidade: um debate. *GEOgraphia*, 9(17), 19-45. <https://cutt.ly/1xUXofj>
- HARVEY, D. (1973).** *Social Justice and the City*. Johns Hopkins University Press.
- HARVEY, D. (1985).** *The Urbanization of Capital: Studies in the History and Theory of Capitalist Urbanization*. John Hopkins University Press
- HARVEY, D. (1994).** The Social Construction of Space and Time: A Relational Theory. *Geographical Review of Japan*, 67(2), 126-135. <https://cutt.ly/cxUZrdR>
- HARVEY, D. (2014A).** *Cidades Rebeldes - do direito à cidade à revolução urbana*. Martins Fontes.
- HARVEY, D. (2014B).** *Diecisiete Contradicciones y el fin del capitalismo*. IAEN.
- JANOSCHKA, M. (2016).** Gentrificación, desplazamiento, desposesión: procesos urbanos claves en América Latina. *Revista INVI*, 31(88), 27-71. <https://cutt.ly/MxUKK1A>
- JARAMILLO, S. (2009).** *El estado como agente inmobiliario*. Universidad Externado de Colombia.
- LEFEBVRE, H. (1971).** *De lo rural a lo urbano*. Edit. Península.
- LEFEBVRE, H. (1973).** *El derecho a la ciudad*. Edit. Península.
- LEFEBVRE, H. (1974).** *La production de l'espace*. Éditions Anthropo.
- LUNA-NEMECIO, J. (2019).** Megaproyectos, acumulación del capital y la sostenibilidad: reconfiguración capitalista del territorio y devastación ambiental. *Revista De Geografía Espacios*, 8(16), 1-9. <https://doi.org/10.25074/07197209.16.1109>
- MARCÚS, J., MANSILLA, J., BOY, M., YANES, S. ARICÓ, G. ET AL (2019).** *Del planeamiento urbanístico a la actividad turística. Sobre la ciudad como mercancía*. Ministerio de Cultura de la Nación
- MARX, K. (1859).** *Zur Kritik der politischen Oekonomie*. Verlag von Franz Duncker.
- MASSEY, D. (2012).** Un sentido global del lugar. En Albet, A. y Benach, N. *Doreen Massey: un sentido global del lugar* (pp. 112-129). Icaria Editorial.
- MEDINA, X. Y ÁLVAREZ, M. (2009).** El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. En Medina, X. et al., *Alimentación, imaginarios y fronteras culturales. Ensayos en honor a Helen Macbeth* (pp. 183-201). Universidad de Guadalajara.
- MEJÍA ARTIEDA, A. (2019).** *Consumo y desecho de alimentos Metabolismo urbano en Quito - Un abordaje cualitativo sobre su impacto en el ambiente*. FLACSO Ecuador.
- NUTZENADEL, A. Y FRANK, T. (2008).** Introduction: Mapping Food and Globalization. En Alexander Nutzenadel, A. y Trentmann, F. (eds.), *Food and Globalization: Consumption Markets and The Politics of the Modern World* (pp. 1-20). Berg.
- RIBEIRO DA SILVA, C. C. (2019).** *Ciudad y Comida el impacto de la mercantilización de la ciudad en la comercialización de alimentos en São Paulo. Del Largo de Batata al ETSP-CEAGESP*. FLACSO Ecuador.
- ROBERTS, B. (2015).** *Gestionando Sistemas de Ciudades Secundarias*. Banco Interamericano de Desarrollo, Cities Alliance.
- SASSEN, S. 2005.** The urban impact of Economic Globalization. En Len, J. y Mele, C. (eds.), *The Urban Sociology Reader* (pp. 230-241). Routledge.
- SIMMEL, G. (1988).** La Metrópolis y la Vida Mental. En Mario Bassolos M. et al. (eds.), *Antología de Sociología Urbana* (pp. 47-61). Universidad Autónoma de México.
- STEEL, C. (2008).** *Hungry city: how food shapes our lives*. Vintage.
- VAINER, C. (2000).** Patria, empresa y mercadería. Notas sobre a estrategia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. En Arantes, O. et.al. (eds.), *A cidade do pensamento único. Desmanchando consensos* (pp. 75-103). Editora Vozes.
- VAINER, C. (2010).** Hechas de ciudades como nosotros: Notas sobre la colonialidad de los modelos de ciudad. En Luc-Normand Tellier, L. y Vainer, C. (cord.), *Las transformaciones de las metrópolis de las Américas* (pp. 383-398). Universidad Externado de Colombia.
- VÍA CAMPESINA, (2003).** *¿Qué significa la soberanía alimentaria?* <https://viacampesina.org/es>

Abreviaturas

CAC – Cooperativa Agrícola de Cotia

ETSP-CEAGESP – Entrepuesto de São Paulo de la Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (el mayorista)

LB – plaza Largo da Batata

MC – Mercado dos Caipiras

MMP – Mercado Municipal de Pinheiros

NESP – Nuevo Entrepuesto de São Paulo, el mayorista privado propuesto para sustituir el ETSP-CEAGESP.

OODC – Otorga Onerosa del Derecho de Construir

OUCFL – Operación Urbana Consorciada Faria Lima