



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**Gabinete do Deputado Federal Duda Ramos – PODE/RR**

**PROJETO DE LEI Nº , DE 2026**

(Do Sr. DUDA RAMOS)

Institui a Política Nacional de Valorização dos Mercados Públicos Tradicionais, cria o Programa Nacional de Recuperação de Mercados Municipais Antigos e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica instituída a Política Nacional de Valorização dos Mercados Públicos Tradicionais, destinada à preservação, recuperação, modernização e fortalecimento dos mercados públicos municipais como instrumentos de desenvolvimento econômico local, valorização cultural, promoção turística, inclusão produtiva e integração territorial.

Parágrafo único. A Política observará os princípios da preservação da identidade local, da valorização da cultura brasileira, do desenvolvimento regional, da inclusão produtiva, da sustentabilidade, da cooperação federativa e da redução das desigualdades territoriais.

Art. 2º São objetivos da Política:

- I – promover a recuperação e modernização dos mercados públicos municipais;
- II – fortalecer a economia local e regional;
- III – preservar o patrimônio histórico, arquitetônico, cultural e identitário associado aos mercados públicos;
- IV – incentivar a comercialização de produtos regionais e tradicionais;



V – fortalecer cadeias produtivas locais;

VI – estimular o turismo cultural e gastronômico;

VII – promover a revitalização urbana de áreas centrais e históricas;

VIII – apoiar a agricultura familiar, a pesca artesanal, o extrativismo sustentável, o artesanato e a economia criativa;

IX – valorizar os saberes, práticas e tradições associados aos mercados públicos.

Art. 3º Fica instituído o Programa Nacional de Recuperação de Mercados Municipais Antigos, destinado a apoiar iniciativas voltadas à:

I – recuperação estrutural de edificações;

II – adequação sanitária, ambiental e de acessibilidade;

III – modernização de instalações elétricas, hidráulicas e de segurança;

IV – melhoria da eficiência energética;

V – requalificação de espaços de comercialização;

VI – implantação de soluções digitais de gestão e promoção comercial;

VII – valorização da gastronomia regional;

VIII – preservação de elementos históricos e arquitetônicos;

IX – qualificação de permissionários, produtores e empreendedores locais;

X – fortalecimento da atratividade turística dos mercados.

Art. 4º Os mercados públicos poderão ser reconhecidos como Polos de Desenvolvimento Econômico Local, destinados à integração entre:

I – produção local;



- II – agricultura familiar;
- III – pesca artesanal;
- IV – extrativismo sustentável;
- V – bioeconomia;
- VI – gastronomia regional;
- VII – turismo;
- VIII – economia criativa;
- IX – artesanato e manifestações culturais.

Art. 5º As ações previstas nesta Lei poderão ser executadas mediante:

- I – cooperação entre os entes federativos;
- II – consórcios públicos;
- III – convênios e instrumentos de parceria;
- IV – cooperação com instituições de ensino e pesquisa;
- V – participação de organizações da sociedade civil;
- VI – outras formas de cooperação admitidas em lei.

Art. 6º A implementação da Política priorizará:

- I – mercados públicos com valor histórico, cultural ou arquitetônico reconhecido;
- II – Municípios de pequeno e médio porte;
- III – mercados localizados em áreas centrais sujeitas a processos de degradação urbana;
- IV – mercados vinculados à agricultura familiar, pesca artesanal, extrativismo, bioeconomia e economia popular;



V – mercados localizados na Amazônia Legal, regiões de fronteira, territórios turísticos e localidades de interesse cultural.

Art. 7º O Poder Executivo poderá instituir o Cadastro Nacional de Mercados Públicos Tradicionais, destinado à produção de informações, diagnósticos e planejamento das ações previstas nesta Lei.

Art. 8º O Poder Executivo poderá instituir a Rede Nacional de Mercados Públicos Tradicionais com a finalidade de:

- I – promover intercâmbio de experiências e boas práticas;
- II – apoiar ações de capacitação;
- III – fomentar inovação e sustentabilidade;
- IV – fortalecer estratégias de promoção turística e cultural;
- V – estimular a cooperação entre mercados públicos brasileiros;
- VI – valorizar a identidade econômica e cultural dos territórios.

Art. 9º O Poder Executivo poderá instituir o Selo Mercado Histórico Brasileiro, destinado ao reconhecimento de mercados públicos que se destaquem pela preservação de seu patrimônio histórico, cultural, econômico e social.

Art. 10. Constituem patrimônio cultural associado aos mercados públicos, para fins de valorização e preservação no âmbito desta Lei:

- I – os modos tradicionais de comercialização;
- II – os saberes e práticas produtivas locais;
- III – as manifestações gastronômicas regionais;
- IV – as feiras e atividades tradicionais;
- V – os conhecimentos associados à agricultura familiar, pesca artesanal, extrativismo e artesanato;



VI – outras expressões culturais vinculadas à identidade histórica dos mercados.

Art. 11. As ações previstas nesta Lei deverão considerar as especificidades territoriais, culturais, econômicas e arquitetônicas de cada região do País, observada a preservação da identidade local e da função social dos mercados públicos.

Parágrafo único. Na Amazônia Legal, as ações da Política deverão reconhecer a importância dos mercados públicos como espaços de integração econômica, valorização da bioeconomia, comercialização de produtos da sociobiodiversidade, fortalecimento do extrativismo sustentável e promoção da cultura amazônica.

Art. 12. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no que couber.

Art. 13. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

Os mercados públicos municipais constituem alguns dos mais importantes equipamentos econômicos, culturais e sociais existentes no território brasileiro. Presentes em capitais, cidades médias e pequenos municípios, representam espaços de abastecimento, convivência, preservação da memória coletiva e dinamização das economias locais.

Muito além da função comercial, os mercados públicos desempenham papel estratégico na valorização da produção regional, na promoção do turismo, na difusão da gastronomia brasileira e na preservação de tradições que integram a identidade cultural de diferentes comunidades.

Ao longo da história, esses espaços tornaram-se pontos de encontro entre produtores, comerciantes e consumidores, contribuindo para a



circulação de riqueza, para a integração territorial e para o fortalecimento dos vínculos sociais que caracterizam a vida urbana brasileira.

Entretanto, parcela significativa dos mercados públicos encontra-se submetida a processos de degradação física, perda de atratividade econômica, obsolescência estrutural e esvaziamento gradual de suas funções tradicionais. Em diversas localidades, equipamentos de elevado valor histórico e cultural deixaram de receber investimentos compatíveis com sua relevância econômica e social.

A recuperação desses espaços representa oportunidade singular de desenvolvimento. Mercados revitalizados fortalecem a economia local, ampliam oportunidades para agricultores familiares, pescadores artesanais, extrativistas, artesãos e pequenos empreendedores, atraem visitantes, impulsionam a gastronomia regional e contribuem para a requalificação de áreas urbanas centrais.

A presente proposição parte do entendimento de que os mercados públicos devem ser reconhecidos não apenas como edificações históricas, mas como ativos estratégicos para o desenvolvimento econômico territorial.

Por essa razão, o projeto institui a Política Nacional de Valorização dos Mercados Públicos Tradicionais e cria o Programa Nacional de Recuperação de Mercados Municipais Antigos, conferindo aos mercados papel central na promoção da economia local, da cultura, do turismo e da inclusão produtiva.

A proposta inova ao reconhecer os mercados públicos como verdadeiros Polos de Desenvolvimento Econômico Local, capazes de integrar agricultura familiar, pesca artesanal, extrativismo sustentável, bioeconomia, gastronomia regional, artesanato, turismo e economia criativa.

A iniciativa também amplia o conceito de preservação ao incorporar não apenas os aspectos arquitetônicos dos mercados, mas igualmente seu patrimônio cultural imaterial. Receitas tradicionais, modos de



comercialização, práticas produtivas, feiras populares e conhecimentos transmitidos entre gerações constituem riquezas culturais que merecem reconhecimento e valorização.

Especial atenção deve ser conferida à Amazônia Legal. Em inúmeros municípios amazônicos, os mercados públicos representam o principal elo entre a produção regional e o consumo urbano, desempenhando papel fundamental na comercialização do pescado, da agricultura familiar, dos produtos da sociobiodiversidade, do extrativismo sustentável e do artesanato tradicional.

Nesses territórios, os mercados funcionam como verdadeiras vitrines da cultura amazônica e como instrumentos concretos de fortalecimento da bioeconomia, tema cada vez mais estratégico para o desenvolvimento sustentável brasileiro.

O projeto respeita integralmente a autonomia dos entes federativos, não cria obrigações compulsórias e adota modelo baseado na cooperação, no incentivo e na valorização das iniciativas locais.

Mais do que recuperar edificações, a presente proposta busca recuperar centros vivos de produção, cultura, turismo, memória e desenvolvimento.

Trata-se de iniciativa alinhada aos objetivos constitucionais de promoção do desenvolvimento nacional, redução das desigualdades regionais, valorização da cultura brasileira, fortalecimento das economias locais e preservação do patrimônio histórico e cultural do País.

Diante de sua relevância econômica, cultural, turística e social, conclamamos os nobres Parlamentares a apoiarem a presente proposição.

Sala das Sessões, em 2026.

Deputado DUDA RAMOS

