

**Ministério da Educação
Universidade Federal de Pelotas
Instituto de Ciências Humanas
Departamento de Antropologia e Arqueologia
Programa de Pós-Graduação em Antropologia
Linha de Formação em Antropologia Social e Cultural**



Dissertação

**Entre o Projeto e o Uso: As Disputas sobre as Formas de Habitar o Mercado
Público de Jaguarão/RS**

Juliana Delgado Olivera

Pelotas, 2022

Juliana Delgado Olivera

**Entre o Projeto e o Uso: As Disputas Sobre as Formas de Habitar o Mercado
Público de Jaguarão/RS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Antropologia Social e Cultural da Universidade Federal
de Pelotas, como requisito parcial para a obtenção do título
de Mestra em Antropologia.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Flávia Maria Silva Rieth

Pelotas, 2022

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

O48e Olivera, Juliana Delgado

Entre o projeto e o uso : as disputas sobre as formas de habitar o Mercado Público de Jaguarão/RS / Juliana Delgado Olivera ; Flávia Maria Silva Rieth, orientadora. — Pelotas, 2022.

113 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, 2022.

1. Mercado público. 2. Disputas. 3. "Novos" usos. 4. Cidade. 5. Memória. I. Rieth, Flávia Maria Silva, orient. II. Título.

CDD : 306

Elaborada por Michele Lavadouro da Silva CRB: 10/2502

Juliana Delgado Olivera

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Louise Prado Alfonso

Programa de Pós-graduação em Antropologia pela Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Francisco Luiz Pereira da Silva Neto

Programa de Pós-graduação em Antropologia pela Universidade Federal de Pelotas

Prof.^a Dr.^a Hilda Jaqueline Fraga

Professora na Universidade Federal do Pampa

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores, membros da banca, por terem aceitado o convite e pelas contribuições, a professora Hilda Jaqueline Fraga por mais uma vez contribuir nesse processo, a professora Louise Prado Alfonso e ao professor Francisco Luiz Pereira da Silva Neto, muito obrigada.

Agradeço também à minha orientadora, professora Flávia Maria Silva Rieth, por todas as conversas e direcionamentos.

Agradeço a minha colega Juliana Nunes, pela conversa motivadora que tivemos.

Agradeço aos meus interlocutores de pesquisa, que talvez não tenham noção do quanto foram importantes nossas trocas, sem eles nada do que está aqui seria possível.

Por fim, agradeço aos meus pais pelo apoio, especialmente a minha mãe, que mesmo sabendo ler e escrever muito pouco, sempre deu o melhor de si para que eu e meus irmãos pudéssemos ter acesso ao estudo.

RESUMO

O patrimônio edificado representa um suporte de memória que guarda aspectos representativos da história de um grupo ou nação. Assim, mercados públicos são patrimônios culturais, especialmente por aquilo que representam. Com a requalificação do mercado público de Jaguarão/RS, houve uma modificação expressiva nas formas de uso desse espaço. Os mercados públicos são lugares de trocas, não apenas de mercadorias como também de experiências, de conhecimento, lugares de convívio social, de produzir encontros. O objetivo desta pesquisa é analisar de que forma o cidadão reivindica o acesso ao mercado público de Jaguarão/RS, tendo em vista que seus “novos” usos foram pensados para atender primeiramente aos transeuntes. Para se chegar ao mercado restaurado foi um longo e conflituoso processo, que se inicia com a maneira como foram retirados os antigos permissionários do mercado. Após restaurado outros conflitos marcam as formas de ocupação do espaço, que ora está vazio durante o dia e ocupado durante a noite e ora está ocupado durante o dia e vazio durante a noite. Uma outra forma de reivindicar o espaço, é a criação de uma feira da agricultura, que inicia do lado de fora do mercado, mas ganha espaço do lado de dentro, e se situa no pátio. Para o desenvolvimento desta pesquisa foi realizada uma metodologia múltipla, contando com observação participante, conversa presencial, conversa online, observação em redes sociais.

Palavras-chave: Mercado Público, Disputas, “Novos” Usos, Cidade, Memória.

ABSTRACT

The built heritage represents a memory support that holds representative aspects of the history of a group or nation. So public markets are a cultural heritage, especially for what they represent. With the requalification of the public market in Jaguarão/RS, there was a significant change in the ways of using this space. Public markets are places of exchange, but not only of goods but also of experiences, knowledge, places of social interaction, of producing encounters. The objective of this research is to analyze how the city dweller claims access to the public market in Jaguarão/RS, given that its “new” uses were designed to primarily serve passers-by. To reach the restored market, it was a long and conflicting process, which began with the way in which the old licensees were removed from the market. After the restoration, other conflicts mark the forms of occupation of the space, which is sometimes empty during the day and occupied during the night, and sometimes occupied during the day and empty at night. Another way of claiming space is the creation of an agriculture fair, which starts outside the market, but gains space inside, and is located in the courtyard. For the development of this research, a multiple methodology was carried out, with participant observation, face-to-face conversation, online conversation, observation in social networks.

Keywords: Public Market, Disputes, “New” Uses, City, Memory.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. RECALCULANDO A ROTA: O CAMINHO METODOLÓGICO.....	19
3. <i>MERCADO PÚBLICO, MAS PARA QUAL PÚBLICO? DO PROJETO CONSTRUÍDO AO MERCADO VIVIDO</i>	
3.1. O processo de restauro.....	30
3.2. O turismo e o mercado.....	41
3.3. Guardiões do mercado.....	46
4. <i>CONSUMO DE PRODUTOS LOCAIS E AS FORMAS DE HABITAR O MERCADO PÚBLICO</i>	
4.1. Ritmos do mercado.....	60
4.2. “Novos usos” e a vida noturna.....	73
4.3. Território em disputa, a feira no mercado.....	82
5. <i>CONSIDERAÇÕES FINAIS</i>	104
6. <i>REFERÊNCIAS</i>	107
7. <i>ANEXOS</i>	
Anexo I: Transposição da disciplina de patrimônio.....	112
Anexo II: Divulgação da pesquisa.....	113

1. INTRODUÇÃO

Meu interesse pelo tema começa, não exatamente por mercados públicos ou espaços públicos, mas sim pelo patrimônio cultural edificado. Foi quando comecei a refletir sobre as formas de uso de prédios históricos, usos esses que eu entendia como uma nova chance de prédios abandonados ou degradados, em sua maioria, de continuarem servindo as necessidades cotidianas da população. A escolha do mercado público de Jaguarão, como objeto de análise, não partiu de mim, foi uma indicação do meu orientador, o professor Dr. Jeferson Francisco Selbach, na época do trabalho de conclusão, no curso de Bacharelado em Produção e Política Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus Jaguarão. Eu abracei a ideia de analisar o projeto de restauro do mercado – que naquele ano estava em sua fase final – pois este seria remodelado para abrigar “novos usos”, e pensar nesses “novos usos” de um patrimônio edificado, era o que me interessava.

O contato com bibliografias que abordam os mercados públicos, fizeram com que eu me encantasse com o tema. Mercados públicos como locais democráticos, onde circulam todos os públicos, sem distinção de cor, classe social ou religião, um espaço híbrido, entre público e privado, tradição e modernidade, comercial e afetivo (CAVEDON, 2004). Já para Lopes e Vasconcelos (2010), são espaços públicos por natureza, abertos ao encontro dos diferentes, permitindo a interação entre o habitante local e o turista. Para Bruno (2010), os mercados públicos possuem valor patrimonial, não apenas por sua arquitetura, mas sim pelas relações entre as pessoas e os objetos, distribuídos entre as bancas e os corredores. Deste modo, esses edifícios existem pelo que transmitem e não apenas por sua forma física (ROMANO 2004). Porém, quando fui em busca da trajetória do mercado em que eu realizava a minha pesquisa, muito pouco foi encontrado, em termos de bibliografia, os dados encontrados eram apenas sobre sua construção e reforma, sobre sua materialidade, evidenciando, de forma oficial, que sua estrutura física se destacava em relação aquilo que lhe dava forma e atribuía sentido, às relações sociais (INGOLD, 2012). Eu não enxergava os mercados que lia em outras pesquisas – lugares de trocas de produtos, de experiências, de saberes, lugares que pulsam a cultura local – no mercado que estava pesquisando.

A cidade de Jaguarão, onde está inserido o mercado em análise, está localizada na fronteira Meridional do Rio Grande do Sul, faz divisa com a cidade uruguaia de Rio Branco como é possível observar na imagem 1. Formada por uma arquitetura eclética, os prédios históricos da cidade, que hoje são reconhecidos como patrimônio nacional, representam diferentes fases na ocupação do território (ZORZI, 2012). Segundo Franco apud Zorzi (2012) a origem da cidade parte de um acampamento militar, localizado no entorno da atual Praça Dr. Alcides Marques, três pontos estruturaram a cidade: a antiga guarda militar, no Cerro da Pólvora, na imagem 2; a praça, onde as primeiras residências e estabelecimentos comerciais foram instalados; e o porto, na margem do rio Jaguarão.



Imagem 1: Localização de Jaguarão
Fonte: Dossiê de Tombamento, 2010.

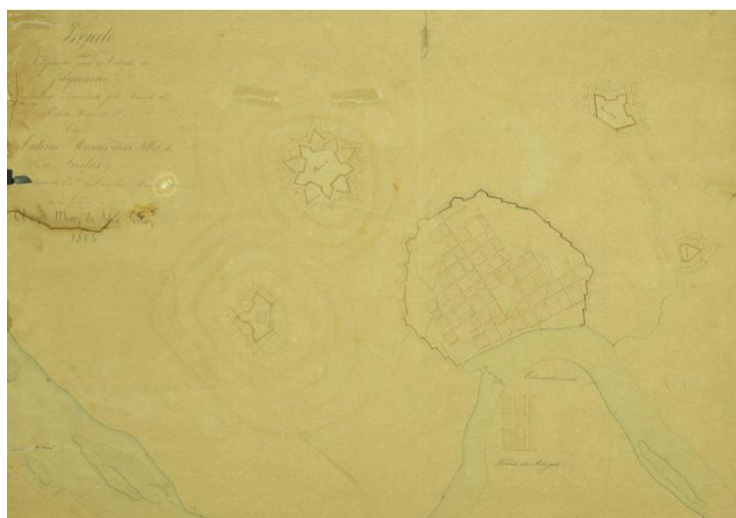


Imagem 2: localização cerro da pólvora
Fonte: Dossiê de Tombamento, 2010.

Na imagem 2 pode-se observar a formação da cidade, na margem do rio, a localização do cerro das irmandades, no círculo localizado na base esquerda, e o cerro da pólvora, no círculo localizado acima e ao centro. De acordo com Lima (2010), a zona do entorno do rio Jaguarão e da chamada Praça do Desembarque¹, imagem 3, foram marcadas pelo desenvolvimento de atividades portuárias, bem como a circulação de mercadorias diversas. Esta era também a principal via de acesso para os africanos escravizados, estes eram também enquadrados como mercadorias, sujeitos às transações comerciais de compra, venda, aluguel, penhora, etc. Posteriormente, a praça contígua ao rio passaria a ser chamada de “Praça do Comércio”, cedendo espaço para a edificação do mercado público. Diversos moradores mais antigos da cidade, apontam as correntes presas nos troncos das centenárias figueiras, imagem 4, que ainda hoje existem na “Praça do Comércio”, como indícios da comercialização de negros naquela região, ainda que não haja um consenso entre historiadores, tampouco há estudos arqueológicos que confirmem esta narrativa.



Imagem 3: Praça do desembarque por Lino Marques Cardoso
Fonte: Site Prefeitura de Jaguarão, sem data.

¹“A Praça do Desembarque, como o próprio nome indica, era utilizada para que fossem aportados e escoados diversos produtos junto à costa do rio Jaguarão. Aí desembarcavam, também, muitas autoridades e pessoas que visitavam a cidade, quando o tráfego fluvial era intenso nesta região. Também conhecida como praça da marinha ou do Comércio, em diferentes momentos, a praça quase foi extinta no ano de 1822, quando o futuro líder da Revolução Farroupilha, na época Sargento-Major, Bento Gonçalves da Silva, manifestou o desejo de apossar-se de seu território. Era discutida, também, a possibilidade de dividi-la para que fossem concedidos diversos terrenos, próprios para edificações. Entretanto, foi mantida, voltada para suas funções em contiguidade ao porto, embora tenha perdido parte de seus domínios e cedido espaço, mais adiante, para a construção do mercado público.” (Site Prefeitura de Jaguarão, acesso em 16 de maio de 2022.)



Imagem 4: Gancho no tronco da figueira
Fonte: autora, agosto de 2020

Tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado (IPHAE), em 1990, e pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em 2011, o Mercado Público Municipal de Jaguarão foi construído em alvenaria, entre os anos de 1864 e 1867. A edificação de porte médio possui planta em “L” contornando um pátio interno, também possui pavimento com piso elevado em relação a calçada, linguagem luso-brasileira com elementos ecléticos e aspecto de fortificação², (SÁ, 2016). De acordo com Franco (2006), anterior a esta edificação, em 1854, já existiam pequenas casas de madeira, denominadas “quartos para mercado”, pouco abaixo de onde hoje se localiza a edificação atual, como consta em uma planta da vila de Jaguarão. Entre os anos de 1917 e 1920, o mercado foi reformado, pelo então administrador Pedro Frederico Rache, que possuía comércio no local. Conforme o levantamento histórico realizado pelo IPHAE (2010), tal reforma retirou as grades que ficavam sobre os muros e suprimiu a escada de acesso pelo lado direito, na rua 15 de novembro.

² “Arte ou ação de organizar, por meio de construções militares, a defesa de uma região: a fortificação das fronteiras. Construção de defesa militar; forte, fortaleza.” FORTIFICAÇÃO In.: Dicio, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: www.dicio.com.br/fortificacao/ Acesso em 18 de maio de 2022.

Até meados do século XX, o mercado público de Jaguarão foi um importante centro comercial (imagens 5 e 6). Como é possível observar na imagem 6, há uma intensa movimentação no pátio do mercado, assim eram produzidas trocas constantes de mercadorias, vindas de diversas partes do Brasil e do Uruguay, através do rio Jaguarão, para serem distribuídos para outros centros distribuidores ou para consumidores, nesse período o mercado era um centro abastecedor (IPHAE, 2010).



Imagem 5: Mercado público no século XIX

Fonte: Instituto Histórico e Geográfico de Jaguarão, sem data.



Imagem 6: Mercado público no século XIX

Fonte: Instituto Histórico e Geográfico de Jaguarão, sem data.

Porém, no início do século XXI, o mercado começa a entrar em decadência, como é possível observar na imagem 7, o péssimo estado de conservação do edifício

durante a realização do levantamento diagnóstico para a confecção do projeto de restauro, em 2010.



Imagem 7: Mercado Público
Fonte: Levantamento diagnóstico, 2010.

Em julho de 2013, o Corpo de Bombeiros interditou o prédio, tendo em vista o comprometimento estrutural e os riscos que a rede elétrica oferecia. De acordo com o Jornal Regional (2013), a interdição do mercado culminou na expulsão de quatro comerciantes que insistiam em ocupar o espaço. Essas pessoas foram retiradas do prédio com força policial, bombeiros e agentes da prefeitura, para dar lugar a outros usuários com a “nova função” do mercado. Conforme aponta Sá (2016), em julho do ano seguinte, 2014, se iniciam as obras no mercado, com recursos via Programa de Aceleração do Crescimento³ (PAC-Cidades Históricas), sendo finalizada a obra em agosto de 2017, e inaugurada⁴ somente em dezembro de 2019, imagem 8.

³ “O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), iniciado em 2007, é uma iniciativa do governo federal coordenada pelo Ministério do Planejamento que promoveu a retomada do planejamento e execução de grandes obras de infraestrutura social, urbana, logística e energética do Brasil.” (www.gov.br/iphan, acesso em 16 de maio de 2022)

⁴ Conforme site do IPHAN, há 11 propostas de restauro na cidade de Jaguarão, sendo que apenas 3 delas foram concluídas, a saber: Theatro Esperança, Igreja Matriz do Divino Espírito Santo e Mercado Público.



Imagem 8: Mercado público atual
Fonte: Diego Palmieri⁵, dezembro de 2020.

Magnani (2002) analisa que cada cidade investe em uma espécie de “marca local”, buscando por um diferencial que as tornem competitivas para atrair investimentos. Segundo ele, uma das soluções em busca desse diferencial é a revitalização de espaços centrais, visando “novos usos” a edificações históricas, com o objetivo de atrair novos usuários. Esse processo de *gentrification*, que propõe “novas” dinâmicas as cidades, estabelece uma nova forma de consumo cultural, que é o consumo do lugar. Foi o que me apontou a conversa informal que tive com a arquiteta da prefeitura, ainda em 2017, ela me apresentou que o “novo uso” pensado para o mercado público era o gastronômico, segundo ela a proposta era atender a uma demanda turística e universitária, já que agora é possível contar com a Universidade Federal do Pampa (Unipampa) e o Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSUL), além dos free shops tanto do lado uruguaio quanto do lado brasileiro.

Outro motivo, para os “novos usos” do mercado, seria seguir a uma tendência, já que em muitos lugares estes espaços estão tendo seus usos modificados, transformando suas antigas formas de comércio em espaços voltados ao lazer (OLIVERA, 2017). Transformar os usos do mercado trazia uma proposta que, de acordo com SÁ (2016), gerou muita polêmica entre pesquisadores e munícipes na época, era a realização de uma “limpeza” na paisagem, com a remoção de alguns prédios do entorno do mercado, visando destacá-lo. Com isso, uma das propostas do

⁵ Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1659687607546489&set=a.140204646161467>. Acesso em 30 de maio de 2022.

projeto de restauro indicava a remoção da antiga usina da CEEE (Companhia Luz Elétrica Jaguareense), que se localiza próxima ao mercado público. Zorzi (2012), entende o prédio da referida usina como parte do cotidiano da população, possui importância histórica no desenvolvimento da cidade, deste modo, ao invés de ser demolida, deveria ser refuncionalizada, assim como o mercado, para receber novos usos, como por exemplo, um museu ou centro cultural.

O projeto também previa a remoção das árvores, as “figueiras do mercado”, estas árvores possuem importância simbólica para as religiões de matriz africana, tendo em vista que elas são uma adaptação de culturas africanas nas Américas, sendo utilizadas na religião, de forma simbólica como os Baobás. Na época houve uma comoção por parte da sociedade jaguareense, para a permanência tanto das figueiras quanto da usina, sendo assim, esta proposta de remoção do entorno não vingou. Sempre que penso nas figueiras me recordo da canção “O canto Jaguareense”, instituído como hino oficial da cidade de Jaguarão, a música traz um verso que exalta as figueiras:

“[...] Quem, da Matriz do Divino,
Desce a avenida pro cais,
Ouve o canto dos paraís
Nas figueiras do mercado, [...]”

Letra: Eduardo Álvares de Souza Soares
Música: Régis Bardini.

Inspirada por estes versos, que não saiam da minha cabeça, e pela história das figueiras, me atrevi a escrever meus próprios versos sobre essas árvores tão significativas, não somente para as religiões africanas, mas também para a vida do mercado público, e que de alguma forma me fizeram perceber que sua existência vai além do que é palpável:

As figueiras do mercado

Nós nos acostumamos a chamar assim,
Como se elas pertencessem ou
De alguma forma, fizeram parte do mercado público.

As figueiras abraçam aquele prédio,
Como quem diz: "não vá simhora",
Ou mesmo: "não me deixe partir".

Fazem parte dele, tanto quanto ele faz parte delas,
Ambos pulsam juntos, e juntos compartilham a vida.

As figueiras do mercado,

É assim que aprendi a chamar,
E não compreenderia se fosse de outra forma,
Se não mais as avistasse na paisagem,
No mercado.

A praça do mercado,
A praça das figueiras,
As figueiras do mercado.

Habitar aquele lugar, me atinge memórias que eu nem tenho vividas,
Mas aquelas memórias que me contaram,
Ou que andei lendo por aí...
(Diário de campo, 7 de outubro de 2021)

A história oficial, com a qual temos nos deparado ao questionar a existência e importância do mercado público de Jaguarão, pouco reflete sobre sua função social. A restauração de um edifício é pensada, principalmente, a partir de sua forma, sobre o material, mas o que de fato faz com que esse edifício se torne vivo, são os processos que o constituem, assim, as memórias, as relações, a vida que flui por ele. Para Ingold (2012), a “forma” é a morte, o fim, já o “dar forma” é vida, ação e movimento, para ele, mais importante que as formas que encontramos no mundo são os processos que as compõem. Ingold trata do processo contínuo que dá forma às coisas, quando abordamos os patrimônios, a forma e o que lhe dá forma são indissociáveis, ou seja, o material não se desprende do imaterial, eles se entrelaçam. Assim, o que dá forma no processo que constitui a coisa, é a junção do que é material com o que é imaterial. Gonçalves (2005), compreende o patrimônio cultural como uma categoria ambígua que transita entre o material e o imaterial, para ele, o atual pensamento antropológico de cultura destaca as relações sociais e simbólicas, e não exclusivamente os objetos materiais.

O projeto de restauro tinha por meta adequar o mercado a uma demanda turística, porém é possível notar a presença, majoritária, de consumidores locais de Rio Branco (UY) e Jaguarão (BR). A presença de cidadãos no “novo” mercado, coloca o território em disputa quanto às formas de uso, e principalmente sobre quem irá se beneficiar desse espaço, mostrando que os fluxos do mercado não são apenas turísticos ou de lazer local, diversos fluxos se entrelaçam moldando a vida no mercado. O processo de disputa é mantido quando, de um lado há a transformação dos antigos usos do mercado público em novas formas de consumo, de outro a resistência em manter as formas de comércio desaprova as modificações realizadas

no lugar. De acordo com Velho (2011), a importância e o valor da vida simbólica, das crenças e mitos, das tradições e costumes, se misturam à finalidade de transformar e intervir na vida social. Assim, as modificações nos usos do mercado, trazendo outras experiências de consumo, não dispensam o tradicional, a vida simbólica, pelo contrário, os costumes devem estar em sintonia com o novo, que se misturam para irromper no social.

Até então pelo discurso oficial, o mercado público estava sendo compreendido como algo que deveria ser destacado na paisagem urbana, como algo limitado a sua estrutura física, assim como constava em uma das diretrizes do projeto de restauração (Brasil Arquitetura, 2010), onde já mencionei a proposta de remoção da usina. Uma outra questão que se apresentava, era a falta de uma narrativa que apresentasse o mercado como uma opção para uso local, e ao invés disso, destacava sua necessidade em servir aos viajantes que por aqui atravessassem, rumo ao turismo de compras do lado uruguaio da fronteira entre Jaguarão/RS e Rio Branco/UY.

A questão que busco compreender é de que maneira a população local reivindica esse patrimônio como seu, já que ele havia sido projetado para atender aos transeuntes. Na busca pelo entendimento desse espaço, pensei que o estudo da antropologia me ajudaria a compreender o mercado público para além da dimensão espacial, buscando compreender as relações que ali se desenvolvem. Gilberto Velho (2011) apresenta no texto sobre a interdisciplinaridade do conhecimento, as várias influências que produziram sua reflexão sobre a sociedade. Assim como Tim Ingold (2012) percebe o emaranhado das trajetórias como constituinte dos espaços. O mercado público é esse lugar onde os acontecimentos são entrelaçados, um emaranhado de fios vitais, um ambiente que guarda as relações e interações, entre humanos e não humanos. Se está tudo interligado, então não basta pensar, por exemplo, na requalificação de um espaço público isolado, diversos fatores devem ser levados em conta nesse processo, a dimensão econômica, a social, a cultural, bem como a mobilidade na cidade histórica, no caso em estudo.

Quando repensei a proposta da pesquisa, a partir da antropologia urbana, notei que o mercado é mais do que as relações que se estabelecem nele, mas através e ao redor dele. Por isso tentarei aqui, dialogar os fluxos onde o mercado está inserido, levando em conta que os fluxos são constituídos por habitantes locais e turistas.

Assim, buscarei analisar as diferentes formas de habitar o mercado público, através das atividades realizadas em seus espaços contíguos.

2. RECALCULANDO A ROTA: O CAMINHO METODOLÓGICO

Em setembro de 2019, dei início a meu projeto de pesquisa para ingressar no mestrado em Antropologia, justamente porque naquele momento havia uma expectativa gerada em torno do movimento, do fluxo que o mercado passaria a ter, já que após, aproximadamente dois anos de espera, o mercado seria inaugurado. Alguns pequenos eventos já haviam sido realizados na praça contígua ao mercado, como uma forma de reivindicar o uso daquele espaço. A ocupação dos espaços urbanos, é um ato político, uma forma de fazer com que reconheçam seu direito de estar ali, de ocupar a cidade (AGIER, 2015). Os eventos realizados ali, bem como a realização, atualmente, da Feira de Agricultura Familiar é uma forma do cidadão reivindicar seu direito à cidade, seu direito a fazer uso do mercado, do espaço público, indo na contramão das normativas que pensam uma cidade e um mercado público, prioritariamente, voltado para turistas.

Em 26 de dezembro de 2019, o mercado foi inaugurado. Nos meses que se seguiram, de janeiro e fevereiro de 2020, pouca coisa aconteceu, eram poucos comércios, pouco movimento, algo natural, pois tínhamos um mercado novo, ainda não explorado, ainda pouco conhecido. No entanto, o mês seguinte foi o início de uma era de muitas incertezas, a pandemia de Covid-19. Com isso não haveriam mais os eventos na praça, nem no mercado, e as salas que ainda estavam vazias assim se mantiveram por um longo período. Os usos no mercado começaram a se consolidar em 2021, quando as salas, projetadas para abrigar restaurantes, são ocupadas, e outras salas recebem variadas funções. Além disso, há a realização da Feira de Agricultura Familiar, que passa a acontecer no pátio do mercado, com uma grande mediação por parte da Prefeitura, que realiza o evento, como uma alternativa de preencher o vazio diurno do espaço, mas principalmente como uma reivindicação do uso deste espaço, por parte dos cidadãos.

Ao perceber quais seriam os usos dados ao mercado restaurado, ainda em 2017 quando iniciei a pesquisa, opinei sobre esse uso ser pensado majoritariamente para o consumo turístico, até então o consumo local não era colocado como prioridade nos “novos usos” do mercado, essa análise se deu através de uma ideia de uso, do projeto desenhado para o mercado e não do uso concreto, já que o uso do mercado só começa a acontecer 2019, com a entrega da obra. Em 2021, com a retomada das atividades após dolorosas restrições por conta da pandemia de covid-19, já é possível

notar que estes “novos usos” não seguem à risca a proposta definida a priori no projeto de restauro, tanto os consumidores quanto os empreendedores, que se apropriam do espaço, deram outro significado a esse “novo mercado”. Os empreendimentos não seguem o trajeto apenas turístico, em especial os restaurantes que possuem um funcionamento noturno, estão mais alinhados com as formas de uso que os jaguarenses lhe atribuem, a proposta do projeto de restauro era de que estes restaurantes tivessem um funcionamento diurno, o que até o momento não aconteceu. O cidadão faz uso do espaço do mercado público, porque se reconhece como um agente social daquele lugar, prova disso é a Feira que vem sendo realizada ali, esta feira não havia sido desenhada no projeto de restauração do mercado.

Quando iniciei minha investigação sobre o mercado público de Jaguarão, em 2017, foi desafiador encontrar fontes, especialmente que contassem mais do que a história material do mercado público. Naquele período, a dificuldade em encontrar dados, não estava apenas em sua escassez, como também na sua não localização em espaços comuns de pesquisa, como o Instituto Histórico e Geográfico e a Biblioteca Pública Municipal. Para conseguir dados mais relevantes, que dessem conta das simbologias do mercado, precisei percorrer alguns lugares na cidade. Primeiramente fui em busca de dados sobre o edifício, em um segundo momento, saí à procura de pessoas que deram forma ao mercado.

Já que na Biblioteca e no Instituto Histórico não obtive êxito, me dirigi então à Prefeitura Municipal de Jaguarão e a algumas secretarias, dentre elas a de Planejamento e Urbanismo. Foi nesta secretaria que a arquiteta, responsável pela fiscalização da obra, me disponibilizou o material que havia sido utilizado na elaboração do projeto de restauro do mercado público. Também foi ela quem me informou o que seria, de fato, feito do edifício do mercado, os “novos usos”.

Com os documentos e a explicação sobre a proposta de “novo uso” do mercado, em mãos, eu tinha uma parte da história, uma narrativa oficial que tenta justificar as transformações trazidas pelo restauro, tanto na parte física, quanto nas novas funções. Mas me faltavam dados sobre as formas de viver o mercado, sobre suas funções, foi então que em conversa com a professora Dr.^a Hilda Jaqueline Fraga, ela me diz que eu deveria ouvir as pessoas, os comerciantes que ocupavam o mercado, segundo ela, isso qualificaria minha pesquisa pois assim eu não estaria ouvindo apenas a narrativa oficial sobre os fatos, mas buscando por outros relatos,

reforçaria a importância da pesquisa. Com isso iniciei minha busca pelos antigos comerciantes do mercado, aqueles que por anos moldaram as funções do mercado público.

A mesma professora que me encorajou a buscar pelos comerciantes, recomendando-me um senhor taxista, que, segundo ela, conhecia alguns dos antigos comerciantes do mercado. Fui até ele, que me indicou dois comerciantes e seus novos endereços. Um deles, não quis me receber e nem falar nada sobre o mercado, mostrou-se assustado quando mencionei que pesquisava sobre o mercado público, disse que não lembrava de nada e pediu para que me retirasse, saí de lá com certa indignação, não compreendia o porquê daquela atitude, mas ao me distanciar um pouco dessa negativa, percebi que as pessoas em Jaguarão, de certo modo, possuem receio de falar sobre patrimônios ou sobre o mercado público, talvez porque achem que é um assunto que não lhes pertence, que patrimônios são intocáveis e que falar do mercado público compete a Prefeitura. Me dirigi então ao outro comerciante que o taxista havia me indicado, este eu já imaginava sua localização, por conta da Kombi amarela, lembrava daquela Kombi estacionada defronte ao mercado e por ela me localizei para chegar até o senhor Matté, ele me indicou outros comerciantes, mas naquele momento eu já não tinha muito tempo para realizar esse campo, então fui a procura de mais um, que ele me indicou como Machadinho.

Gilberto Velho (2011), aponta sobre o conhecimento diante do que é familiar, já que ter familiaridade com os fatos não significa conhecê-los. Naquele período, o ir a campo, não passava por mim a ideia de distanciamento e aproximação, fui com minhas ideias preconcebidas, acreditando que o mercado seria apenas restaurado e pronto, mas o conflito gerado em torno dessa reforma era muito mais complexo. Segundo Silva (2009), um etnógrafo só vai ao campo motivado por incertezas, dúvidas e perguntas, existe algo no campo que ele desconhece, assim seu movimento busca saciar esse desconhecimento e ignorância. Deste modo, o campo é um território demarcado, com limites que impõe significados aos percursos trilhados ou possíveis fronteiras, assim o andar pelo espaço delimitado da pesquisa permite que o etnógrafo se situe, ou seja, adquira um lugar e uma identidade (SILVA, 2009). Quando me desloquei para o campo e percebi que ele era diferente da minha concepção, a experiência de estar frente as pessoas e seus sentimentos, me exigiu um certo esforço para conhecê-las, para entender o conflito gerado pela tão aclamada obra no mercado

público, bem como o receio de falar, ou a vontade de expor seus argumentos como última esperança de uma solução.

Adentrar no campo e compreender qual seria a nova função do mercado público, me fez perceber que os sujeitos que o ocuparam, por anos, não retornaram. As falas das pessoas, com quem conversei na época, eram carregadas de mágoa e indignação. Eles me respondiam com desconfiança e uma dose de cobrança, sempre me questionando se eu era da Prefeitura, e se caso fosse, já aproveitavam para demonstrar sua insatisfação, bem como reivindicar seu direito de estar ali. Alçando a memória de seus longos anos dedicados àquele espaço, Matté fala de seus quarenta anos trabalhando no mercado público, no início vendendo vinho, depois com a mini mercearia e depois com sorvete, nas suas palavras: “o único sorvete artesanal é o meu” (diário de campo, novembro de 2017). Segundo Matté, os comerciantes tentaram um acordo com a Prefeitura, pediram por um depósito, mas não foram atendidos, foram expulsos do Mercado Público sem nenhum tipo de indenização, sem nenhum documento que desse a garantia de que voltariam às suas atividades no mesmo local. Machadinho também demonstra sua insatisfação com a retirada dos comerciantes do mercado, nas palavras dele:

“[...] ali eu tive bar, eu tive lá por 25 anos, eu tive bar, tive lan house, tive sebo, compra e venda de livros e revistas. [...] mais do que na parte comercial, foi uma agressão aquilo, foi falta de respeito, com o ser humano que teve ali 25 anos trabalhando, mantendo aquele prédio, aquele prédio se não fosse por nós teria caído, [...] tirar uma pessoa em 30 dias, com polícia, da maneira como foi tirada, [...] abriu uma ferida em nós que não cura mais, porque nós fomos desrespeitados como ser humano, entendes, nós estávamos trabalhando, nós não éramos bandidos.” (Diário de campo novembro de 2017.)

De forma conflituosa, sem amparo ou garantias, os quatro comerciantes que permaneciam no prédio do mercado, foram arrancados de um espaço que os identificava. Assim como acontece em outras ações similares, o que eles reivindicavam não era apenas o direito de permanecer ali, mas principalmente de retornar após o restauro. Para Ingold (2012), ao retirarem-se os fluxos que trazem as coisas à vida, ela torna-se um objeto. Ao diferenciar a coisa do objeto Ingold baseia-se nas definições dadas por Heidegger, que entende o objeto como o fato consumado e a coisa como um acontecer, ou melhor, o lugar onde múltiplos *acontecere*s são entrelaçados. Mercados públicos, enquanto coisa, são lugares onde as vivências se encontram, se entrecruzam.

Segundo Ingold (2012) devemos priorizar a formação ao invés do produto final, pois habitamos um mundo de coisas e não de objetos. As memórias e as relações, as ações e os movimentos, os fluxos vitais fazem parte da formação deste espaço. Naquele momento, da intervenção arquitetônica, os objetos e vivências que davam forma ao mercado, foram retirados como um problema, não apenas os problemas materiais da estrutura degradada do edifício, mas a imaterialidade, aquilo que dava forma, ou seja os comerciantes, foi retirado sem chance de retorno.

A trajetória não evidenciada desses comerciantes no mercado, foi o que me instigou a dar continuidade a pesquisa sobre o uso do mercado público de Jaguarão. Assim, o anteprojeto desenhado para a seleção de mestrado visava pensar os usos e desusos do mercado, levando em conta que para desenvolver um “novo uso” do mercado outros deveriam ser esquecidos. O ingresso no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFPel, não ocorreu como esperado por todos nós estudantes da turma 2020, tivemos pouco ou nenhum contato, não aproveitamos o campus, nem a companhia dos colegas e professores. Com a pandemia de Covid-19, nossas trocas estavam comprometidas, assim como nossas pesquisas.

A incerteza sobre a continuidade da minha pesquisa me fez reformular os rumos dela em várias ocasiões. Como eu faria campo no mercado público recém inaugurado e já fechado pela pandemia? Além disso, a crise fez com que, não apenas eventos, mas nada acontecesse no mercado, as salas que estavam vazias assim se mantiveram por um longo período, o que comprometeu completamente minha pesquisa sobre o uso e desuso do mercado, pois ele não estava sendo utilizado naquele momento e haviam muitas dúvidas sobre o funcionamento futuro, especialmente em relação a locação das salas, devido aos custos. Mariza Peirano (2014) reflete sobre a pesquisa de campo não ter um momento certo para começar ou terminar, assim, no momento em que eu colocava em dúvida a continuidade da pesquisa por conta da pandemia, eu já estava inserida no campo, o não uso do mercado já era um dado a ser analisado.

Assim, precisei ter outras ideias sobre como desenvolver a pesquisa, e imaginando que a pandemia logo acabaria, apesar disso as salas permaneceram vazias por algum tempo. Compartilhei com a minha orientadora, a ideia de desenvolver, uma oficina de escrita criativa, onde os participantes deveriam escrever este mercado, em contos, poesias, poemas e etc., a proposta era promover uma

aproximação das pessoas com o mercado, os mais velhos teriam suas memórias para contar e assim os mais novos conheceriam o mercado, vivenciando-o, já que este permaneceu fechado por cinco anos desde a reforma. Pensei no uso da escrita criativa pois foi algo que aprendi, durante minha graduação em Produção e Política Cultural, e que tornou-se para mim uma forma de expressão. Assim, com o uso da poesia eu conseguiria me aproximar de tudo aquilo que o mercado poderia representar, não só para mim, mas também para as pessoas que participariam da oficina.

Como não sabíamos quando poderíamos realizar encontros presenciais, esta ideia precisaria ser substituída. Logo que cogitei o uso da escrita criativa na pesquisa, em uma disciplina de Patrimônio ministrada pela minha orientadora professora Flávia Rieth e pela professora Louise Alfonso, trabalhamos o uso da criatividade na disciplina com atividades de poesia⁶ por exemplo. Foi aí que percebi que poderia manter a ideia do uso da escrita criativa, porém de forma digital, assim tive como opção o encontro de interlocutores que participassem a distância da atividade e nisso entrou a ideia do uso da rádio. De acordo com Peirano (2014), os etnógrafos de um século atrás sempre estiveram dispostos a reconfigurar as questões originais da pesquisa e colocar outras, por isso adentraram no campo, com o projeto aberto. Segundo ela, o “método etnográfico” recusa orientações predefinidas, a própria teoria é aperfeiçoada com o confronto constante de dados novos, obtidos com as novas experiências em campo, tornando-se uma bricolagem intelectual (PEIRANO, 2014).

O programa de rádio surge como alternativa quando, certo dia, estava ouvindo um programa local em que o radialista mantém contato direto com os ouvintes através do uso da rede social whatsapp, neste dia ele perguntou sobre as coisas antigas da cidade, o que as pessoas lembravam de antigamente. Com isso o programa foi inteiro sobre as memórias das pessoas, foi então que pensei no uso da rádio para me aproximar de interlocutores de pesquisa, pensando em como realizaria o campo da pesquisa, sem estar presencialmente no campo.

Reestruturando minha pesquisa, o programa de rádio seria fundamental para o encontro de interlocutores, porém a nova proposta se debruçava sobre as memórias que as pessoas possuíam sobre o mercado público. Assim para a disciplina de metodologia em antropologia desenvolvi um novo projeto, pensando a rádio como um

⁶ Trabalho final em anexo.

instrumento de pesquisa, e uma pesquisa que se voltaria para as memórias das pessoas, já que o momento atual não possuía dados sobre os “novos usos”. Partiria então para as histórias e vivências das pessoas no mercado, e talvez nisso ainda pudesse usar a poesia como alternativa.

Trabalhei a ideia da divulgação pela rádio, elaborei um texto⁷ com imagens e um poema, que seriam divulgados também nas redes sociais do programa, conversei com o radialista responsável pelo programa em dezembro de 2020, mas em março de 2021, ainda não havia sido divulgado, neste momento intensifiquei a insistência junto a ele e sua secretária para que divulgassem minha pesquisa. Depois de semanas de espera e nada de divulgação, embarquei em uma outra tentativa para divulgar minha pesquisa, as páginas de facebook de Sociedade Independente Cultural (SIC) e do Setorial de Patrimônio do Conselho de Política cultural do município, escolhi estas entidades por elas estarem ligadas às pesquisas sobre patrimônio cultural e por desenvolverem ações voltadas para o incentivo da cultura local. Após ter tido a pesquisa divulgada nessas duas páginas, a rádio finalmente também divulgou, mas somente na rádio, na rede social da rádio, que é muito seguida, não houve divulgação.

Em ambas as formas de divulgação não tive sucesso, nem através da rádio, nem através das páginas de facebook obtive respostas, hoje com certo distanciamento percebo quais podem ter sido meus erros nesta divulgação. Um dos erros pode ter sido a forma de contato, utilizei e-mail, mas atualmente o mais usado é whatsapp, inclusive neste programa de rádio a comunicação é majoritariamente por whats. Outro possível erro foi a não repetição da proposta na rádio, já que a pesquisa foi anunciada uma única vez e já nos minutos finais do programa, o que também não me possibilitou aproveitar a possível interação dos interlocutores através da rádio.

Foi preciso repensar o trajeto por várias vezes, tanto em relação aos instrumentos metodológicos, quanto com relação à estrutura da pesquisa. O problema de pesquisa, bem como os objetivos foram constantemente refeitos. Atualmente, com a possibilidade de se desenvolverem os “novos usos” do mercado, outros instrumentos metodológicos entram em ação, assim, tenho mesclado a pesquisa e conversa por rede social com a minha presença física no mercado, na feira, nos estabelecimentos comerciais, estabelecendo uma observação participante.

⁷ Divulgação da pesquisa em anexo.

Hélio Silva (2009), detalha que o trabalho de campo constitui-se de três fases: a situação no campo (andar), a observação no campo (ver) e a versão do antropólogo sobre o que aconteceu em campo (escrever). Assim, iniciei minha inserção pela feira, apenas observando o meio digital, me situando nas redes para compreender o que estava investigando. Em um outro momento realizei também um passeio pela feira, realizando uma observação através do andar pelo espaço, prestando atenção aos detalhes não apenas da feira, mas também do entorno do mercado, nisso escrevi em um caderno minhas impressões sobre o que estava observando:

Nas duas quadras que antecedem a chegada no mercado público, pela rua 15 de novembro (a tradicional rua do comércio na cidade), o fluxo comercial vai gradativamente diminuindo, poucas lojas, alguns prédios fechados, outros interditados, geralmente essa região não é muito movimentada, mas nesse dia especificamente há um grande movimento, por conta da feira. Ao chegar na esquina, notei um intenso fluxo de veículos no entorno do prédio do mercado, era a primeira vez que eu havia estado ali e não estava totalmente vazio. [...] Na rua “uma terra só”, que fica entre o mercado e o posto de saúde, muita gente chegando, estacionando, notei que elas se dirigiam para a porta, que hoje é a frente do mercado, mesmo que fosse mais próximo entrar pela parte que hoje é os fundos, decidi então que faria o inverso, e me desloquei para o que hoje é os fundos. [...]. Sentada em um banco debaixo de uma centenária figueira do mercado, escrevo essas observações. (Extraído do diário de campo em 28 de agosto de 2021)

A todo instante, o antropólogo está reinventando a antropologia, antropólogos de hoje, assim como nossos antecessores, sempre precisaram criar novas formas de pesquisar, “métodos etnográficos” sempre serão novos, mas sua natureza, de quem é, e o que deseja pesquisar é antiga, assim a antropologia é o resultado de uma recombinação intelectual (PEIRANO, 2014). Precisei me adaptar novamente e ingressar no meio digital, criando um perfil na rede social facebook, porque eu não possuía um, e a partir dali fui a procura dos expositores da feira no mercado. Um campo para mim completamente estranho, do qual tive que me habituar a usar para me aproximar de interlocutores. Este passou a ser não apenas meu novo passo na realização da pesquisa, como também o primeiro que me fez efetivamente sair do lugar. A partir da feira pude repensar meus objetivos de pesquisa, pude direcionar minha energia para uma nova proposta, que estava começando a sair do papel.

Aos poucos fui me inserindo na feira, mantive diálogo pelo facebook e pelo whatsapp com alguns expositores, buscando aprender com eles suas percepções sobre a feira. Conversar dessa forma é bem complicado, porque é um diálogo picotado e não há como saber se a pessoa vai voltar a responder, é angustiante a espera. As entrevistas quando não sincronizadas, mas enviadas por e-mail e outros meios de

comunicação como o facebook e o whatsapp que utilizei, segundo Ferraz e Alves (2017), são as menos indicadas, já que o tempo do entrevistado em responder não é tão urgente quanto o tempo do pesquisador em desenvolver a pesquisa. Mesmo assim esta foi uma alternativa que tive de utilizar.

Buscando separar a pesquisa da minha vida pessoal, optei por não disponibilizar dados meus no facebook, isso fez com que algumas pessoas não me respondessem, ou até mesmo, desconfiassem da veracidade da pesquisa. Ao mesmo tempo em que não me expus na rede social, aproveitei a espontaneidade dos dados pessoais tornados públicos de meus interlocutores, por ali já era possível realizar a coleta de alguns dados (FERRAZ; ALVES, 2017).

Nem todos me responderam, alguns iniciaram um diálogo, mas não prosseguiram e teve quem se estivesse mais interessado com a minha vida nas redes sociais do que em fazer parte de um estudo, como no caso de uma possível interlocutora que me enviou solicitação de amizade, concordou em participar da pesquisa, mas nunca respondeu minhas perguntas e certo dia, quando insisti, ela me responde: “Achei estranho, teu perfil está em branco, de onde és? Pesquisa para qual entidade?” (diário de campo em 18 de setembro de 2021), respondi que criei o perfil só para a pesquisa, e falei que fazia mestrado em antropologia, logo em seguida, em apenas um click, não éramos mais “amigas” no facebook. A necessidade da troca de informações mútua foi um obstáculo na pesquisa, especialmente quando realizada de forma virtual, da mesma forma em que eu não queria disponibilizar meus dados, as pessoas também não queriam dar informações para alguém sem um “rosto” na rede social.

Embora tenha mantido o campo de maneira digital e presencial, a forma que mais obtive êxito, foi quando pude ir presencialmente. Estive conversando com o senhor Mattê⁸, em frente a sua loja, passei por ali algumas vezes observando o movimento e sua forma de trabalho. Também falei pessoalmente com o Machadinho, indicado pelo senhor Matté. Conversei presencialmente com as artesãs da Associação dos Artesãos de Jaguarão, as primeiras a locar uma sala do mercado, as únicas a estarem lá no período mais crítico da pandemia em 2020. Outro momento

⁸ Será melhor descrito no capítulo 3.2. Os guardiões do mercado.

presencial de grande relevância foi me inserir do outro lado de uma banca na feira do mercado:

Fui à feira no mercado, marquei com a Roseli da EcoSol para ficar por lá observando, foi interessante estar do outro lado da mesa. Fui muito bem recebida e tratada pelas artesãs tanto do artesanato sábado passado, quanto pela EcoSol neste sábado, elas já estão acostumadas a pesquisas. Essa semana vou até a casa da economia solidária falar com a Roseli, fazer as perguntas. Gravei o som da feira várias vezes e também fotografei do lugar onde eu estava, todo o ambiente. (Extraído do diário de campo em 30 de outubro de 2021)

Fiz notas no celular sobre esse momento de imersão na feira, buscando capturar o que os meus sentidos podiam perceber, anotei tais informações no diário de campo assim que cheguei em casa:

O som da feira, além das conversas paralelas, inclui música gaúcha, algo que interpretei como uma forma de reafirmar uma identidade, a presença de público majoritariamente local. Havia mais movimento de expositores do que de consumidores, segundo a Roseli “cada feira é uma” e essa, para ela, estava estranha pois tinha pouca gente. Roseli vai às compras nas outras bancas, ela fez isso duas vezes e ainda disse, “mais compra do que vende”, nisso um cliente, se aproxima e me pergunta o preço de algo, eu logo aponto para o lado, que é quem estava vendendo junto a Roseli, e ela atende, mas ele vai embora, retornando em seguida, quando Roseli já se encontrava de volta, e compra três lembranças com ela. Roseli, nesta feira, havia levado bandejas e porta copos e quadros com pontos turísticos de Jaguarão, alguns até com a imagem do mercado (Extraído do diário de campo em 30 de outubro de 2021)

Percebi, nessa imersão na feira, que as pessoas olham para o artesanato muito encantadas, assim passaram vários pela banca de Roseli, mas é um item difícil de vender, já o chope da banca ao lado, pelo tempo em que permaneci por ali, vendeu bastante, enquanto que o artesanato bem pouco.

Também notei que na feira tem gente de toda idade, vejo crianças, idosos, adultos, de todas as classes, gêneros, partidos políticos, tem de tudo, até cachorros vão a feira, teve um que se deitou-se bem aos meus pés e por ali ficou dormindo sem a menor cerimônia, teve também um passarinho que caiu do ninho e a galera que estava ao lado vendendo chope estava aflita em devolvê-lo ao ninho. Enfim, tem todos os públicos na feira, é sem dúvida o dia de maior movimento no mercado, já que ele tem tido movimento apenas noturno com os bares. Mas essa feira, segundo Roseli, que participa desde a primeira, não está muito cheia, tem pouca gente circulando, ela fala que “cada a feira é única” e que ela não costuma levar sempre o mesmo produto, diversifica bastante. Ela fica um pouco do meu lado conversando e também circula pela feira, vai a outras bancas, faz compras, conversa com as outras integrantes da EcoSol, tenta ocupar seu tempo enquanto não aparecem clientes, mas sempre que alguém se aproxima, ela prontamente se desloca para atender da melhor forma possível, sempre se apresentando e apresentando seu trabalho, dizendo com orgulho “sou eu que faço”. Roseli está sempre arrumando a mesa, pois com o vento as coisas caem. As pessoas vem para feira e trazem seus cachorros e crianças, e um espaço democrático, é estranho estar do lado de dentro das bancas, observando os bastidores e o tanto de coisa que fica “escondido” atrás da mesa, tem mala, cadeira, chimarrão, bolsas, as pessoas trazem muitos objetos que não são para venda mas servem, de alguma forma,

como suporte durante sua estadia por aqui, trazem também seus filhos e os brinquedos deles. (Extraído do diário de campo em 30 de outubro de 2021)

Algumas pessoas passam por mim comentando os produtos que tem na feira: peixe, queijo artesanal, chope artesanal, comida para consumo imediato, como pastel, doces e cucas, todos artesanais, também comida in natura vindos direto das hortas na zona rural do município, são muitas relações entrelaçadas. Estive por lá mais de uma hora, em pé, em um canto, escorada em uma das portas azuis, quando achei que já era o suficiente, me despedi das artesãs e fui embora, combinamos que naquela semana eu iria até a casa da Economia Solidária, conhecer os produtos e também continuar a conversa.

No dia três de novembro de 2021 fui até a casa da Economia Solidária, a casa EcoSol, situada no Círculo operário de Jaguarão, falar com Roseli, conforme havíamos combinado, cheguei ela tinha saído, enquanto esperava fui fotografando o espaço, conhecendo os produtos que são vendidos ali, não demorei muito por lá assim que Roseli chegou conversamos, também haviam outras senhoras por lá, todas demonstraram interesse em responder minhas perguntas, apesar da conversa ter sido curta, foi o suficiente para entender sobre a EcoSol e sobre a visão delas a respeito dos “novos usos” do mercado público.

Durante todo o meu campo de pesquisa, o online e o presencial estarão entrelaçados, como por exemplo a obtenção de dados sobre o fluxo noturno, que fiz de forma online, com a observação das páginas sociais dos estabelecimentos. O mercado público é um espaço que tem seus usos modificados a cada dia, a cada dia há algo diferente acontecendo, como por exemplo, o lugar da feira que volta a mudar de dentro para o lado de fora do mercado. Acredito que por conta do calor, nesse novo ambiente a feira aconteceu debaixo das figueiras do mercado, aproveitando as sombras e o espaço da praça, mas sem perder o vínculo com o lugar onde se situa o mercado e a região historicamente conhecida como “praça do comércio”. Porém sem obter muito fluxo, até mesmo de comerciantes, a feira retorna para o pátio do mercado na edição seguinte.

3. MERCADO PÚBLICO, MAS PARA QUAL PÚBLICO? DO PROJETO CONSTRUÍDO AO MERCADO VIVIDO

3.1. O processo de restauro

A história do município de Jaguarão é marcada por fatores como o crescimento urbano sob influência da presença militar, sua posição fronteiriça, a falta de desenvolvimento industrial, a influência cultural das capitais platinas, o comércio ligado à produção agropecuária e com a economia formada a partir de um comércio de fronteira (SÁ, 2016). Sendo assim, devido ao seu estado de conservação, o acervo arquitetônico de Jaguarão é sem igual no Rio Grande do Sul, conforme aponta Sá (2016) nele se apresentam diferentes linguagens com características que transmitem uma unidade de beleza ímpar, o que coloca o município em destaque no contexto do patrimônio cultural brasileiro.

Considerando os valores históricos de relevância nacional, o IPHAN efetuou o tombamento do Conjunto Histórico e Paisagístico de Jaguarão. Esses valores fazem referência ao caráter militar da ocupação, que definiram o traçado urbano do município; dizem respeito também à definição de fronteiras meridionais do Brasil; e a economia do gado como um reflexo de processos ocorridos no restante do Brasil, como escravidão e o desenvolvimento de uma elite (SÁ, 2016).

Durante o século XIX a economia da cidade de Jaguarão era baseada na pecuária com o estabelecimento de charqueadas, dessa forma o excedente de capital era investido na construção de prédios de estilo eclético no centro urbano. Com a construção de frigoríficos nas cidades de Pelotas e Rio Grande, a indústria saladeiril entra em decadência e com isso a cidade perde sua principal fonte econômica. Com a introdução da cultura da soja e do arroz, o município recupera, em parte, sua economia porém esse crescimento foi interrompido nos anos 1980, no fim da ditadura militar (VILLAS BÔAS, 2021)

Os centros urbanos, como núcleo de origem, concentram os prédios tidos como históricos que servem como referência do passado da cidade. O centro das cidades é onde se situa a parte mais antiga, contudo, as cidades tendem a aumentar, se densificar, crescer de forma desmedida, assim os centros são os primeiros a sofrerem alterações (PESAVENTO, 2008). Com a estagnação econômica, a renovação do estilo arquitetônico dos prédios diminui, já que em determinado período alguns

edifícios de estilo eclético foram demolidos para dar lugar a edifícios de estilo moderno. Conforme Villas Bôas (2021) esse processo em conjunto com a implementação do Plano diretor de 1979 gera condições para um movimento preservacionista do patrimônio edificado, tendo como pressuposto o Projeto Jaguar. Pelo ponto de vista desse projeto o patrimônio estaria unido ao turismo, dessa forma o patrimônio edificado serviria como um atrativo turístico, mirando o fluxo de pessoas que atravessam a fronteira. Assim haveria uma possibilidade de alavancar o desenvolvimento econômico do município.

O termo Jaguar passa a representar um movimento de recuperação da consciência comunitária de Jaguarão, reativando ou retomando sua capacidade de se manifestar como comunidade ativa em seu contexto geral, pela satisfação sócio - cultural - econômica da comunidade, pela reintegração social, pelo desenvolvimento cultural, pelo cumprimento da tarefa político - econômica.” (NUNES; GARCIA, 1982).

Segundo Zorzi (2012), o Projeto Jaguar de 1982, foi a primeira ação sugestiva a preservação do patrimônio cultural de Jaguarão, foi proposto pelos então acadêmicos de arquitetura, da Faculdade Ritter dos Reis, em Porto Alegre, Valdo Dutra Nunes e Jorge Arismendi Garcia, com a colaboração técnica de Janice Castelar e o apoio da Prefeitura Municipal de Jaguarão. De acordo com Sá (2016) o projeto tinha como meta abranger além do patrimônio material arquitetônico, aspectos intangíveis do patrimônio, sob uma ótica integrada.

O objetivo do Projeto Jaguar, em linhas gerais, se estabelece no desenvolvimento de ações que possam devolver à comunidade de Jaguarão suas especialidades dinâmicas de expressão, tornando executáveis suas potencialidades e suas perspectivas políticas, econômicas e culturais (NUNES; GARCIA, 1982). O Projeto Jaguar torna-se uma referência para outras ações de preservação no município, para Sá (2016) isso confirma a ideia de que patrimônio cultural cumpre um papel de suporte de memória, tendo seu significado reconhecido e representando parte de uma história individual e coletiva.

De acordo com Villas Bôas (2021) baseada na localização geográfica, a cidade é colocada como polo turístico, já que segundo os autores da proposta do Projeto Jaguar, Jaguarão é a cidade que mais entra turista, sendo o caminho mais curto entre Montevideo, Buenos Aires e Porto Alegre, como pode ser observado na imagem 9, de fluxo turístico. Assim, o projeto se justifica em aproveitar a passagem dessas pessoas

pela cidade e torná-la atrativa para que os turistas não apenas passem por aqui, mas que também permaneçam. A possibilidade de aproveitamento do patrimônio, não é apenas como uma alternativa ao turismo, mas sobretudo como melhora na qualidade de vida dos cidadãos (SERRES; PRIMON, 2015).

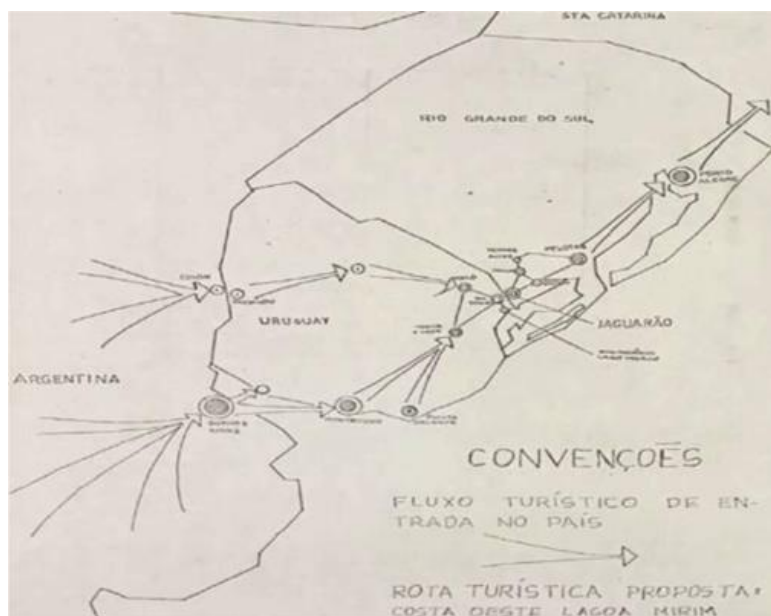


Imagem 9: Fluxo turístico de Jaguarão

Fonte: Projeto Jaguar, 1983.

O Projeto Jaguar sugeria a criação de um movimento que abrangesse a comunidade, e estimulasse sua capacidade de manifestação e seu engajamento político. Essas ações tinham como objetivo desde a o desenvolvimento do artesanato, até a concepção de um camping municipal, não apenas como um atrativo turístico, mas como gerador de trabalho e renda contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da comunidade, porém a criação do camping municipal não foi efetivada.

Conforme aponta Sá (2016) também estavam presentes nas proposições do Projeto Jaguar a valorização da memória comunitária e de seu acervo cultural, bem como a realização de atividades artístico-culturais com a transformação de Jaguarão em um pólo cultural e turístico. Mas para Villas Bôas (2019) o Projeto Jaguar privilegiou a preservação de um patrimônio de elite, os estudantes de arquitetura que representavam as ações do projeto, não conseguiram enxergar de outra forma que não fosse confiar na importância da história ligada à classe dominante. A cidade de Jaguarão foi polo escravagista do século XIX, e abrigou imigrantes de diversos países, porém, pouco do seu patrimônio é retratado nas falas sobre a história da cidade (VILLAS BÔAS, 2019).

Todos os prédios eram representativos do período de arquitetura eclética e símbolos da elite de Jaguarão, apesar de haver a possibilidade de incluir outros prédios do mesmo período, como as moradias das camadas mais desfavorecidas economicamente, o que traria maior pluralidade na reconstrução da história da cidade, mas isso não ocorreu. Mesmo diante do processo de inovação marcado pela concepção do Sphan, muito do que foi tombado representava uma visão elitista da cultura erudita e não da cultura popular, os bens culturais que não pertenciam às elites foram, durante muito tempo, relegados ao esquecimento (CORÁ, 2014). Apesar disso, Corá (2014) aponta que na Constituição Federal de 1988 houve uma aproximação entre cultura e patrimônios no sentido antropológico e político, aliando visões de mundo, memórias, relações simbólicas e sociais, saberes e práticas. Assim a visão da Constituição de 1988 vai além do entendimento de um patrimônio apenas como bem material representado por monumentos. Deste modo as dimensões menos tangíveis do patrimônio cultural ganham destaque, que vai sendo cada vez mais compreendido como algo integrado aos processos, rituais e manifestações culturais que conferem significados e identidades a grupos sociais (CORÁ, 2014)

Para Sá (2016), o Projeto Jaguar representou uma grande movimentação no município, foi a primeira iniciativa de grande significado e abrangência, e contou com a presença da população local, desenvolvendo ações importantes, como por exemplo as “Vigílias Musicais” nas ruínas da Enfermaria Militar, que estão até hoje na memória da população. Segundo Gonçalves (2005), um patrimônio não está sujeito somente à vontade e decisão política do Estado, nem é dependente das atividades desenvolvidas por um indivíduo ou grupo, assim os objetos que compõem esse patrimônio necessitam encontrar “ressonância” junto ao seu público. Pela sua ressonância realizam mediações entre passado e presente, entre o material e o imaterial, entre o corpo e a alma, dentre outras (GONÇALVES, 2005)

Segundo o IPHAE (2010), para dar continuidade às metas propostas pelo Projeto Jaguar, por meio do ofício número 366/86, foi elaborado pela Prefeitura Municipal de Jaguarão o pedido de abertura do processo de tombamento do Mercado Público, a partir de um levantamento realizado por alunos e professores da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pelotas (FAURB/UFPel). A portaria 07/1990 tornou o Mercado Público de Jaguarão bem de interesse cultural do Estado do Rio Grande do Sul, tombando o bem e seu entorno. Além do Mercado

Público, em nível estadual, outros quatro bens foram tombados individualmente no município, a saber: ruínas da antiga Enfermaria Militar, o Teatro Esperança, o Antigo Fórum e a sede do Clube 24 de Agosto.

Tendo como base as proposições do Projeto Jaguar várias ações foram desenvolvidas em prol da preservação patrimonial no município de Jaguarão. Uma delas, talvez a mais significativa, foi a elaboração do Dossiê de Tombamento do Conjunto Histórico e Paisagístico, organizado entre os anos de 2009 e 2010, pela arquiteta Anna Finger, do Departamento de Patrimônio Material — DEPAM — do IPHAN, e revisado pela arquiteta Ana Lúcia Meira, Superintendente do IPHAN-RS,

Após o tombamento realizado pelo IPHAN, Jaguarão foi reconhecida em nível federal por seu valor histórico e cultural, através da portaria número 84, de 22 de junho de 2012. Deste modo, com o tombamento do conjunto urbano foi atribuído ao Mercado Público o Grau de Proteção C1 (conservação rigorosa), pois apesar das alterações sofridas pelo imóvel ao longo do tempo, este deveria ter suas características originais preservadas ao máximo, por constituir-se como um importante documento histórico (OLIVERA, 2017). Segundo Sá (2016) O tombamento nacional do Conjunto Histórico e Paisagístico de Jaguarão foi um marco na preservação do patrimônio do município, dando destaque a cidade no contexto do patrimônio cultural brasileiro, pois tratava-se do maior tombamento no Rio Grande do Sul em número de exemplares.

O Dossiê de Tombamento do Conjunto Histórico e Paisagístico possibilitou a inscrição do município no Programa de Aceleração do Crescimento das Cidades Históricas. Conforme aponta Sá (2016), o Programa de Aceleração do Crescimento das Cidades Históricas — PAC CH foi lançado em 2009, utilizando experiências prévias de promoção do patrimônio urbano brasileiro, como o Programa Monumenta⁹.

A inclusão de Jaguarão no programa só foi possível devido ao tombamento do conjunto e ao Plano de Ação elaborado pelo município. Outro fator decisivo para a viabilização dessas ações, de acordo com Sá (2016), foi o fato de o município não possuir contrapartida, no que se refere a recursos financeiros, devendo apenas conservar a equipe técnica para manter a interlocução com o IPHAN. Para Villas Bôas

⁹ O Programa Monumenta é proveniente de uma parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), integrado ao Iphan em 2006 e com o objetivo inicial de recuperação de imóveis e espaços públicos de cidades históricas. Visava a preservação integrada que revigorasse a economia local, de forma que a preservação desenvolvesse interesse econômico. Não foi idealizado somente para a recuperação física de monumentos, mas como uma referência para a sustentabilidade do patrimônio cultural brasileiro (SÁ, 2016)

(2019) o programa em âmbito federal PAC-CH, tinha por meta aproveitar o patrimônio histórico de regiões economicamente estagnadas, mas com potencial turístico, essa proposta vem sendo reproduzida, com adaptações, na cidade de Jaguarão.

Conforme aponta Corá (2014) a falência dos recursos públicos orienta para que os patrimônios devessem ser utilizados para o desenvolvimento urbano, em face das dificuldades em conservar e restaurar os monumentos nacionais deve-se adotar uma política de valorização que permitisse a integração do monumento ao ambiente urbano, buscando a utilização de soluções autossustentáveis. A dificuldade em preservar e conservar os monumentos nacionais fez com que se adotasse uma solução autofinanciável, nesse momento se percebe a possibilidade de conectar os monumentos à atividade turística, buscando assim sua valorização econômica. A partir da década de 1970 a política de preservação de patrimônios passa a ser integrada às dinâmicas das cidades, surgindo como possibilidade de geração de trabalho e renda.

Com o tombamento do Conjunto Histórico e Paisagístico algumas ações que vinham sendo realizadas pela prefeitura municipal em conjunto com a superintendência regional do IPHAN no Rio Grande do Sul puderam ser melhor viabilizadas, centrando-se em obras de restauro e conservação de bens arquitetônicos, como a construção do Centro de Interpretação do Pampa nas ruínas da antiga Enfermaria Militar, o restauro do Teatro Esperança e do Mercado Público (VILLAS BÔAS, 2019).

De acordo com Villas Bôas (2019), com o anúncio dos investimentos do PAC cidades históricas em Jaguarão, a prefeitura e o IPHAN centralizaram as informações dos projetos, divulgando apenas as linhas gerais das ações quando as mesmas já haviam sido elaboradas nos gabinetes. A escolha dos bens patrimoniais para receberem os investimentos do PAC, foram decididos com exclusividade pela prefeitura, sem que houvesse a participação da comunidade no processo, ficando restrito aos proprietários, público e privado, diretamente interessados no restauro de seus bens.

Por alguns anos o mercado público não passou por nenhum tipo de manutenção, o que resultou na necessidade de interdição do prédio pelo corpo de bombeiros, que utilizou como referência o laudo técnico do engenheiro do município, expedido em 5 de julho 2013, onde constam os graves problemas no

comprometimento da estrutura e na rede elétrica oferecendo riscos para quem o frequentava. Assim, o município foi notificado pelo IPHAN da necessidade de desocupação imediata do local, devido a situação em que se encontrava o prédio, ilustrado na imagem 10. Esta interdição foi necessária para a retirada dos últimos comerciantes que insistiam em permanecer no prédio, e que reivindicavam a prefeitura um novo espaço onde pudessem continuar trabalhando até que as obras do mercado fossem concluídas. Porém, como eles não faziam parte da proposta de “novos usos” do mercado público, não foram atendidos e tiveram que sair do prédio sem garantias ou direitos.



Imagem 10: Fachada sudoeste/porão.

Fonte: Levantamento diagnóstico realizado pela Brasil Arquitetura, 2010.

O mercado público municipal foi um dos onze¹⁰ locais escolhidos para receber investimentos do PAC cidades históricas no ano de 2013, porém desde 2011 já havia um projeto executivo contratado ao escritório Brasil Arquitetura sob responsabilidade do arquiteto Marcelo Ferraz. Tal projeto foi custeado em parte pela Secretaria de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul com a contrapartida da prefeitura. Conforme Villas Bôas (2019), a proposta do arquiteto era modernizar os usos do mercado, realizando instalações necessárias a diversos usos como restaurantes, lojas diversas voltadas a turistas, também a requalificação do espaço urbano, com a demolição de prédios do entorno do mercado.

A imagem 11, mostra a ideia do projeto de restauro, desenvolvida pelo arquiteto Marcelo Ferraz do escritório Brasil Arquitetura, é possível notar a construção de uma

¹⁰ A Enfermaria Militar, o Mercado Público Municipal, o Teatro Esperança, o Antigo Fórum e o Casarão do Clube 24 de Agosto, a Igreja Matriz do Divino Espírito Santo, a antiga Inspetoria Veterinária, o Casarão da Prefeitura Municipal, o Cine Regente, o Clube Jaguareense e a Praça Alcides Marques e Largo das Bandeiras. (SÁ, 2016)

praça, onde hoje há prédios como o posto de saúde e a secretaria de educação, por exemplo. Além da abertura da frente ribeirinha, privilegiando a vista para o rio Jaguarão ao invés do prédio também de importância histórica, como o da primeira Usina de Energia Elétrica da cidade, construída no início do século XX em estilo Art Déco industrial. Ainda, conforme Villas Bôas (2019), a antiga Capitania dos Portos, a qual evidenciava a permanência da Marinha do Brasil na cidade e a importância do porto neste contexto.

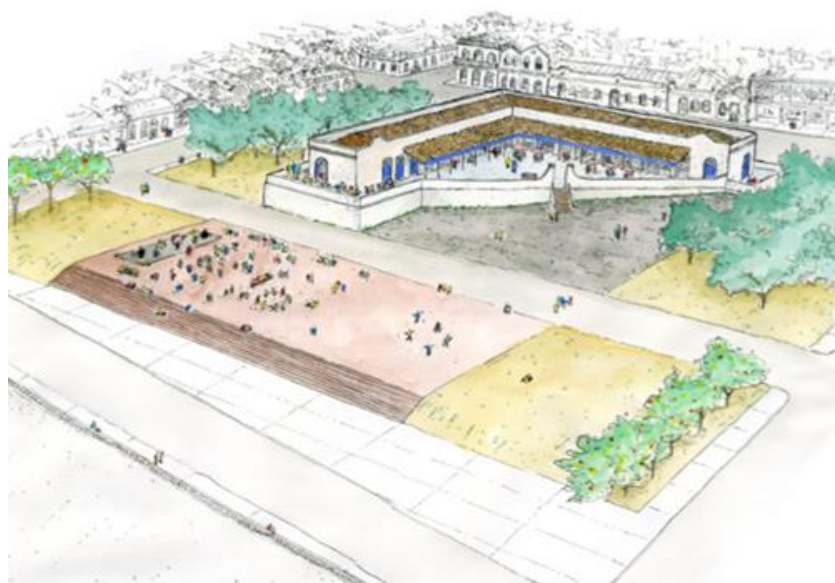


Imagem 11: Proposta de intervenção no mercado público
Fonte: site Brasil Arquitetura

É possível notar a tentativa de construção de uma paisagem artificial, que torna invisível outros prédios de importância histórica e significativos para a cidade. Ainda assim, a proposta de restauro do mercado público foi aceita por assinalar um restauro completo do imóvel, que previa ainda um direcionamento para atividades de estímulo ao desenvolvimento econômico por meio do turismo. Através do Programa PAC – Cidades Históricas, do Governo Federal, foram destinados ao município de Jaguarão cerca de R\$40 milhões para a recuperação de prédios na cidade, onde se inclui o restauro do mercado público. De acordo com o Termo de Compromisso publicado no Diário Oficial da União, em 26 de março de 2014, para o restauro do mercado público municipal foram destinados R\$ 4.504.323,32, (processo nº 01450.004517/2014-46) (OLIVERA, 2017).

De acordo com Olivera (2017), para se chegar a fase de contratação da obra foram diversas etapas, sendo que a empresa vencedora da Concorrência Pública nº 005/2014, foi a Marsou Engenharia Ltda. O contrato foi assinado em junho de 2014,

quase um ano após a interdição do prédio, e exigia a realização de serviços como: o restauro da cobertura, dos foros e revestimentos, a estabilização da estrutura do prédio, restauro dos pisos, varandas, escadarias e porões, construção do Plano de Prevenção e Proteção Contra Incêndio – PPCI e do Sistema de Proteção contra Descargas Atmosféricas – SPDA, além de um projeto executivo de remoção das raízes das figueiras e a reconstrução do poço artesiano¹¹.

Para Villas Bôas (2019) o projeto de requalificação do mercado e seu entorno está alinhado à tradição de projetos realizados pelo escritório Brasil Arquitetura, que busca dinamizar a utilização do patrimônio histórico edificado pelo cidadão. Contudo, essas propostas se dão em sua maioria em grandes centros urbanos com características distintas da cidade de Jaguarão, não apenas em relação ao índice populacional, mas também a quantidade de capital de eventuais turistas.

De acordo com o Memorial Descritivo (2013) elaborado pela empresa Brasil Arquitetura, o maior desafio da intervenção foi capacitar o edifício às necessidades de seus “novos usos”, sem que isso gerasse algum dano às características originais. Conforme este documento, os equipamentos necessários à nova funcionalidade do mercado, assim como todas as intervenções realizadas no prédio, não trariam prejuízo a sua originalidade. Contudo algumas incoerências são apontadas por Sá (2016) no que se refere ao projeto de restauro do mercado como a remoção de paredes internas, visando ampliação dos espaços onde foram instalados os restaurantes, e o uso de materiais não recomendados para uma edificação de grau de conservação rigorosa (C1). Há ainda a reabertura de alguns vãos estruturais, que em outra época haviam sido fechados, além da diminuição no número de salas, a remodelação de seus espaços tornou-se um complicador para a locação das salas. Além das questões materiais é possível notar que há sim prejuízos aos aspectos simbólicos, conforme Sá (2019) a população local perderá a referência de um lugar tradicional, assim como é em tantos outros municípios brasileiros, pois o mercado tradicional também é atrativo ao turista.

Outra importante intervenção a ser destacada, foi à execução das chamadas “áreas técnicas” que consistem em lajes de concreto apoiadas em alvenaria contendo alçapões para inspeção. Este espaço é destinado a instalação de aparelhos de ar-

¹¹ A reativação do poço artesiano não foi efetivada.

condicionado e reservatórios de água, para os ambientes das cozinhas e dos banheiros (Memorial Descritivo, 2013).

O espaço dos porões, de acordo com o Memorial Descritivo (2013), será destinado à instalação de vestiários para os funcionários, depósitos e câmaras frias dos restaurantes. Isso se refere a mais uma parcela do mercado que serve aos restaurantes o que reforça o objetivo de se criar um espaço gastronômico para o desfrute de turistas, como é possível perceber no layout proposto para o mercado, imagem 12, que demonstra a localização e utilização dos espaços para restaurantes e bares.

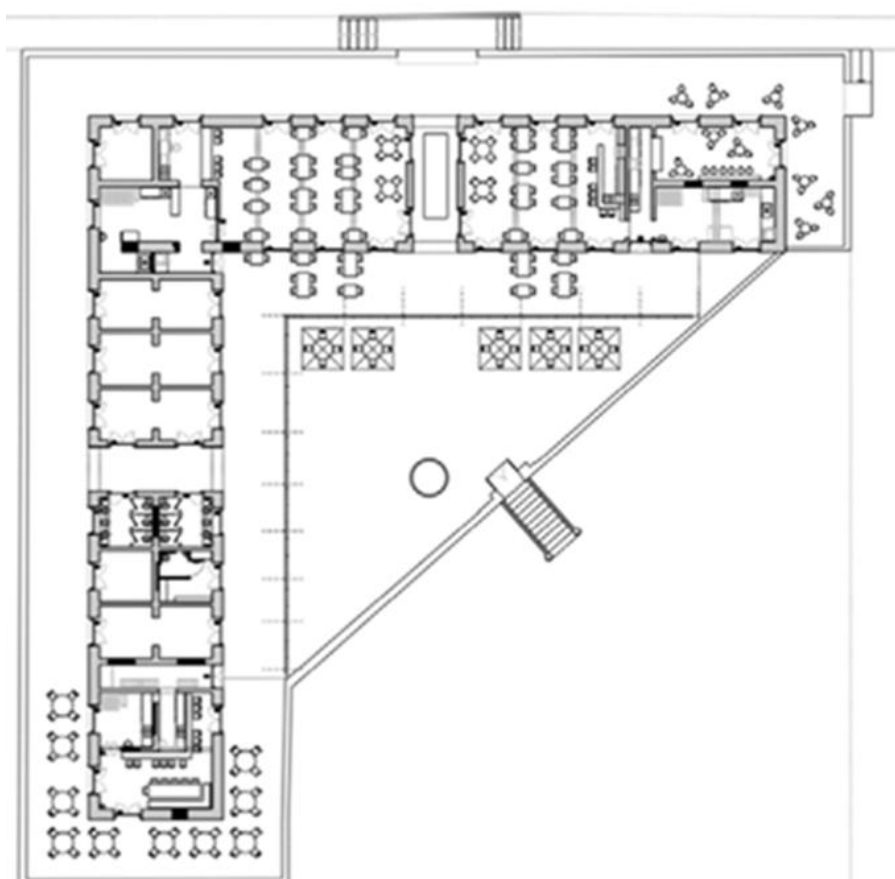


Imagem 12: Planta de layout proposto para o mercado público
Fonte: SÁ, 2016.

Uma questão que precisa ser destacada é que a proposta de “novo uso” do mercado público, diminui significativamente o número de salas, o que por consequência contemplará um menor número de comerciantes. O restauro do mercado faz com que ele adquira um novo papel no cotidiano da cidade. As políticas públicas de patrimônio prezam por manter a visão de preservação do Estado, através de prédios históricos e dos heróis nacionais, mas Corá (2014) adverte que é preciso

levar em conta a cultura cotidiana, o saber popular, os modos de fazer, as relações sociais. Com os patrimônios sendo produzidos e reproduzidos no cotidiano das pessoas a incorporação de novos símbolos e o esquecimento de outros são partes constituintes de um processo cultural que garante a construção da identidade de quem os detém (CORÁ, 2014). Assim sendo, as transformações nas formas de uso do mercado público fazem parte do processo de construção da identidade da população local, o abandono de alguns elementos, tidos como típicos de mercados públicos constituem o processo de formação e reformulação, dessa nova identidade que está a todo momento se reinventando.

3.2. O Turismo e o mercado

Levando-se em conta as ambições do projeto desenhado para o mercado público, a proposta deste capítulo é fazer uma análise sobre a percepção turística que se tem sobre a cidade de Jaguarão. Para Figueiredo (2005) a atividade turística nas sociedades contemporâneas, aparece como um elemento novo inserido na dinâmica cultural, que irá influenciar na utilização deste patrimônio. Valendo-se das peculiaridades locais como atrativos turísticos, esta atividade possibilita a sustentabilidade da comunidade envolvida e também a mercantilização do patrimônio tornando-o basicamente um local para consumo turístico, sendo explorado por poucos. Pesavento (2008) argumenta que centros urbanos são produtos vendáveis, portadores de histórias, artigos a serem consumidos em um mercado em expansão, para ela um turismo cultural se faz a partir de uma seleção de espaços que contam histórias, prédios que oferecem uma leitura das informações sobre o passado da cidade. Por situar-se no centro da cidade, o mercado público possui grande importância para contar a história da cidade, por isso está inserido nos roteiros turísticos de quem visita Jaguarão.

O turismo na cidade de Jaguarão conta com a importante consequência gerada pela criação dos Free Shops, do lado uruguaio, pois rapidamente surgiram estabelecimentos que pudessem atender a essa demanda, tendo em vista que Rio Branco não possui infraestrutura e serviços turísticos. De acordo com Zorzi (2012), desde que foi criado o comércio de importados na cidade uruguaia de Rio Branco em 2004, houve um aumento do fluxo turístico. Sendo assim, a maioria dos turistas que circula hoje em dia pela cidade não tem como objetivo conhecer a história e os atrativos de Jaguarão, a motivação principal é o turismo de compras, contudo a gestão pública compreende o patrimônio arquitetônico como um atrativo que possa fixar esse turista na cidade.

A ideia então é aproveitar que o turista vem fazer compras e atraí-lo para que fique em Jaguarão, isso tendo o patrimônio arquitetônico como um atrativo, com isso a ideia de transformar o mercado público em um local gastronômico é para que esses turistas que vem fazer comprar no Uruguai, possam ter um local para almoçar e de quebra levar uma lembrança da cidade, no caso das bancas do mercado venderem suvenires. Zorzi (2012) acrescenta que o arquiteto responsável pelo projeto de restauro do mercado público, propôs que este fosse transformado em um espaço para

serviços turísticos, com bares e restaurantes, estando assim, totalmente vinculado ao fluxo turístico de quem frequenta os Free Shops do lado uruguaio. Para Serres e Primon (2015) a importância da preservação está em conservar e transmitir a memória da cidade, sendo assim o patrimônio precisa servir primeiramente a população local, ainda assim a atividade turística, se bem planejada, pode gerar recursos econômicos e tornar-se uma aliada na preservação.

Se projetou um “novo” mercado com foco na gastronomia, Brandão e Filho (2012) acreditam que a gastronomia é um dos principais atrativos de uma localidade, sendo de fundamental importância para as atividades turísticas, podendo ser a principal motivação ou a mais simples necessidade. Mas de acordo com Sá (2016) o projeto gerou polêmica quanto aos novos usos e a vocação da edificação, levando-se em conta que o mercado não funcionaria mais com suas bancas típicas, tendo a maior parte do seu espaço sendo ocupada por restaurantes voltados ao turismo, sem contar com espaço para atividades tidas como tradicionais.

Acredito que aproveitar a estrutura do mercado, para contribuir com as ações em prol do turismo na cidade seja válida, mas faltou combinar os esforços com o setor privado com relação ao funcionamento do espaço. Talvez a gestão que idealizou o projeto tivesse alguma forma de viabilizar isso, mas a gestão sucessora que abriu as portas do mercado para o público, não conseguiu lidar com essa questão e os restaurantes, que a priori, serviriam majoritariamente aos viajantes hoje tornaram-se ponto de entretenimento na cidade, sendo frequentados principalmente por cidadãos locais. A função original do mercado público se perde no momento em que se projeta um espaço com a missão de servir a um fluxo turístico, sem que seja levado em conta a vida que existia por lá, não é a transformação no uso em si, mas o processo como esses usos foram transformados. Para Pesavento (2008), os centros urbanos sofrem desgastes próprios da passagem do tempo e do uso social dos espaços, além disso, sofrem alterações de uso, que modificam ou até apagam sua função original.

Conforme Pesavento (2008), o centro de uma cidade foi seu cartão de visitas por muito tempo e apesar desses espaços terem sofrido com a degradação, eles deixaram marcas, que se tornam padrões de referência identitária para a cidade. O mercado público é esse lugar de referência, pois mesmo quando esteve em sua fase de degradação era muito procurado por turistas que desejavam conhecer a cidade através das relações que se estabeleciam com o mercado, também quando os

cidadãos locais se interessavam em conhecer a sua história. Mesmo na sua fase de decadência, o mercado já era um local atrativo ao turista, pois é nele que se refletem a história e os costumes da cidade, como pode ser observado na fala de Machadinho, antigo comerciante do mercado com quem conversei:

“O bom do mercado e essa parte do patrimônio histórico sabe, fácil localização e muito turista, eles não tem ideia do que passa de turista em Jaguarão a gente não tem uma noção assim contável entendesse, mas é muita quantidade de pessoas que passam e querem saber, teve uma época que eu sabia toda a história de cor para contar para os turistas, que perguntavam muito sobre a história do mercado”. (Diário de campo – Machadinho, março de 2022).

De acordo com Figueiredo (2005), é preciso observar como são representados os elementos constitutivos da identidade local, mas também, que elementos este turismo cultural deseja mostrar. Estes questionamentos passam pelo entendimento de turismo cultural como sustentável e ainda pelo caráter seletivo da memória social, já que esta passa por filtros políticos e ideológicos. Zorzi (2012) acredita que a atividade turística torna-se um agente importante no reconhecimento de um bem como patrimônio, já que é vista como um recurso que dinamiza a economia de lugares históricos, impulsionando as ações de preservação executadas por agentes científicos ou pelo Estado, que é quem escolhe o que preservar.

A valorização imobiliária, que elitiza o território ocasiona a exclusão social e o empobrecimento sociocultural, alterando o sistema de significação atribuído ao patrimônio cultural (ZORZI, 2012). A patrimonialização de Jaguarão fez com que as autoridades enxergassem neste patrimônio eleito, um potencial turístico agindo para que a cidade patrimonial fosse também lucrativa a partir do turismo. O processo de “higienização” do mercado público resultou na exclusão de um determinado grupo, que por décadas trabalhou ali, pois a nova roupagem do mercado não comporta espaço para eles, essa mudança provocou uma alteração significativa na forma como percebemos o mercado. Zorzi (2012) diz que por intermédio da atividade turística, o patrimônio se converte em mercadoria, entrando no mercado para ser consumido. O mercado público enquanto um atrativo turístico vira uma mercadoria, um lugar não para consumir certos produtos mas para ser consumido como um produto.

Fonseca e Rodrigues (2021) relatam que o tempo em que o mercado ficou em desuso, fez com que, tanto a gestão municipal, quanto a população, esperassem muito do mercado, projetando assim seus ideais nele. Por um lado, espera-se que ele traga um retorno financeiro através do consumo turístico, de outro almeja-se por um

espaço cultural e de sociabilidade, que não gere apenas valores financeiros mas também humanos. Segundo as autoras, se estabelece na cidade um pensamento de que a cultura deve ser usufruída pelo turista e não pela população local, já que agentes e gestores privilegiam os resultados e não os processos. Serres e Primon (2015) acreditam que em relação a preservação deve-se levar em consideração os usos contemporâneos e os diferentes atores, para elas a grande questão é recuperar os valores de uso e não somente as fachadas dos edifícios, pois isso levaria a um simulacro patrimonial, esvaziado de sentido o que pode limitar o desenvolvimento urbano.

As pessoas visitam os mercados para acessarem aspectos da cultura do local visitado, a reestruturação nos usos do mercado, fez com que nada do que tinha antes retornasse. Se por um lado rompeu com esses aspectos culturais representativos do lugar, por nada voltar, por outro lado deu espaço para o artesanato local que antes não era comercializado no mercado e que se configura como um dos atrativos turísticos da cidade. A artesã Mônica Braga relata que na Associação dos Artesãos elas gostam dos elogios que recebem dos turistas pelo seu trabalho, pois o turista, mais que o local, gosta de questionar sobre as origens do produto, quem fez e como fez. Roseli, da Casa da Economia Solidária (EcoSol), menciona o artesanato como um produto que identifica o lugar de onde ele vem, sendo este uma cadeia auto sustentável que faz girar a economia local:

“A economia solidária que a gente defende tanto, e que eu sempre falo do artesanato, porque o artesanato, todo artesanato em qualquer cidade se tu olha pro artesanato ele conta a história da cidade né, pode ver no litoral com o que que as pessoas estão fazendo os trabalhos, com as conchinhas né, se tu vai num lugar que tem muita plantação trabalham com a palha do milho, nos aqui temos muito forte a questão da lã né, e geralmente a artesã trabalha com produtos que são locais e que está comprando na própria localidade, e é o exemplo da lã que tem toda uma cadeia né que primeiro esquila a ovelha depois tira lã, tem que lavar, tem que cardar, depois tem que fazer o fio na roca tudo é feito por elas, depois tece né, no tear, enfim, ou a mão, faz o jacquard que o jacquard é nosso né, [...] tudo isso é uma cadeia assim de auto sustentabilidade também, mas que preserva o local que preserva as culturas, tem o trabalho do porongo também, que é uma coisa que planta depois colhe depois pinta [...]” (Diário de campo – Roseli, novembro de 2021).

Da mesma forma que o “tradicional” do mercado, representado na figura dos antigos comerciantes e suas formas de comércio, eram atrativos turísticos por abrigarem as práticas e saberes locais, na atualidade os pubs do mercado público também podem se tornar atrativos ao visitante assim como as feiras que apresentam o produto e o produtor local, tanto os que vêm do campo quanto os que são da cidade.

Atualmente os bares no mercado público não se tornaram pólos gastronômicos com foco na atividade turística, contudo ainda podem tornarem-se em um atrativo ao turista, pois este estará vivenciando os hábitos locais. Para Brandão e Filho (2012) a gastronomia está diretamente ligada ao principal objetivo da atividade turística, que é de proporcionar ao turista um intercâmbio com a comunidade receptora, conhecendo-a por meio de seus hábitos, sejam eles alimentares ou não.

Segundo Araújo (2019) as feiras contemporâneas fazem parte dos roteiros turísticos da cidade, sendo assim mantê-las, é de fundamental importância para o turismo. Apesar de parecer algo totalmente voltado para os cidadãos, as feiras que vem acontecendo no mercado público, como a feira da agricultura e a feira de artesanato, se configuram como atrativos turísticos da cidade e colocam o mercado fortemente como um destino turístico, tendo em vista que por lá são comercializados produtos que dizem muito sobre os hábitos locais. Para Geiss e Gastal (2007) ao contrário do cidadão local, o visitante não vai diariamente as compras no mercado, ele é um frequentador ocasional, que talvez não retorne mais, ele possui interesse pelas origens dos produtos, se são artesanais ou não, quando e como são produzidos, etc.

Aprendizado e cultura fazem parte do cotidiano de quem transita pelas feiras, essa interação com o cotidiano favorece a percepção da cultura local, os turistas aprendem e apreendem um pouco da cultura local através da vivência que o turismo cultural promove (ARAÚJO, 2007). As feiras não se constituem somente como espaço de comercialização de produtos, mas sobretudo um local de convívio e trocas simbólicas entre a população local e seus visitantes. Além de possuir um potencial turístico, a feira acontece nos finais de semana, que é quando os turistas estão na cidade, o que pode mostrar a eles uma característica local, tendo em vista que as feiras são representações culturais dos locais onde se situam. Falta a gestão municipal incentivar a abertura de outras lojas no mercado que possam suprir uma possível demanda turística, pois essas lojas fechadas deixam o mercado vazio e isso faz com que caia por terra a expectativa em torno do mercado como local turístico pois o turista não encontra quase nada lá, especialmente durante os dias da semana.

3.3. Guardiões do mercado

O processo de requalificação do mercado público de Jaguarão, faz pensar a qual público o mercado serve, tendo em vista que o projeto de restauro foi pensado, como exposto por Villas Bôas (2019), em gabinete e sem a presença da comunidade e de usuários. Conforme Garcia (2018), as intervenções no espaço não são promovidas apenas pelo poder público, mas também pelas pessoas que o habitam, sendo que faz mais sentido que tais intervenções atendam às suas necessidades. Além disso, a saída dos últimos comerciantes se constitui em um conflito de narrativas, de um lado os comerciantes reivindicando a permanência, com seu retorno ao lugar, de outro a Prefeitura insistindo na transformação completa do espaço, algo que não incluía a volta dos antigos comerciantes. Segundo Magnani (2002), uma nova forma de planejamento urbano é o “planejamento estratégico”, desenvolvido em parceria entre o poder público e o setor privado, visando a renovação urbana, de acordo com o autor, esse processo também conhecido como gentrificação intervém em áreas centrais das cidades buscando a recuperação de espaços degradados, atribuindo novos usos a equipamentos históricos na intenção de atrair novos usuários e frequentadores.

O prédio do mercado público se mantinha em funcionamento, com suas dependências abertas ao público, até o tombamento do conjunto histórico e paisagístico de Jaguarão em 2011, pelo IPHAN. Naquela ocasião, já não era mais o mesmo tipo de comércio do século XIX, quando foi erguido, vários fatores promovem a mudança nas formas de consumo, como o surgimento dos supermercados, a falta de investimento em uma agricultura de pequenos produtores de hortifrutigranjeiros, deslocaram as atividades tradicionais para o lado de fora do mercado (VILLAS BÔAS, 2019). Assim, por alguns anos o mercado público de Jaguarão foi deixado no abandono, por parte dos órgãos públicos, que deveriam preservar sua estrutura devido a sua condição de patrimônio cultural com grau de proteção rigoroso.

Enquanto a prefeitura não promovia nenhum tipo de restauro no edifício, os comerciantes que lá trabalhavam estavam constantemente realizando reparos, que eram necessários ao funcionamento de seus comércios, pois segundo eles me contaram, “se está usando tem que cuidar”, e assim o faziam a sua maneira, desconhecendo de regras de preservação patrimonial ou mesmo técnicas de arquitetura, faziam o que podiam para manter o mercado de pé e seu comércio em

funcionamento, porém ao fazerem isso estariam infringindo a lei e supostamente “destruindo” o patrimônio público. Para Silva (2015), o sentido do habitar não está no espaço construído em si, mas é parte daqueles que o vivenciam, é ao apropriar-se do espaço que está situada a memória do construir. Assim, o habitar situa-se na leitura inacabada de infinitas possibilidades de sentido que são dispostas no espaço construído, onde os comerciantes que vivenciaram o espaço do mercado público por muitos anos, figuram como parte da memória do construir.

Com a interdição do mercado público em 2013, para a realização do restauro, os últimos comerciantes que permaneciam no prédio foram retirados com o uso da força policial, bombeiros e alguns agentes da Prefeitura. O episódio é narrado por dois, dos comerciantes que presenciaram este momento. Quando questionado sobre a forma que saíram do mercado público, Machadinho diz:

Com polícia, com caminhão da prefeitura, como se a gente fosse bandido, sem direito a nada, nos deram trinta dias pra sair, eu achei um absurdo um comércio de trinta anos sair em trinta dias é pouco tempo né, o seu Matté por exemplo, é um cara que tinha muito equipamento elétrico e tinha que procurar um prédio adequado pra aquilo e esse tempo a gente não teve, nos botaram pra rua que nem bandido, com prefeitura, justiça, todo mundo contribui com isso sabe. (Machadinho, março de 2022)

O senhor Matté, relata o sentimento de revolta que todos tiveram ao terem de sair do mercado público daquela maneira:

A saída de lá? Todo mundo revoltado, todo mundo revoltado porque não se faz isso com ninguém, dar 24 horas pra sair de lá. A minha parte, a parte da frente ali, não tinha problema nenhum, era só lá nos fundo que “tava” caindo, da nossa parte não. Fala com o Valério o açougueiro, ele sabe o trabalho que ele passou ali, e eu com essas máquinas, precisava de guincho pra tirar de lá. (Matté, em maio de 2022)

Para o poder público, esta era uma medida comum para a desocupação do prédio, mas a questão que contribuiu, na época, para a interdição do mercado público e a retirada imediata dos comerciantes, foi o incêndio da Boate Kiss em Santa Maria, que impôs uma fiscalização mais rigorosa quanto aos Planos de Prevenção contra Incêndio (PPCI), uma exigência do Corpo de Bombeiros. Assim, de acordo com matéria do Jornal A Folha apud Villas Bôas (2019), após a vistoria do engenheiro do município constatou-se que não haveria condições de elaboração do PPCI, levando-se em conta o comprometimento estrutural e o comprometimento da rede elétrica.

O fato que gerou revolta e indignação aos comerciantes, foi a forma como essa desocupação se deu. Apesar de divergirem sobre o tempo estipulado para saírem do

mercado, um aponta que foram vinte e quatro horas, o outro que foram trinta dias, Machadinho e Matté relatam que os comerciantes, enquanto permissionários do mercado público, não foram consultados sobre a reforma do mercado:

Nós nunca ficamos sabendo de nada, uma vez uma funcionária da prefeitura disse: “mas vocês estão fazendo isso aí, vocês não sabem que vai ter uma reforma?” nunca disseram nada, foi de surpresa. A gente soube que no mercado público de Pelotas deram uma oportunidade para as pessoas e a gente achava que ia ser parecido ou como em Porto Alegre também né. (MACHADINHO, março de 2022.)

Ao ser questionado sobre quando foram avisados do restauro Matté relata que não houve aviso: “No dia, não teve aviso prévio nada, chegaram lá os cara da brigada e deram 24 horas pra sair, fizeram como é que se diz, o levantamento né, foi a maneira de nos tirar de lá.” De acordo com Villas Bôas (2019), não houve uma ação de diálogo com os ocupantes do mercado quanto a maneira em que seria encaminhado o restauro do prédio, nem mesmo uma discussão do projeto com a comunidade, evitando assim o conflito de interesses entre o poder público e a sociedade.

Em matéria do Jornal A Folha, em 2013, Matté relata que estiveram em reunião com o então prefeito Cláudio Martins, e o mesmo salientou que o Iphan exigia a retirada dos comerciantes do prédio do mercado, caso contrário, o município perderia a verba para o restauro. Matté se diz a favor da restauração, mas segundo ele o problema é que não foi dada nenhuma garantia de retorno e isso revoltou os comerciante, ele acrescenta:

“[...] pois se o Mercado está de pé até hoje é graças a nós comerciantes que preservamos a conservamos, já fizemos várias reformas aqui, a parte elétrica é feita particular, arrumamos o banheiro, as calçadas e agora nos tratam assim? Tipo bichos? Isso é um verdadeiro descaso”. (A FOLHA, 2013 *apud*, VILLAS BÔAS).

Ao se excluírem os comerciantes do mercado, se está ignorando a sua importância na concepção de memórias sobre o mercado, bem como negligenciando a contribuição dos mesmos na manutenção do prédio. Para Magnani (2002), a incorporação desses atores e suas práticas possibilitaria a introdução de outro olhar sobre a dinâmica da cidade, que vai além do olhar “competente” que institui o que é certo e o que é errado e para além dos interesses do poder, que irá decidir o que é conveniente e lucrativo. Foi pensando nas mudanças feitas no mercado público e na saída dos comerciantes do mercado e na possível não volta deles, que escrevi esses dois versos:

Um “novo” mercado

Tiraram o agricultor, o açougueiro e o sorveteiro
"expulsaram" quem era invisível aos olhos do poder

Tentaram fazer a cópia de um outro lugar
Romperam com os fios vitais, não deixaram ninguém voltar

Inventaram um “novo” mercado público,
Mas não representa a verdade
Projetaram um lugar grandioso
Sem espaço para a saudade

Fizeram o que podiam pra escrever outra narrativa
Contando apenas as glórias, expulsando a história vivida.
(Diário de campo 10 de maio de 2022)

Guardiões da memória

Pra onde foi aquela gente?
Guardiões da memória, não podem mais voltar

Saíram meio de repente
Sem ter um rumo, um lugar pra trabalhar

E agora que está tudo mudado,
Ninguém quer lembrar do passado
Mas eles ainda estão lá,
Presos nas paredes, suspensos no ar

O mercado público está muito diferente,
Mas ele resiste ao tempo, e sua memória não vai sufocar
Para quem chegou agora é tudo novo e instigante
Mas para quem já o conhecia tornou-se um outro lugar

"Não é mais mercado público, virou uma bagunça",
Me disse o sorveteiro indignado
(Diário de campo 12 de maio de 2022)

Estes versos apenas expressam a minha visão sobre o que foi a reforma do mercado público de Jaguarão, um espaço que seleciona quem pode ocupar, diferente de como era antes, onde era de fato público e pertencia a todos, agora, especialmente no que se refere a trabalho, é um lugar que para montar um negócio ali é necessário ter poder aquisitivo para locar uma sala.

Segundo Garcia (2018), a pluralidade de manifestações culturais, usos e significados que são atribuídos ao mercado público, parece subvertê-lo na lógica histórica e patrimonial. Assim a permanência de grupos excluídos, assume

protagonismo pela disputa de representações na defesa de seus direitos sobre aquilo que, para eles, é importante (GARCIA, 2018). Assim, a não volta dos antigos comerciantes, pode acarretar no apagamento de suas vivências no lugar. Para Villas Bôas (2019), ainda que houvesse poucos comerciantes no mercado, cada um deles possuía uma história ligada ao local, além de serem as testemunhas dos processos de transição ligados às formas de consumo.

No título deste capítulo, utilizo o termo “Guardiões do mercado” na tentativa de fazer uma referência ao cuidado que os comerciantes tinham com o prédio do mercado público. De acordo com Silva (2015), para desvendar como o espaço é construído, a arquitetura aparece como a composição formada entre o espaço geométrico e o espaço vivenciado. Assim, o espaço construído torna-se mediador entre os dois espaços, humanizando a objetividade da geometria e transformando o espaço abstrato em lugares de vida.

Desde a primeira conversa que tive com os comerciantes, ficou claro para mim o quanto o mercado significava na vida deles, era como uma casa, pronta para acolher. Certa vez, Matté me disse que se os comerciantes não estivessem ali no mercado, ocupando o prédio e cuidando dele, o mesmo teria sido depredado como foi a Enfermaria Militar. Nisso, compreendi que os permissionários do mercado público, não eram apenas comerciantes, mas também “Guardiões” do mercado, pois preservavam, cuidavam, e tinham ali suas vivências e histórias particulares, além de terem participado do momento de transição dos hábitos de consumo e com isso presenciaram a decadência do mercado.

No dia 14 de maio de 2021 me dirigi até a loja do senhor Matté, situada a rua Júlio de Castilhos, a poucos metros do rio, em frente ao restaurante Villa Porto. A aparência de sua nova loja na imagem 13, não me pareceu muito distinta da que ele possuía no mercado público até meados de 2013, na imagem 14, quando foi “retirado” de lá, de diferente mesmo apenas o endereço, tudo parecia manter os mesmos hábitos de alguém que trabalha a mais de 40 anos no mesmo ramo, havia uma manutenção das práticas, tradições, dos mesmos costumes e modos de fazer. Logo na entrada, havia uma rede de pesca estendida, que me parecia estar sendo confeccionada, lá dentro inúmeras outras redes de pesca expostas, em cima de balcão, penduradas na parede, além das redes pude observar também que ele ainda mantém o ofício de afiador:

“[...] uma cliente, que chegou ao mesmo instante que eu, pediu a ele os alicates que tinha deixado ali, ele a entrega os alicates, volta ao fundo da loja para pegar o troco, entrega a ela e diz: “se não estiver bom traz de novo que eu arrumo”. [...] não pude deixar de observar a kombi, sempre me chama atenção o fato de ela estar lá, sempre no mesmo lugar, milimetricamente no mesmo lugar, foi através dessa kombi que encontrei, lá em 2017, o paradeiro do senhor Matté, que tinha sorveteria no mercado, e também consertava guarda-chuva, também fazia redes de pesca, também afiava facas, tesouras, alicates e tantas outras coisas que ainda faz, nesse novo endereço, porém com as mesmas atividades, com o mesmo estilo, a mesma forma de organização.” (Diário de campo 27 de setembro de 2021)



Imagem 13: Novo endereço do Matté
Fonte: autora, 2022.



Imagem 14: Loja do Matté no mercado público
Fonte: levantamento diagnóstico, 2010.

Na primeira imagem a Kombi amarela, já reformada, estacionada em frente à loja no novo endereço do Matté, já nos dias atuais, na imagem é possível notar também a presença de uma rede de pesca sendo confeccionada, logo atrás da Kombi. Já na imagem seguinte, a mesma Kombi, estacionada em frente a banca do senhor Matté no mercado público em 2010. Matté é como um ponto de referência que se aglutina próximo a outros estabelecimentos reforçando suas práticas, ele se muda do

mercado mas não sai da zona comercial, pelo contrário se aglutina mais próximo a lojas de referência no comércio citadino, no centro da zona comercial, como uma conhecida gráfica, um restaurante e o primeiro Free Shop a abrir as portas na cidade. O senhor Matté conta com orgulho que formou todos os seus filhos através do trabalho no mercado, em uma trajetória de 40 anos trabalhando com produtos artesanais como vinho, sorvete e na confecção de redes de pesca:

[...] trabalhava meio expediente no quartel e meio expediente no mercado, buscando mercadoria em Porto Alegre, foi através dali que paguei a aposentadoria da minha primeira esposa. Formei toda a minha família com o trabalho dali (referindo-se aos filhos), tem geólogo, enfermeira, de tudo, o dinheiro do quartel não dava, na folga trabalhava também com caminhão entregando enxoval. (Em maio de 2021)

Segundo ele a concorrência atrapalha muito quem trabalha com o artesanal, ele cita o vinho como sendo hoje algo industrializado é encontrado em todo lugar sendo difícil competir, cita também o sorvete, que hoje é vendido em todo lugar, pois abriram várias sorveterias na cidade e com preços que tornam a concorrência desleal, antigamente, segundo ele, só ele fabricava e vendia sorvete na cidade, todos consumiam o sorvete que ele vendia no mercado público:

Trabalhei 40 anos no mercado, produzindo e vendendo só produto artesanal, produzindo vinho, sorvete, rede (de pesca), trabalhei principalmente com sorvete, vendia na rua, tinha 21 carrocinhas, depois comprei um triciclo. Mas as pessoas me conheciam mais pelo vinho “o sargento do vinho rose”, vinho bom aquele, de campanha. (Matté em maio de 2021)



Imagem 15: Banca do Matté no mercado público
Fonte: Levantamento Diagnóstico, 2010.

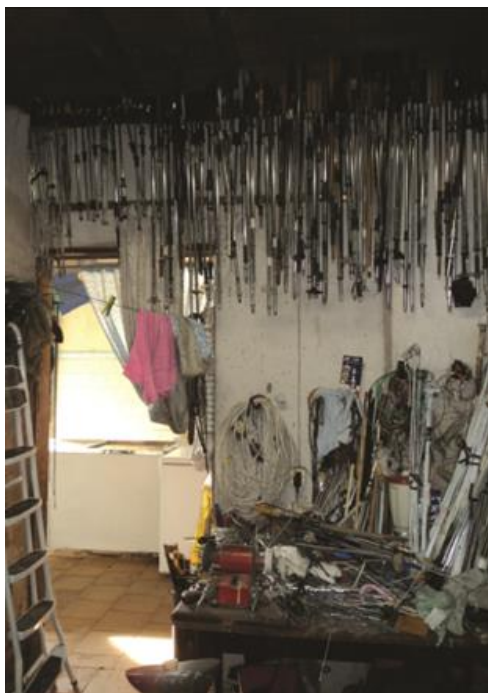


Imagem 16: Material do Matté na banca do mercado
Fonte: Levantamento Diagnóstico, 2010.

Nas imagens 15 e 16, a banca e o material utilizados por Matté no mercado público, podemos observar a quantidade de produtos que ele possui, sua loja, me remete às antigas “vendas” que ainda hoje existem em alguns bairros da cidade. Essa é uma característica peculiar do senhor Matté que se mantém até hoje na loja atual, como é possível verificar na imagem 17 a seguir, que apresenta a porta de entrada de seu novo endereço, bem como a placa do anúncio da sorveteria, que lembra seu ofício, com algumas redes penduradas atrás. A maneira como ele dispõe os materiais de suas várias funções, faz com que o ambiente apresente um excesso de informações, que assim como a cidade, possui várias camadas temporais. De acordo com Silva (2015) a interpretação da cidade é complementar a interpretação daqueles que a habitam, dessa forma a intertextualidade do espaço construído apresenta as ações inovadoras entre o espaço e o indivíduo.



Imagem 17: Loja do Matté
Fonte: Autora, 2021.

Matté me conta também um pouco de sua vida e salienta que hoje, trabalha por gosto e não por necessidade:

[...] minha situação atual, sou reserva do quartel, e agora reformado como tenente no quartel, faço uma rede ou outra, mas hoje não dependo mais de vender porque tenho essa segurança de ser reformado, se não dá aqui, eu pego de lá, o pior é essa gente (sinalizando ao seu redor) que se não vende não tem. (Matté em maio de 2021)

Para Machadinho, que trabalhou no mercado por 25 anos, o mercado sempre foi um lugar para alternativas, quando um negócio não ia bem ele se adaptava a situação e mudava de ramo, afinal, era de lá que tirava seu sustento:

Eu tive um sebo, era na época de vinil, trocas de livros, era um sebo, o famoso sebo né, produtos de antiguidade, coisas antigas né, depois tive uma lan house, tive um bar também, eu ia trocando, conforme a situação econômica do país né, a gente teve uma hora que o sebo ele não deu mais ai eu troquei por um bar, eu tive um bar por um tempo, o bar não foi por problema de movimento foi por opção mesmo, ai entrei no ramo da informática, me formei em técnico em informática e abri uma lan house, ai de lá eu saí trabalhando com a lan house. (Machadinho, março de 2022).

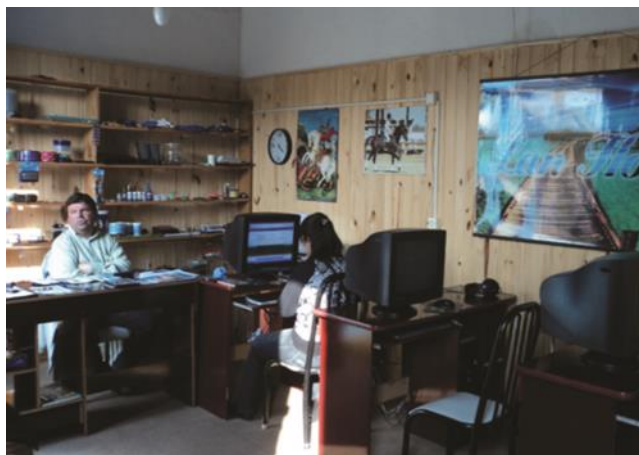


Imagem 18: Lan House do Machadinho
Fonte: Levantamento Diagnóstico, 2010.

Na imagem 18 a Lan House do interlocutor Machadinho, nesta época existiam muitas lan houses espalhadas pela cidade, mas nos dias de hoje eles se tornaram obsoletas, assim mesmo que ele tivesse se mantido ou retornado para o mercado público teria que mudar de ramo, como o fez e agora atende ao ofício de chaveiro.

De acordo com Garcia (2018) ao referir-se ao mercado público da cidade de Pelotas, assim como há mudanças no espaço físico do mercado, as dinâmicas também tendem a ser transformadas ao longo do tempo. A autora também evidencia que a transformação está na modernização do espaço, sendo este definido a partir de um padrão que a gestão estabelece. Dessa forma, passado e presente são confrontados pela preservação da narrativa e do que é material, vindos do passado, e as ressignificações geradas pelas práticas do presente. Quando pergunto a Machadinho sobre sua opinião em relação ao “novo mercado” ele vê coisas boas e ruins:

Ah... eu acho que as coisas mudam né, a gente não deve querer que fique sempre do mesmo jeito, houve uma mudança, acho que não foi boa, poderia ter utilizado melhor aquele espaço entendesse, porque destruíram as peças que tinham lá, antes tinham parece que 58 peças, são 58 famílias que poderiam tá trabalhando entendesse, hoje destruíram, a frente ali são dois salões grandes pra dois grandes comerciantes, quer dizer, houve uma visão, esqueceram o verdadeiro trabalhador, entendesse, trabalhador todo mundo é todo mundo precisa né, mas poderia contemplar muito mais pessoas, então a visão foi uma visão mercenária, pra poucos. (Machadinho, março de 2022).

Em relação a manutenção dada ao mercado público Machadinho é categórico em dizer que quem cuidava do mercado eram eles, os comerciantes e que a Prefeitura teria criado situações visando uma forma deles saírem do mercado:

[...] a Prefeitura não cuidava nada, quem mantinha aquele prédio era nós, tinha que tirar as goteiras porque tinha material lá, não podia deixar chover né, então a gente

mantinha reformava, uma vez pintamos o mercado fizemos uma coleta do pessoal que trabalhava ali, inclusive a prefeitura nos emprestou a escada e na metade da pintura nos tiraram a escada [...] nenhum tipo de assistência naquilo ali, eu acho que houve um trabalho justamente pra um dia tirar a gente dali, então eles começaram botaram drogado, presidiário, deixaram nós numa situação ali de olha, sobrevivência, ali teve uma época que era só bandido com apoio da Prefeitura, davam peça pra eles acho que pra perturbar a gente pra gente sair, [...] nós fomos corridos dali como se fossemos bandidos, a própria Prefeitura tornou o ambiente meio assim né pra um dia poder nos tirar, porque o próprio comércio era concessionário, tinha contrato tudo certinho. (Machadinho, em março de 2022).

Segundo Villas Bôas (2019), a maneira como o mercado foi sendo ocupado, através de uma concorrência pública, privilegia quem oferece mais para adquirir o direito do aluguel no espaço público, beneficiando comerciantes de maior poder aquisitivo, distanciando-se portanto do tipo de comércio, de origem popular, praticado anteriormente no mercado, o que segundo ele, reforçaria o conceito de gentrificação. A saída dos comerciantes do mercado público não sairá da memória desses cidadãos, abriu uma ferida incurável, pois foi como ser expulso da própria casa:

Também sai revoltado de lá, porque não tinha um lugar, uma casa, o que nos fizeram ali não se faz nem pra cachorro, botamos advogado, o advogado ia entrar na área do governo federal e não podia, nem o advogado conseguiu. (Matté, em maio de 2022)

Para Machadinho, sua saída do mercado foi além dos danos materiais, ele me relata que esteve tão mal, que precisou recorrer a arte como passatempo e remédio para tentar amenizar o sentimento que aquele episódio lhe trouxe, quando questionei como ele se sentia, ele me respondeu:

Péssimo, eu tive a ponto de adoecer, me revolta entendesse, ninguém esperava aquilo, que fosse tão estúpido assim achei que ia ter um diálogo, uma coisa mais humana entendesse. Graças a Deus hoje essa arte me ajudou muito, nasceu de lá, eu não fazia uma cadeira, a situação me botou nisso aí e foi um remédio que eu tive, não foi pra ganhar dinheiro, foi só pra sair daquele período sabe, porque hoje eu faço muito pouco. (Machadinho, em março de 2022).

Ao questioná-los sobre a importância do mercado público para a cidade, os interlocutores e antigos permissionários do mercado relatam que:

Ah... é um patrimônio histórico né, uma coisa fundamental, poucos municípios tem não é todos né, e acho até que deveriam valorizar mais, estão vendo o lado comercial mas eu que tive ali 20 anos no mercado tu não tem ideia o que chega de turista ali perguntando data de fundação, como foi formado o mercado né, teve uma época que eu sabia aquilo ali na ponta da língua eu pesquisava né, até pra dar uma informação pro pessoal que chegava. (Machadinho, em março de 2022).

Já Matté considera que o mercado é importante para a cidade levando-se em conta sua função principal, que é a distribuição de alimentos, especialmente vindos da zona rural da cidade, uma maneira de valorizar a agricultura familiar:

A importância é essa que eu falei, levar o pessoal da campanha pra trabalhar lá, vender seus produtos, o mercado foi feito pra isso, tem que bater em cima disso aí [...] já viu aquilo ali de noite como que é? Ah! passa ali pra tu ver". (Maio de 2022).

De acordo com Silva (2015), a cidade é um arquivo onde as construções e ruínas de diversas épocas fazem parte, onde as habitações particulares e os lugares públicos são repletos de memórias, todos estes lugares possuem funções e destinos de acordo com o tempo em que estão inseridos. Cada construção nova é introduzida no espaço com novas atribuições, ressignificando e mudando a relação que as pessoas têm com o lugar. Existem múltiplas maneiras de habitar a cidade, de construí-la, de se fazer cidade (AGIER, 2011).

Para Agier (2011), o fazer-cidade pode ser percebido como um processo contínuo, sem fim e sem finalidade, o fazer-cidade é uma declinação pragmática do "direito à cidade" e o movimento é essencial para a compreensão da cidade em constante construção. Nesse caso penso na movimentação dos antigos comerciantes para fora do mercado, Machadinho, por exemplo, passou a utilizar sua casa como local de trabalho, já Matté, alugou com o auxílio de sua filha, uma loja na zona comercial da cidade, o que segundo ele foi melhor para os seus negócios. Ao mudar de endereço, Matté conseguiu repaginar seus equipamentos, estreitar os laços afetivos com a filha, que o ajudou na nova empreitada, mas principalmente sua ida para um local de fluxo comercial mais intenso o possibilitou uma melhora nas vendas:

[...] meus clientes continuam, mas aqui é uns setenta por cento a mais, tem gente que comia sorvete lá, nós dependemos muito dos uruguaios, foi muito bom no tempo que parava 10, 15 ônibus, hoje em dia o comércio tá muito concorrido, encheu de sorveteria [...] não tenho mais nada dali, até a sorveteira desmontei, agora é tudo novo, minha "guria" me ajudou, ela ganha mais que eu, minha filha que é enfermeira me ajudou muito quando vim pra cá. (Maio de 2021).

Um ano após a primeira conversa com Matté, voltamos a conversar e ele acrescentou:

Tem mais movimento, noventa por cento mais movimento que lá em cima. Aqui foi onde que eu comecei a trabalhar bem com vendas, passa muita gente aqui visse, aqui é sei lá, um corredor praticamente, pessoal desce isso aqui e vem pra cá, aqui passa muita gente o movimento é grande, é de tudo gente até de Montevideo passa aqui, os maior comprador são os que vem de longe, os cara aqui da volta também compram. (Maio de 2022)

Xavier (2016) relata a situação do mercado público da cidade de Pelotas, onde quatro anos após sua requalificação ainda mantinha um grande número de lojas desocupadas, este fato serve como análise para o caso do mercado de Jaguarão, já que supostamente as razões são as mesmas, a redução da área útil das salas e os altos preços dos aluguéis, além disso, diferentemente do mercado de Pelotas, no mercado de Jaguarão diminuíram-se também a quantidade de salas, fato que pode agravar o vazio do espaço, pois são menos opções de lojas em funcionamento. Quando questionado sobre a “nova” função do mercado, Matté responde fazendo referência aos preços:

“Poxa, isso aí é difícil, é difícil porque eles quando nos correram de lá, era pra ter dito, olha quando nós aprontar o mercado vamos chamar vocês, voltam cada um “pro” seu lugar né. E o que fizeram? Botaram o preço muito lá em cima e ninguém quer alugar, pode até ter ficado bom, mas com preço que tá ali, ninguém quer”. (Maio de 2022).

Após a requalificação do mercado público, ocorre a resignificação do seu espaço social (XAVIER, 2016). O mercado público não retomou suas antigas funções, ele foi adequado às atividades contemporâneas de lazer e sociabilidade, dando espaço para um uso noturno com os bares e restaurantes. Sobre essa forma de uso do mercado público, Matté possui uma visão contrária, segundo ele, o que tem ali atualmente não é mercado:

Eu dei uma passada ali, tá bonito, tá bem, muito melhor que “tava” né, mas não adianta com esse preço, abaixa o preço vê quanta gente vai querer trabalhar ali, e outra coisa aquilo ali, pode escrever isso aí se quiser eu assino em baixo, o mercado era pra botar o pessoal de fora os agricultores, pra botar verdura como era antigamente né, fazer a feira de verdura não pra aquela bagunça que tá agora aquilo ali não é mercado aquilo ali virou o que, uma boate? O que é aquilo ali? Isso aí que todo mundo tá apavorado tiraram o local dos cara vir trabalhar, te digo a verdura uma vez por semana vendiam até frango, galinha é isso que é o mercado que eu conheço não pra botar isso aí que estão botando que tão trabalhando agora ali, pra mim tá errado, pra mim tá, agora se alguém achar que tá certo pode continuar, mas que é bagunça é. (Maio de 2022).

Aproveitando que foi mencionada a feira por Matté, questionei sobre a mesma, já que agora tem acontecido a Feira da Agricultura Familiar no pátio do mercado:

Isso aí é uma boa né que façam isso ai, mas que eu me refiro é que o mercado não é pra isso que tão usando ali, o mercado devia ser pra outra coisa, porque que o nome é mercado? lá em Porto Alegre por que que é mercado? porque reúne todo mundo né vendendo as coisa da campanha. (Matté, em maio de 2022).

Já Machadinho enfatiza as diferenças e traz à lembrança sobre as bancas de pedra onde eram realizadas as feiras de antigamente ele também aproveita para elencar alguns possíveis equívocos do restauro, de acordo com a visão dele:

"totalmente diferente né, a realidade era outra, inclusive aquelas banca que tinha tiraram não se sabe pra onde levaram aquilo, houve uma modificação desnecessária ali, pra ser o IPHAN que fez sabe, conservar o patrimônio público não foi conservado nada ali, pelo contrário, destruíram muita coisa, não foi uma restauração foi uma reforma não restauraram nada porque tinha um algibe no pátio sumiu, quer dizer, os corredores do mercado não existe mais quer dizer, foi uma coisa meia fora da planta do mercado, nem sei se eles conheciam a planta também. (Machadinho, em março de 2022).



Imagem 19: Bancas de concreto
Fonte: Levantamento Diagnóstico, 2010.

Na imagem 19 as bancas de concreto, citadas por Machadinho, enfileiradas no mercado público antes da reforma. Segundo relatos, nessas bancas eram expostos todos os tipos de mercadorias, peixe, carne, frango, verduras, hortaliças, frutas e o que mais pudesse ser vendido nas feiras, porém não há registros de quando exatamente essas feiras vão deixando de acontecer, mas as bancas de concreto se encontravam em perfeito estado de conservação até a reforma do mercado, contudo as mesmas, e assim como os antigos comerciantes, não retornaram ao mercado.

4. CONSUMO DE PRODUTOS LOCAIS E AS FORMAS DE HABITAR O MERCADO PÚBLICO

4.1. Ritmos do mercado

Pensar nos ritmos do mercado é pensar em seus fluxos após a proposta de “novo uso”. Foram diversos impasses até que a obra fosse finalizada e após sua finalização, outros percalços dificultaram com que o mercado voltasse a fazer parte do cotidiano da cidade. Foram aproximadamente dois anos até a inauguração do mercado, o que gerou nos jaguarenses diversas expectativas com relação ao funcionamento do lugar. Havia uma pressão política por parte dos opositores do então governo, mas isso não corroborou para que o processo se desprendesse da burocracia e pudesse ser agilizado.

Após a entrega do mercado público restaurado, pela empresa Marsou Engenharia a Prefeitura de Jaguarão, o mercado permaneceu fechado para usos, o motivo seria uma dívida com a Companhia Estadual de Energia Elétrica (CEEE). A essa altura, a prefeitura buscava uma maneira de viabilizar o uso do mercado público, pois segundo eles argumentaram, além da dívida havia também um erro no projeto, já que o arquiteto responsável teria projetado o quadro de energia dentro do banheiro para portadores de necessidades especiais, e desde então foi um longo processo até que fosse encontrada uma solução.

Foram então elaboradas e apresentadas ao IPHAN duas possibilidades, instalar o quadro de energia no corredor, mas isso geraria custos maiores, a elaboração de outro projeto e uma nova obra, outra alternativa foi instalar o quadro de energia em uma das salas do mercado. A segunda opção foi a medida tomada, mas esta desagradou alguns políticos pois o “novo uso” já projetava um número bem menor de salas, e com a ocupação de uma sala com o quadro de energia restavam apenas oito salas disponíveis.

De agosto de 2017, quando a obra foi entregue, até meados de 2019, o mercado esteve pronto para uso, porém fechado. A população e alguns vereadores questionaram os motivos da não entrega do mercado por parte da Prefeitura, que argumentava sobre a dívida com a CEEE. Em determinada ocasião, conforme vídeo divulgado no YouTube do site J3 Notícias, em primeiro de julho de 2018, houve o

abraço ao mercado público, observado na imagem 20, uma tentativa de chamar atenção e reivindicar o uso daquele espaço.



Imagem 20: Vídeo abraço ao Mercado público
Fonte: J3 Notícias, 2018.

Outro entrave para a utilização do mercado se segue antes mesmo de sua reinauguração em 26 de dezembro de 2019. A Prefeitura realizou alguns Chamamentos Públicos o 006/2019 e o 009/2019, para a ocupação das salas, mas não houveram interessados, sendo assim foi realizado outro Chamamento o 006/2020, com a outorga de permissão de uso oneroso dos boxes do mercado (FONSECA e RODRIGUES, 2021), mesmo assim apenas três salas foram ocupadas naquela ocasião. Questiono se não faltou por parte da Prefeitura desenvolver uma divulgação deste chamamento para que a população geral da cidade tivesse conhecimento do mesmo, ao invés disso foi publicado apenas no site sem maiores alardes. Além disso, os altos preços podem ter inibido possíveis interessados em locar uma sala no mercado.

Após inaugurado, no início de 2020, o mercado começa a ganhar movimentação, dada por um bar, o Biroska Point Bar, e por duas lojas, a da Associação dos Artesãos de Jaguarão e por uma loja de produtos naturais, o Armazém da Terra. A Noite da Seresta¹² durante o carnaval, foi realizada no pátio do mercado, além disso os eventos do bar recém inaugurado por lá, davam a noção do que seria a “nova função” do mercado.

¹² Com a supressão dos conjuntos de samba, que desfilaram no carnaval de rua de Jaguarão, foi criada a Noite da Seresta, para juntar esses conjuntos em uma única noite, que acontece na quarta-feira que antecede o carnaval.



Imagem 21: Noite da Seresta no mercado público
Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguarão, fevereiro de 2020.



Imagem 22: Boêmios do Amor na Seresta
Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguarão, fevereiro de 2020.

Na primeira imagem 21 o público prestigia a Noite da Seresta, pela primeira vez realizada no mercado público, já na imagem 22 o conjunto musical “Boêmios do Amor”, que foi homenageado por completar 43 anos de carnaval jaguarense. É esperado que, assim que possível a realização de carnavais, este passe pelo mercado, com a Noite da Seresta e possivelmente com alguns ensaios das escolas de samba, que conforme Fonseca e Rodrigues (2021) seria uma realização da Secretaria de Cultura e Turismo (SECULT).

Em março de 2020, com a chegada da pandemia de Covid-19, tudo se viu mudado, o mercado assim como outros lugares, não apenas na cidade, foi fechado e dos três empreendimentos que ocupavam o edifício, mantiveram-se a Associação e o

bar. Apesar de ter a maior parte de suas colaboradoras já de idade, a Associação dos Artesãos continuou suas atividades, assim que foi possível reabrir o comércio, e encontravam no mercado público um lugar triste e vazio, pois nesse período apenas a Associação funcionava no mercado durante o turno da tarde.

O Biroska Point Bar, que funcionava nos fundos do mercado, no turno da noite, esteve em atividade durante um tempo durante a pandemia, sem atrações musicais, mas com a venda de comida por entrega, imagem 23. Ele volta a realizar shows no dia cinco de dezembro de 2020, mas logo em seguida, janeiro de 2021, faz sua última postagem no facebook e não está mais funcionando no mercado público. Suponho que a saída deste bar do mercado, possa ter sido motivada pelas restrições causadas pela pandemia.



Imagem 23: Cancelamento dos shows do Biroska
Fonte: facebook Biroska point bar, março de 2020.

Durante o ano de 2020, período de maiores restrições por conta da pandemia, o mercado esteve, em grande parte do tempo vazio, pois apenas a Associação e o Biroska se mantiveram naquele período, mesmo assim faltava a presença de um público. Para Silva (2015), o espaço, vazio da presença do sujeito, não possui referência nem direção. A tentativa de se igualar o passado e o presente, buscando por aquilo que não existe mais, reflete no desejo em ter de volta aquilo que já foi embora com o tempo, no caso do mercado, ter novamente uma dinâmica, um fluxo contínuo de pessoas consumindo produtos diversos, mas talvez isso nunca mais volte a acontecer, pois ele já não serve mais as mesmas necessidades de antes, é

necessário se reinventar. Para Pintaudi (2006), os espaços de mercados públicos estão deixando de lado o tradicional para permanecer, para existir no tempo é necessário se transformar ao mesmo instante em que cria raízes. Em outros mercados públicos de outras cidades, as dinâmicas se mantiveram mesmo com as restrições, porque então o mercado público de Jaguarão se encontrava tão vazio?

O vazio

Andando de um portão a outro,
É possível ouvir meus passos
Ecoando no vazio

Um mercado público esvaziado de gente,
Não parece coerente, mas é pura realidade

Sabendo que na verdade,
Esse espaço se fez em saudade
De um convívio que não vai regressar

É difícil de acostumar, com o silêncio diurno
E às vezes noturno, que ronda por lá
(Diário de campo 5 de junho de 2022)

A dificuldade para alugar as salas do mercado, fato que se deve em parte aos altos custos, misturado às implicações de um período pandêmico, dificultaram as dinâmicas no espaço. De acordo com Pintaudi (2006), estamos diante do consumo do espaço, para ela mercados que deixam de ser funcionais desaparecem da paisagem. A ideia, apontada pelo projeto de restauro ainda em 2010, se consolidou somente em 2021, com a liberação de algumas regras impostas pela pandemia, é a partir daí que o mercado passa a ganhar novos ritmos. Nesse período a ocupação do mercado já não era mais por Chamamento Público, passou a ficar a cargo da imobiliária que venceu uma licitação.

A partir disso, o “novo uso” do mercado passa a acontecer com a ocupação das salas dos três espaços para gastronomia, todos seguindo à risca os decretos municipais para funcionamento noturno de bares e restaurantes. Os “novos usos” do mercado público de Jaguarão, estão dando a ele um outro sentido sobre o consumo, já que os bares que hoje funcionam no prédio, trazem um movimento fora do que é considerado a função tradicional de um mercado público. A existência do mercado público enquanto um local para a venda de produtos alimentícios, nunca foi questionado pelo costume que diferentes sociedades tinham de se abastecer nesses locais, quando se rompe com esse costume, a partir de formas modernas de abastecimento e que esse espaço transforma-se em “tradicional” (PINTAUDI, 2006).

O primeiro restaurante a inaugurar, foi a pizzaria Taki, já tradicional na cidade mudou de endereço e passou a fazer parte do mercado público. Logo em seguida o Don Taco Bar, um bar recém inaugurado e com música ao vivo que trouxe outra movimentação para o espaço, o convívio social passa a acontecer no espaço de forma dinâmica, mas apenas no período noturno. Mais recentemente outro bar faz a música ecoar no mercado, o Zero Oito Café Pub, um espaço com uma dinâmica diferente de todos os outros bares já vistos na cidade.

Com a abertura dos bares, o mercado público deixa de lado o vazio para se tornar um atrativo na noite dos jaguarenses, como é possível observar na imagem 24, nesse período a diferença entre o mercado de dia e de noite está nas dinâmicas que o cercam. Durante o dia pouca ou nenhuma movimentação, já que só funciona a Associação dos Artesãos e uma outra loja de artesanatos, o Coletivo Cores, durante a noite, mas apenas de quinta a domingo, o mercado torna-se o espaço onde se reúnem pessoas de todas as idades, que especialmente após um longo período de isolamento social, não hesitaram em aproveitar a noite movimentada nos bares do mercado. Pensando nos ritmos do mercado, dia e noite e nas diversas formas com as quais ele tem sido habitado:

Dia e noite

Tem vezes que é difícil até conversar,
De tanta gente que tem por lá,
Falando ao mesmo tempo

Mas em outra ocasião,
O mercado é só solidão,
Depende do momento

Tem dia que é de silêncio
E noite de música e dança
Tem dia de movimento
E a noite ele descansa

Tem gente que se encanta e gente que nem o conhece
E gente que nunca se esquece, do que ali viveu
(Diário de campo 5 de junho de 2022)



Imagem 24: evento no mercado
Fonte: Facebook Dj Atila, 2021

Para Silva (2015) a finalidade do projeto arquitetural é, a capacidade de oferecer a habitantes e a quem está só de passagem, a oportunidade de ler nossos lugares de vida a partir do modo de habitar, assim terá a compreensão de si mesmo através da leitura feita da cidade. Habitar sugere uma releitura do espaço urbano, na contínua composição de estilos diferentes constituídos em épocas diferentes. O mercado já não serve aos mesmos usos de épocas anteriores, quando sua principal função era distribuição de gêneros alimentícios, mas ainda reflete as formas de habitar a cidade. Tendo sido requalificado para oferecer hospitalidade ao turista, e funcionar durante o dia, os usos do mercado são reinventados por quem habita a cidade, passando a ter maiores funcionalidades no período noturno e atendendo as necessidades de um dado momento.

O funcionamento noturno em determinados eventos, é algo que nós jaguarenses compreendemos como tradicional do município, mas que no caso do mercado vai contra sua vocação. Com a realização de feiras se tenta trazer a vocação do mercado, e também memórias, turismo, economia local, as feiras trazem movimentação diurna para o mercado público. De acordo com Silva (2015), o trabalho do tempo no espaço pode ser melhor compreendido na cidade, pois uma nova edificação constrói-se no espaço urbano constituído no espaço anterior, o que pode ser denominado como uma “intertextualidade”, assim o tempo narrado e o espaço

habitado estão sobrepostos na cidade que ao mesmo tempo em que se pode ver também se pode ler. A vocação, os usos “típicos” ou os “novos usos”, cada um desses períodos na história do mercado, se constituem em uma camada temporal que nos permite ler o espaço habitado.

Em novembro de 2021 o mercado público recebe a Feira do Livro, uma forma de movimentar o espaço do mercado. A Feira do Livro tradicionalmente acontece no Largo das Bandeiras, anexo a praça central da cidade, mas neste ano devido ao mercado público estar em funcionamento, porém pouco movimentado, a gestão municipal optou por deslocar a Feira para o mercado. Estive por lá e constatei que o espaço não era o mais adequado para a Feira do Livro, pois esta exige um local maior que possa comportar uma praça de alimentação e as bancas de livros, sendo assim, o pátio e o largo do mercado eram muito pequenos para um grande público, como é o caso dessa feira. Conversei com algumas conhecidas que estavam por lá, elas relataram que a feira estava fraca e que no Largo das Bandeiras era melhor por conta do espaço.



Imagem 25: Praça de alimentação Feira do livro
Fonte: Autora, novembro de 2021.

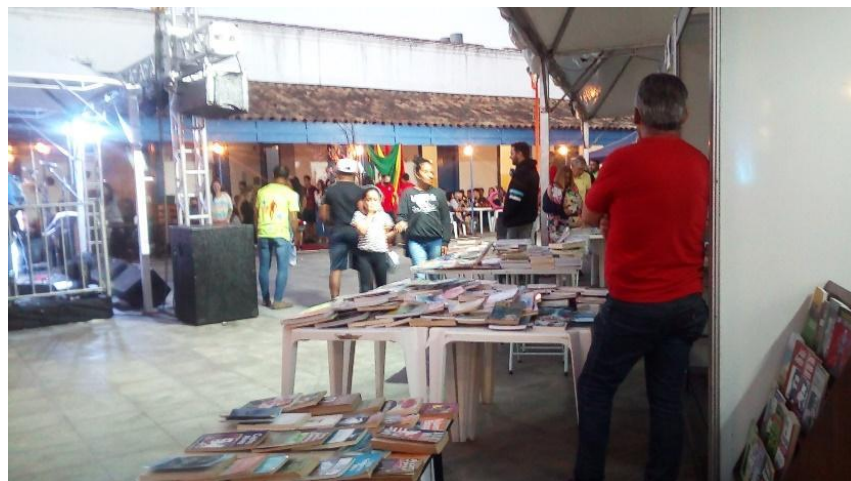


Imagem 26: Feira do Livro
Fonte: Autora, novembro de 2021.

Deslocar a feira do livro para o mercado público, não foi uma boa opção, quem estava na praça do mercado ou largo do mercado não conseguia visualizar os shows que aconteciam no pátio. Na imagem 25, o largo do mercado ocupado pela praça de alimentação, que estava bem menor do que nos outros anos, tendo em vista que o espaço do Largo das Bandeiras, onde tradicionalmente acontecem os eventos da cidade, é maior. Na imagem 26, algumas bancas “apertadas” no pátio do mercado juntamente com o palco para shows. A atual gestão municipal, que não é a mesma que projetou o “novo” mercado, tem feito certo esforço para ocupar o mercado com eventos, mas acredito que seja interessante que se criassem eventos apropriados para o espaço do mercado e não simplesmente deslocar de um outro lugar, eventos que já existem há anos em outras regiões da cidade.

Para Fonseca e Rodrigues (2021), espaços culturais e/ou patrimônios edificadas, voltados para eventos culturais, não só podem como devem garantir a “participação na vida cultural”, pois são locais próprios da diversidade cultural, tendo em vista que mercados públicos, não são apenas espaços comerciais, mas sobretudo espaços socioculturais. O mercado torna-se um atrativo também, quando há o evento Rock in Rua, imagem 27, organizado pelo Gastrobar Tu Casa, localizado defronte ao mercado público, esse evento é gratuito e ocupa toda a rua, e é capaz de promover a interação entre os bares do mercado, o mercado, a rua e o bar Tu Casa que organiza o evento.



Imagem 27: Rock in Rua
Fonte: Facebook Tu Casa, 2019.

Outro evento, realizado na “praça das figueiras”, anexa ao mercado, é o encerramento da Semana da Consciência Negra, que nos últimos anos tem dividido público com a Feira do Livro, e que, em 2021 disputou também território com feira que aconteceu no mercado e na praça/largo do mercado. Fonseca e Rodrigues (2021), questionam a possibilidade de apropriação do mercado público com as narrativas da Semana da Consciência Negra, transformando o espaço público em local de fruição cultural, incidindo nas identidades culturais da população. Segundo Agier (2011), o sentido do lugar depende da existência de uma troca simbólica e social, isto é, das relações sociais estabelecidas no lugar.

Fora os eventos noturnos, uma forma encontrada para promover a movimentação do mercado durante o período diurno, tem sido a realização da Feira da Agricultura Familiar, com variados sabores e cores, ela traz um pouco do que é típico, do tradicional hortifrutigranjeiros, que até então não teria espaço no “novo mercado”. A feira traz o saber fazer local tanto pelo artesanato quanto pela comida produzida na zona rural e urbana. Nora e Zanini (2015) percebem a feira para além da representação comercial, ela se constitui em uma rede de sociabilidade entre feirante e freguês, além dos produtos, também são compartilhados saberes e fazeres, assim o econômico e o social se complementam nas histórias de vida dos sujeitos que compõem a feira. Para as artesãs da Associação dos Artesãos de Jaguarão o mercado sempre foi o lugar onde qualquer pessoa pudesse vender o seu produto:

[...] aqui era um lugar onde as pessoas pudessem vender o seu produto, que era os pescador e tinha umas gôndolas aí dentro, que era uma feira que acontecia de segunda a domingo, que era um lugar onde as pessoas vendiam os produtos que produziam, os pescador de preferência, o pessoal que fazia couro, pelego, como é que se diz pra pelego, curtia, tinha um curtidor, tinha um chaveiro [...] tinha um curtume aqui dentro, tinha muita coisa aqui, [...] tinha o cara que fazia rede pra pescar, o seu Matté. [...] o mercado desde o princípio ele veio para que as pessoas pudessem vender seus produtos de segunda a domingo aqui nas gôndolas, sem pagar nada chegava aqui largava, chegava lá de fora das perdiz, do patacão com seus produtos e botavam nas gôndolas e vendiam, e vendiam de tudo, de tudo que tu imaginava. (Mônica Braga - Diário de campo, outubro de 2021)

Em 2022, além da Feira da Agricultura Familiar, que acontece uma vez ao mês no mercado, outra feira vem sendo realizada no pátio do mercado público, é a ArtJaguar, organizada pela Associação dos Artesãos. A feira de artesanato tem reunido artesãos da cidade para a divulgação e comercialização de seus trabalhos no mercado público, uma alternativa encontrada pela Associação para obter visibilidade no mercado, já que sua loja tem a porta virada para o pátio e não possui vitrine para a exposição de produtos. Sobre a realização da feira no mercado, a presidenta da Associação diz:

É importante porque daí vai ajudar a divulgar quem nós somos né, é um jeito de reconhecerem, de saberem que a Associação tá aqui dentro, e a gente precisa de apoio municipal, isso aí é normal, senão não vai ser nunca, como eu disse pro prefeito, fazer folder né, divulgar a gente que vai ser o único jeito. (Monica Braga – Diário de campo, outubro de 2021)

Feiras e mercados produzem vínculos sociais através das relações estabelecidas entre quem produz e quem consome, há uma proximidade entre feirantes e fregueses, que se constitui muitas vezes, em uma relação de amizade, onde são trocadas informações, sentimentos e experiências (NORA e ZANINI, 2015). Para Goularte (2017), quem vai à feira busca o encontro, não apenas com as coisas mas com as diversas situações envolvendo as pessoas que compartilham o lugar. Na feira do artesanato, ArtJaguar, as pessoas tendem a frequentar não apenas para adquirir produtos, mas para aprender sobre as técnicas de fazer, como no caso da lã, já que a feira também proporciona oficinas, como é possível observar no folder de divulgação, imagem 28. O ato de comprar e vender os produtos da terra, faz as pessoas se sentirem mais próximas a ela, buscando assim uma identificação com o lugar (PINTAUDI, 2006).



Imagem 28: folder de divulgação da ArtJaguar
Fonte: facebook da Associação dos Artesãos, 2022.

A intenção de descrever os ritmos do mercado, no período atual, era demonstrar que apesar dos percalços o mercado público de Jaguarão tem participado de algumas dinâmicas sociais no município. Fato que reflete os anseios da população em ocupar esse espaço de diversas formas. Muito se esperava do mercado, desses “novos usos”, uma devolutiva pelo que foi investido ou um reconhecimento pelo que foi vivido, por parte da população, mas também da gestão municipal projetava-se um espaço dinâmico, que entrecruzasse os fluxos da cidade e promovesse a interação social. Segundo Lopes e Vasconcelos (2010), a diversificação de usos e produtos propicia a procura, o que ocasiona por sua vez, encontros e interações, que se estabelecem pelas trocas, de mercadorias, conhecimentos e experiências, ou ainda pelo entretenimento que cada vez mais vem fazendo parte da instituição.

Em uma versão pós-moderna busca-se por novas versões de mercados públicos, para que eles atendam às necessidades do momento. Apesar de já não ter as mesmas funções de antigamente, os mercados ainda produzem relações e trocas. Os bares no mercado propiciam novas formas de habitar o espaço, e o consumo do lugar toma outra proporção, já que estamos consumindo um lugar de memórias. Freire (2018) refere-se aos mercados públicos como “lugares-memória” da cidade, pois mesmo transformados, ainda carregam vestígios da cultura de seu povo, ou ao menos um pouco da história do lugar, deste modo, eles ainda representam alguma identificação, constituindo-se como pontos de referência para a sociedade do lugar, tornando-se um lugar de memória das cidades. Pierre Nora (1993) classifica a

memória como um elo vivido no presente, um fenômeno atual, enquanto que a história é a reprodução do que não existe mais, uma representação do passado.

A memória, apoiada nos lugares, cumpre o papel de nos reconduzir a nós mesmos (SILVA, 2015). Segundo Nora (1993), a memória por si só não existe, por isso a necessidade de se criarem os lugares de memória, para que estes sirvam de arquivo. Estes lugares de memória são como testemunhas de um passado, sendo indispensáveis para a vivência no presente. Neles a memória é constantemente refeita, de forma dinâmica, através das relações existentes entre o lugar e quem o frequenta. A memória só existe sobre o que não existe mais, os lugares de memória carregam um sentimento residual de continuidade, de algo já acabado (NORA, 1993). Os mercados são hoje lugares de memória, pois guardam vestígios de um tipo de convívio e comércio que, cada vez mais, vai deixando de existir.

4.2. “Novos usos” e a vida noturna

Os “novos usos” do mercado público de Jaguarão, projetavam atender ao turista, visando primeiramente, o consumo “no” lugar e não “do” lugar como vem acontecendo. A ideia de promover a sustentabilidade do espaço através do consumo turístico, projetava desenvolver um elo entre uma edificação do passado e os hábitos de consumo do presente. De acordo com Barreira (2010), na tentativa de construir uma relação harmônica entre passado, presente e futuro, investimentos comerciais e culturais vêm associando estratégias múltiplas, visando dinamizar antigos usos do espaço, associando-os a formas contemporâneas de consumo. Assim a reforma de centros históricos, busca unir os interesses comerciais aos turísticos.

As novas formas de comércio foram gradativamente levando os edifícios de mercados públicos ao desuso. Pintaudi (2006) aponta que para se manter enquanto um lugar de intercâmbio de produtos, os mercados públicos dependiam das mercadorias e da necessidade, de estas, serem trocadas constantemente. Para que se constitua o comércio em si, é preciso que haja um encontro de fluxos, de bens materiais, mercadorias, homens e de ideias em um determinado espaço, este espaço recebe o nome de mercado (ALVES; FILHO, 2011).

A importância dos mercados públicos na reprodução do espaço urbano e do capital, é revelada pela necessidade de dar a esses espaços uma nova roupagem que os adeque ao consumo contemporâneo de alimentos. Há uma tendência de se transformar os velhos mercados, antes designados para o abastecimento de gêneros alimentícios, em espaços gourmet, oferecendo produtos e comida pronta, transformando-os em atrativos turísticos e points de alimentação (FREIRE, 2018).

Os mercados sempre foram pólos abastecedores de gêneros alimentícios por natureza, e a atual transformação desses espaços busca manter o hábito da procura por alimentos, mas de uma outra forma, o que pode acabar elitizando os espaços. De modo geral, os mercados são espaços próprios ao consumo, e esse consumo se adapta às transformações e necessidades das cidades. Nora (1993) percebe, nos estudos sobre o passado, o anseio de igualar a história que nós reconstruímos, com a que vivemos. Assim, o restauro de um patrimônio edificado ou a requalificação de um espaço, planeja reviver a história que se tinha antes, igualando passado e presente, numa busca por aquilo que não existe mais. Igualar as histórias vividas e reconstruídas seria insistir na permanência dos antigos comerciantes, pois são elos

do passado eles servem de vestígio do que um dia foram os hábitos do mercado, bem como, funcionam como testemunhas das mudanças desses hábitos de consumo.

Xavier (2016) menciona que após a revitalização do mercado público de Pelotas este passa a ser mais frequentado como forma de lazer e entretenimento, sendo cada vez mais utilizado como local de sociabilidade. Com o mercado público de Jaguarão não é diferente sobre esse aspecto, após sua requalificação ocorre a ressignificação do seu espaço social, passando de um lugar perigoso e degradado para um polo de lazer na cidade. O mercado não retomou as suas funções de antigamente, transformou-se em um espaço onde ocorrem outras formas de sociabilidade e entretenimento, passando a ser frequentado principalmente à noite, tendo em vista que os bares e a pizzaria que lá se encontram, possuem funcionamento apenas noturno.

Intervenções realizadas em cidades contemporâneas buscam dinamizar a utilização dos locais públicos, tendo por base investimentos que se associam ao comércio e ao lazer. Assim, espaços públicos tornam-se alvo de projetos que tem por objetivo “recuperar” áreas degradadas, dando a elas outras alternativas de utilização (BARREIRA, 2010). A ideia de transformar o mercado público de Jaguarão em espaço gastronômico, que servisse principalmente aos turistas, não se consolidou com a ocupação dos espaços destinados a restaurante e bar. A proposta dos proprietários dos bares e restaurantes é voltada ao lazer noturno e não a necessidade funcional de servir almoço, por exemplo. Os turistas que passarem pelo mercado durante o dia, provavelmente irão se deparar com um espaço praticamente vazio tendo espaço apenas para o consumo do artesanato, mas não de alimentos, pois é algo que só será encontrado à noite.

O mercado público funciona como um condomínio, e possui uma síndica, qualquer evento que um dos comerciantes queira fazer nas dependências do mercado, precisa passar pela reunião com os permissionários, para que todos concordem e o evento possa acontecer, porém se o evento for realizado pela Prefeitura Municipal, os permissionários não podem se opor. As formas de habitar o espaço público encontram regras restritivas, como no caso da proibição de uso de patins, skate e bicicleta nas dependências do mercado, algo que a síndica se orgulha de ter conseguido:

[...] o mercado público não tinha estatuto, é estatuto decreto, que não podia proibir skate e bicicleta, a gente conseguiu, eu fiz reunião quarta feira e o decreto tá aí, que a gente não tem autonomia se não tem um decreto municipal, de proibir as pessoas de correr de bicicleta de estar dentro do mercado com uma bike fazendo pega, né, é um ambiente cultural, tu quer vir pra cá tomar mate, quer fazer uma peça de teatro, quer fazer uma pintura quer fazer uma troca, o mercado está aberto, cultura, mas não para vândalos que quebram tudo, graças a Deus que foi resolvido, amém, essa sou eu, eu sou muito transparente, muito tranquila, [...] (Mônica Braga - Diário de campo, outubro de 2021)

De acordo com Alves e Filho (2011), as transformações nos mercados públicos são parte de um processo natural que ocorre de maneira articulada e simultânea às transformações da sociedade, que aparece com novos valores e demandas a cada momento histórico. O período de pandemia é um desses momentos históricos que criam novos valores e demandas. Sendo assim, durante o ano de 2021, com a flexibilização das regras impostas pela pandemia, os espaços de bares e restaurantes começaram a funcionar.

Primeiramente a pizzaria Taki migra de outro ponto na cidade para dentro do mercado público, mas esta não investe em música ao vivo, ficando só na comercialização de comida e bebida e servindo como um local de lazer principalmente para famílias, como já vinha acontecendo ao longo da sua história. Logo em seguida foi aberto o Don Taco Bar, ilustrado na imagem 29, intitulado pelos proprietários como “O bar mais charmoso da cidade” na página da rede social, e que serve a um público majoritariamente jovem.



Imagem 29: Don Taco Bar
Fonte: Instagram Don Taco, 2022.

Com a chegada deste bar, a música volta a acontecer no mercado, como já havia acontecido em janeiro e fevereiro de 2020, com o Biroška e a Seresta. Ainda

com algumas restrições de público e horário, o Don Taco investe na apresentação de bandas e artistas locais e da região, tornando um belo atrativo em um momento ainda de distanciamento social. Música, comida, bebida e amigos, o mercado definitivamente torna-se um espaço de entretenimento e lazer. A “vocação” do mercado é então questionada por munícipes, que preferiam que lá fosse local para outro tipo de sociabilidade, com a venda de produtos da zona rural do município.

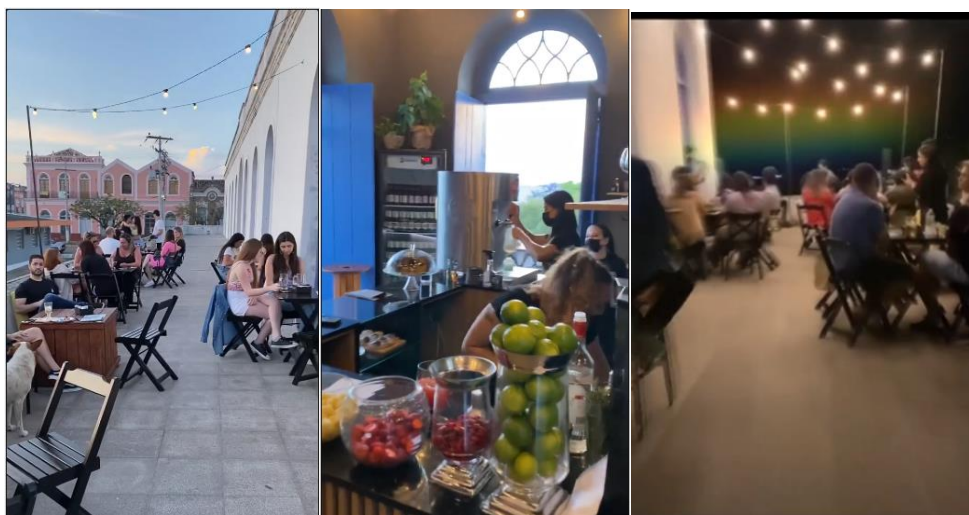
Fala-se em “vocação” como se qualquer outra forma de uso fosse errada, mas para além de um lugar de consumo o mercado público é um espaço de convivência e sociabilidade. Portanto acredito que se o consumo do lugar propicia as relações sociais, não se está indo contra a “vocação” do mercado, se está transformando os usos mas mantendo a essência do mercado como um lugar de trocas. Mercados públicos conforme Servilha e Doula (2009), adquiriram tanta importância que esta ultrapassa sua função comercial, tornando-se em muitas sociedades, “um entreposto de trocas culturais e aprendizado”, onde as pessoas vindas de várias localidades se reuniam constituindo assim relações de sociabilidade.

Quando o Don Taco abriu suas portas no mercado, em meados de 2021, ainda estávamos em uma situação muito complicada com a pandemia. Não era fácil para os proprietários se adequarem a novas regras todos os dias, assim como as críticas por estarem promovendo eventos com música ao vivo. Porém, esta tornou-se uma forma de lazer disputada na cidade já que era necessário realizar reservas e na maioria das vezes esgotavam rapidamente. Alves e Filho (2011) contam sobre as intervenções realizadas no mercado público de Uberlândia (MG), dentre estas destacam-se atividades que destoam das comerciais, mas que servem para o aumento da sociabilidade do espaço, como por exemplo happy hour com artistas locais, exhibições de filmes, dentre outros eventos além de espaços destinados a uma galeria de arte a um teatro de bolso. Esses usos não típicos do mercado refletem as formas de habitar através do consumo do espaço.

Em outubro de 2021 inaugura o Zero Oito Café Pub, imagens 30, 31, 32, no mercado público, um espaço diferente dos já tradicionais barzinhos da cidade, pois tinha a proposta de um horário compatível a um *happy hour*, algo que até então não fazia parte dos hábitos dos jaguarenses:

Somos um Café Pub e estamos localizados no Mercado Público de Jaguarão. Se você, assim como nós, é um amante de arte, café, música boa, pratos diferentes e um bom chope, fica esperto pq em breve estaremos abertos para te receber. Um local

completamente diferente com uma vista privilegiada para a orla do nosso querido Rio Jaguarão. Faz o seguinte, segue a nossa página aqui no Insta e acompanha os bastidores dos últimos preparativos pra inauguração. Aproveita e já marca aquela pessoa que você gosta muito e que vai dividir com você um chopp ou um café nesse terraço maravilhoso. (Extraído do instagram Zero Oito Pub, outubro de 2021).



Imagens 30, 31, 32: Zero Oito
Fonte: Instagram Zero Oito Pub, 2021.

O bar Zero Oito possui um espaço interno bem menor que os outros dois espaços destinados para a gastronomia, onde ficam a Taki e o Don Taco, por isso aproveita bastante a área externa, dispondo mesas e cadeiras no espaço entre o muro e prédio, que se assemelha a um terraço, especialmente quando há música ao vivo nos finais de semana. Marcelo Teixeira, proprietário do Zero Oito conta um pouco sobre o bar:

Eu e minha esposa sempre quisemos ter um café pub, assim que surgiu a oportunidade abrimos, funciona como café e como pub, aos finais de semana com música ao vivo, surgiu a oportunidade com um valor de aluguel bom, por isso fomos pra lá, foi outubro de 21 (Diário de campo – Marcelo Teixeira, março de 2022)

Marcelo conta que logo após a Feira do Livro no mercado, ele juntamente com os proprietários do Don Taco, tiveram a ideia de promover eventos musicais todos os finais de semana no pátio do mercado. E foi o que fizeram, como pode ser observado nas imagens 33 e 34, foi essa parceria entre os bares, que transformou o mercado em um espaço de vivência noturna. Mas segundo Marcelo não é nada fácil conseguir autorização para realizar eventos no mercado, apesar de a aceitação do público ter sido boa, o Corpo de Bombeiros passou a proibir os eventos, pois precisariam de um Plano de Prevenção Contra Incêndio (PPCI) especial para isso:

Depois da feira do livro tivemos a ideia de fazer todos finais de semana no pátio do mercado, pois assim dividimos os custos de banda e som, porém nos proibiram de fazer nesse formato. Como é um condomínio, qualquer evento que você queira fazer tem que passar por reunião e também pedir autorização na prefeitura e bombeiros. Se não fizer o PPCI temporário não pode realizar nada que caracterize festa, caso faça o PPCI daí pode. (Diário de campo – Marcelo Teixeira, março de 2022)



Imagem 33: Primeiro Sunset no mercado público
Fonte: Dj Atila Produções, 2021



Imagem 34: Sunset Zero Oito e Don Taco
Fonte: Instagram Zero Oito Pub, 2022.

Na primeira imagem o primeiro Sunset realizado no mercado que contou com a parceria entre os bares, esse evento ocupou toda a área lateral externa do mercado, na segunda imagem o Sunset realizado no pátio do mercado, onde os bares distribuíram suas mesas por todo o pátio e colocaram um palco central. Já que trabalham no mesmo ramo, com a promoção de música ao vivo, ambos os bares podiam disputar a preferência do público, mas ao invés disso, eles faziam uma

parceria para movimentar o mercado. Porém essa parceria gera conflito através da realização de um evento no espaço público onde as pessoas precisam de uma pulseira para entrar. Mas se o mercado e público não deveria ter essa restrição, tem que estar disponível ao público o tempo todo, não é porque não vou participar do evento e não tenho pulseira que não posso adentrar o mercado. Os lugares públicos necessitam da articulação de diferentes grupos com o intuito de criar variadas formas de expressão e formas de habitar, construindo assim uma cidade plural (GARCIA, 2018).

A vida noturna do mercado público esbarra na burocracia e nas regras impostas pela pandemia, já que em determinada ocasião eram realizados eventos na área externa, ou seja fora das bancas. Porém o decreto municipal previa que eventos musicais só poderiam ocorrer em espaços fechados e com capacidade de público reduzida. Além disso, outro complicador para a aceitação da vida noturna do mercado é a “vocação” do espaço, como ficou exposto na opinião do senhor Matté sobre esses novos usos, segundo ele o mercado não é mais um mercado pois não possui a venda de produtos da campanha¹³:

[...] o ruim é que “tão” fazendo atividade que não é pra ser, duvido que tenha convidado o pessoal da campanha pra tá ali duvido, se convidasse pelo menos uma vez por semana, que tem agora esse produto sem agrotóxico [...] não sei como que os vizinhos aguentam aquela bagunça ali (Diário de campo – Matté, 2022).

Outros interlocutores de pesquisa com quem conversei, como as artesãs da Casa EcoSol, opinam sobre os “novos usos” do mercado para elas faltava algo para as pessoas mais velhas, pois estes eventos serviam apenas a um público jovem:

Sabe o que eu acho dos bares, por exemplo, se tivesse uma coisa que abrisse a tarde assim, que é isso os turistas que vem né, uma coisa assim que a tardinha pudesse ter um happy hour, uma música boa, uma coisa né, porque termina que fica coisa só assim pra juventude, o que eu digo é assim não tem aquele espaço de convívio, o que é aquele pátio né, maravilhoso no verão tu tá ali naquele pátio. [...] (Diário de campo – Roseli, novembro de 2021)

O mercado público não possui apenas papel nas atividades econômicas, mas sobretudo na vida social, já que segundo Alves e Filho (2011), o varejo e as atividades sociais adotam uma condição de simbiose. Assim, os bares ao mesmo tempo em que

¹³ “O campo, em oposição à cidade. // A região compreendida pelas planícies onduladas do pampa, incluindo parte da Argentina, todo o Uruguai e a metade sul do Rio Grande do Sul. // A metade sul do Rio Grande do Sul, em cujos campos se desenvolveu a exploração extensiva da pecuária e onde predominam, ainda, as atividades pastoris”. CAMPANHA In: Dicionário da Cultura Pampeana Sul-Rio-Grandense. Pelotas : Fructos do Paiz, 2019. Schlee, Aldyr Garcia.

comercializam produtos, também fomentam atividades sociais e de lazer nas dependências do mercado público. Porém Marcelo Teixeira argumenta que o fluxo de pessoas é bem baixo, pois as pessoas não possuem o hábito de ir ao mercado ou mesmo de participar destas atividades que vêm sendo desenvolvidas no mesmo. Além disso, por conta das limitações da pandemia há insegurança o tempo todo sobre as novas decisões do município:

Baixo fluxo de pessoas, galera em Jaguarão não tem cultura de ir pro mercado, prefere outras regiões da cidade como rio e praças, [...] você fica à mercê de decisões estatais, muitas vezes isso até te impossibilita de trabalhar da maneira que você gostaria [...] instabilidade, pois você nunca sabe que decisão será tomada por parte das autoridades (Diário de campo – Marcelo Teixeira, março de 2022)

Sobre essa falta de hábito dos jaguarenses Fonseca e Rodrigues (2021) relatam que há uma preocupação do governo local principalmente com grandes eventos turísticos, que estão concentrados nos dois primeiros meses do ano, caso do Carnaval e da Motofest, mas apesar disso, agentes culturais locais tentam viabilizar o acesso a determinadas atividades durante o ano, porém o público não está acostumado a atividades culturais fora do período dos grandes eventos, o que inviabiliza a realização de outras atividades culturais. As autoras observam que há pouco comprometimento por parte do governo local, em fomentar e incentivar a população a participar de tais atividades. Nesse sentido:

Falta de hábito

Muita coisa acontecendo,
E ainda nem é a metade
Do que um dia se projetou

Faltou ensinar as pessoas,
A usar a sua rua
O cidadão não tem o costume,
De ocupar a cidade que é sua

Se não ocupa a cidade
Que dirá um mercado público

Ainda mais se o mercado é murado,
Tem quem ache que não foi convidado

(Diário de Campo, 6 de junho de 2022).

Analisando as imagens dos eventos realizados pelo Don Taco e pelo Zero Oito em parceria, é possível perceber que nesses dias de show o mercado fica cheio de gente de todas as partes da cidade. Há um grande número de mesas expostas, palco, luzes, um forte investimento por parte dos empresários, e um grande público

prestigiando, algo que não acontece com tanta frequência pois segundo Marcelo o fluxo de pessoas é baixo, ou seja, se não tiver show o mercado mantém seu vazio. Pelas imagens e antes de falar com Marcelo, a impressão que tive foi de que o mercado estava no ápice da vida noturna, porém após os relatos percebi que as pessoas na cidade realmente não possuem o hábito de ocupar os espaços.

Sendo assim, para preencher o vazio do mercado seria necessário que a Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Cultura e Turismo, investisse em atividades culturais, impulsionando a criação desse hábito na população jaguareense. Acredito que falte a figura de um produtor cultural que faça a gestão de atividades culturais fomentando eventos no mercado tanto de dia quanto de noite para ocupar o espaço, tendo em vista que este só se torna atrativo quando há eventos. De acordo com Garcia (2018), quanto mais eventos musicais acontecem no mercado, sejam internos ou externos, durante o dia ou à noite, maior é o fluxo de frequentadores.

Garcia (2018) deixa claro que na cidade de Pelotas, o mercado público conta com um gestor que coordena as atividades culturais nas dependências do prédio, questiono porque em Jaguarão, que conta com um curso universitário de Produção e Política Cultural, não há cargo para este profissional na gestão municipal. No mercado pelotense também há eventos como a “Sexta Black” e o “Samba do Mercado”, ambos os eventos constituem-se em movimentos reivindicatórios de direito a ocupar o espaço, nesse sentido fico sem compreender o porquê de terem proibido os eventos no porte dos que os empresários dos bares estavam realizando? Talvez a capacidade de público permitida para o mercado seja extrapolada com esses eventos realizados pelos permissionários dos bares, mas também não seria com a Feira do Livro e com a Noite da Seresta, ambos realizados pela Prefeitura Municipal? Qual seria então a justificativa para tal proibição, se outros modelos de eventos podem acontecer no mercado, como mais recentemente tem ocorrido as feiras e o Passeio Cultural no mercado. Acredito que falta a população compreender que precisa reivindicar o direito a ocupar o mercado.

4.3. Território em disputa, a feira no mercado

Para Ingold (2012), as coisas se movem por estarem vivas, e estão vivas porque não as reduziram em objeto. Por algum tempo o mercado público parecia vazio, pois romperam com seus fluxos vitais, quando retiraram tudo de seu interior para que este fosse restaurado, porém nos últimos meses tem voltado a ser constituído pelas pessoas que estão lhe dando forma, pois são esses processos de dar forma que moldam os fluxos vitais das coisas.

Para requalificar um prédio, não se deve pensar nele de maneira isolada, diversas áreas devem estar em sintonia. A vida simbólica, deve ser combinada com as transformações e interferências na vida social (VELHO, 2011). Isso me faz pensar nas disputas na ocupação da cidade histórica, bem como do mercado público, que na intenção de transformar, de desenvolver o espaço, coloca o simbólico, o tradicional, em alguns casos, como contrários ao desenvolvimento.

Romano (2004), argumenta que os edifícios não são apenas aquilo que é físico, visível, mas principalmente aquilo que transmitem à sociedade. Seu valor simbólico não se encontra apenas na relação entre um edifício e outros edifícios, mas na relação entre o edifício e quem o habita. Os mercados públicos colaboram para a vitalidade no âmbito social e urbano, a variedade de frequentadores e atividades produzidas nesses lugares contribuem para o movimento em seus arredores (LOPES; VASCONCELOS, 2010).

Uma peculiaridade que pode ser observada no mercado público de Jaguarão, é a presença de um muro que circunda a edificação, fato que antes me parecia tão comum e familiar, me causou estranheza quando acessei as definições trazidas por Agier (2015) em *“O mundo como problema”*, assim, passei a refletir sobre o “problema” do muro. O muro do mercado público, que a priori é material, traça uma fronteira entre quem pode estar dentro, e quem deve permanecer do lado de fora. A respeito da edificação de muros, Agier (2015) observa que estes estão ligados a uma violência durável, sinalizando e sendo instrumento de uma guerra territorial ou colonial, ou ainda uma guerra de conquista. Como um instrumento de conquista, o muro segue uma estratégia militar de campo, onde o argumento da proteção não revela o real motivo de seu avanço. Assim, passei a questionar qual a função do muro do mercado: se trata de uma estratégia militar que sinaliza a proteção frente a um território de disputa entre dois países, Brasil e Uruguay? É influenciado pela origem do município a partir

de um acampamento militar? Traz proteção ou impõe autoridade? Distingue quem deve estar do lado de dentro ou do lado de fora?

Para compreender o mundo é preciso levar em conta, ao mesmo tempo, a realidade da circulação mundial e a existência de uma narrativa de proteção territorial e autóctone, está última por sua vez, torna-se a principal justificativa para a edificação de muros e a estigmatização dos outros como problema, até que estes sejam expulsos (AGIER, 2015). O mito da segurança e da proteção, transforma a fronteira num território de constante conflito, que distingue quem pode e quem não pode adentrar no território. Processos de exclusão, sempre me remetem aos *“Direitos dos mais e menos humanos”* de Fonseca e Cardarello (1999), neste texto em que as autoras tratam sobre os direitos humanos, elas relatam a maneira como um grupo é priorizado em detrimento de outros, através de critérios particulares que determinam quem é “mais” e quem é “menos” humano.

Nesse sentido, vou um pouco além dos muros do mercado para observar o caso da antiga usina termelétrica, localizada próximo ao mercado e que, como já mencionado, seria demolida, de acordo com as diretrizes do projeto de restauro do mercado público (Brasil Arquitetura, 2010). Questiono, porque o mercado público, utilizado por pessoas comuns, entra em um território de conflito para que seja preservado, enquanto que a usina, utilizada pela própria Prefeitura, deve ser demolida? Porque não problematizam a preservação desta usina, descaracterizada e subutilizada ao longo de anos, e ao invés disso cogitaram sua demolição? Como destacado por Fonseca e Cardarello (1999), um grupo é priorizado em detrimento de outro, assim, como é a Prefeitura quem utiliza o prédio da usina, esta talvez nunca apareça no radar da preservação patrimonial, já os antigos comerciantes, nesse caso, talvez, os “menos humanos”, foram expulsos para o lado de fora do muro do mercado.

Fronteira é conflito, o patrimônio é conflito, o mercado público é conflito, afinal, quem designa os que podem estar do lado de dentro dos muros, e quem deve permanecer do lado de fora? Em outros mercados públicos, não é comum a presença de muros, visíveis, circundando os edifícios, talvez por essa característica o mercado de Jaguarão era visto como um forte, na narrativa oficial, como um lugar de poder, apto a desenhar uma linha imaginária entre quem está fora e quem está dentro. Neste caso o muro corporifica o poder do Estado e a influência das elites na ocupação desse

espaço. Essa problemática sobre quem pode estar dentro dos muros surgiu, ao observar a feira que vem sendo realizada no mercado público.

Em uma audiência pública do dia 27 de junho de 2019 (TV Câmara), são expostos os erros do projeto de restauro do mercado, dentre eles, a falta de espaço no mercado público para a agricultura familiar e o produto local. O então secretário do planejamento e urbanismo, Rubens Klein critica a transformação dos usos típicos do mercado, com a supressão das bancas de hortifrutigranjeiros, peixe e etc., para tornar-se um local de encontros e sociabilidade, "Antes eram vinte e uma banquinhas para uma população de poder aquisitivo menor, para tornar-se oito banquinhas para uma população de poder aquisitivo maior, infelizmente" (Klein, 2019).

Desta forma, uma solução pensada pela atual gestão municipal, foi realizar uma Feira da Agricultura Familiar no mercado, um espaço que não serve apenas a produtores rurais comercializarem o que produzem em suas propriedades, mas também para o artesão e para empreendedores de outras áreas terem um espaço no mercado. Esta feira, passa a acontecer em um momento de dificuldades econômicas, geradas pelo esvaziamento das cidades em decorrência da pandemia de Covid-19. Foi uma maneira pensada para desenvolver a economia local, através da venda do que é produzido no município.

Contudo, inicialmente esta feira foi realizada do lado de fora do muro e era denominada "Feira da Agricultura Familiar", em postagem realizada na página oficial da Prefeitura (facebook) no dia 14 de dezembro de 2020, a Associação dos Pequenos Produtores de leite de Jaguarão – Jaguarleite, apresentou a Prefeitura uma proposta para a realização de feiras. Um dos locais solicitados pela associação, foi o largo do mercado público, no dia 22 de janeiro de 2021, aconteceu a primeira edição em frente ao mercado público, imagem 35. Apesar de a proposta solicitar o largo do mercado, a divulgação indicava que ela seria no mercado, o que sugeriu que seria do lado de dentro (no pátio), mas a referida feira foi realizada na rua defrente. Em alguns comentários percebi o descontentamento e a indignação de algumas pessoas, já que tínhamos o mercado praticamente vazio, porque a feira não estava do lado de dentro? Há outras divulgações posteriores, que corrigem a localização, indicando que será na rua em frente ao mercado.



Imagem 35: Anúncio primeira feira no mercado.
 Fonte facebook Prefeitura Municipal de Jaguarão, 2021

Como é possível observar nas imagens 36 e 37, da primeira feira sendo realizada em frente ao mercado público, as mercadorias sendo expostas no chão mostram que havia pouca estrutura, nas edições da feira do lado de fora do mercado. Houveram poucas edições da feira neste formato, sendo realizada pela Associação Jaguarleite, a última, pelo que pude observar, foi no dia 28 de maio de 2021.



Imagens 36, 37: Feira realizada na rua defronte ao mercado.
 Fonte: facebook Prefeitura Municipal de Jaguarão, 2021.

Em nova postagem na página oficial da Prefeitura, referente a feira no mercado, era divulgada a realização da “Feira **Municipal** da Agricultura Familiar de **Jaguarão**”, imagens 38, 39 e 40, no dia 26 de junho de 2021 na área interna, desta vez, sob organização da própria Prefeitura. As palavras que destaquei, “municipal” e “Jaguarão”, me pareceram, naquele momento, uma permissão para que a feira pudesse adentrar no mercado, pois agora ela era oficial. Mais uma vez recordo Agier (2015) sobre a “proteção” que os muros trazem, já que agora que a feira é municipal ela carece de ser protegida, transferindo-se para o lado de dentro. Ao mesmo tempo, questiono novamente o que Fonseca e Cardarello (1999), trazem sobre quem tem

mais e quem tem menos direitos, quem é “mais” e quem é “menos” humano? Os muros, que geram conflito e autorizam quem pode estar do lado de dentro, e quem deve permanecer do lado de fora, tornaram-se muito evidentes nesse momento. Percebo que ao passar de “Feira da Agricultura Familiar” para “Feira Municipal da Agricultura Familiar”, esta passou de fora para dentro, de excluída para inexpulsável, o termo “municipal” tornou a feira legitimamente aceita do lado de dentro do muro.



Imagem 38: Anúncio da primeira feira realizada no pátio do mercado.
Fonte facebook Prefeitura municipal de Jaguarão, 2021.



Imagens 39 e 40: Primeira feira sendo realizada no pátio do mercado.
Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguarão, 2021.

Esta situação, envolvendo a feira estar do lado de dentro ou do lado de fora dos muros do mercado, me fez questionar o seu vazio, com isso fui até o mercado um dia antes da realização da feira no pátio, próximo às 11 horas da manhã e sabendo que no dia seguinte o mercado estaria povoado pela feira da agricultura familiar, minha ida ao mercado neste horário era para constatar que pela manhã em dias “normais” ele permanece vazio. Notei que além do vazio, as correntes e cadeados estavam nos portões, porém não vejo sentido em cerrar estes portões se foi aberta a parte traseira do prédio, com a retirada de um muro, o que permite o acesso ao pátio mesmo que os portões estejam fechados. Não pude ir pessoalmente à feira, mas recolhi dados na

página da Prefeitura, juntamente com o discurso oficial sobre a feira e o mercado. Além disso coletar outras informações sobre a feira antes dela estar no mercado (dentro), o que me deu inspiração para escrever este verso:

A feira

“Fizeram feira no mercado,
Mas ela estava do lado de fora, na rua defronte.

Levaram a feira para o pátio do mercado,
Lado de dentro, cercado por muros.

Enquanto que a feira movia o mercado,
Por detrás da porta azul, tudo parado.

Essa feira representa o agora ou o recomeço?
Reivindicando um mercado de agora ou de outro tempo?

O que você faz no mercado?
O que você faz na feira?
Está vivendo o agora ou buscando memórias?”
(Diário de campo em 26 de junho de 2021)

Esse verso me surgiu a partir de uma reflexão sobre quem poderia estar do lado de dentro do muro, e quem poderia estar do lado de dentro da porta azul, já que nas imagens que vi da feira, as pessoas estavam comercializando, em frente as portas azuis, que estavam fechadas, e naquele momento apenas três das oito salas disponíveis estavam em funcionamento. Com exceção do artesanato que estava presente na feira, os outros estabelecimentos estavam fechados, pois não era seu horário de funcionamento, que é noturno. Em uma outra audiência pública realizada em 2021 (TV Câmara), a secretária do desenvolvimento econômico diz: “[...] não existe essa burocracia toda para locar uma sala, qualquer um pode ir até a secretaria do desenvolvimento econômico e, *desde que se encaixe nas normas*, pode alugar uma sala”. Assim, entendo que se há normas quanto ao que pode funcionar no mercado, não é para qualquer pessoa alugar, há um público específico. Como comentam as artesãs da Casa da Economia Solidária:

Olha era urgente que o mercado voltasse, um espaço pra convívio enfim, mas eu acho que está tendo muito mais a vida noturna do que aquela coisa de mercado mesmo que seria as bancas de, atraia o público, atraia o turista, [...] que venda o peixe, que venda a carne [...] a legislação municipal prevê espaço para a economia solidária, só que não era um espaço cedido pela prefeitura né e aí nós não tivemos condições de alugar porque era o mesmo preço de um comércio no geral né, e o espaço era pequeno pra nós, nós teríamos que ter duas salas e aí complicou e nós ficamos fora. (EcoSol – Diário de campo 3 de novembro de 2021)

Agier (2015) cita além dos muros materiais – que possuem uma eficácia midiática mais elevada, do que propriamente sobre a circulação de pessoas que deveriam barrar – os muros virtuais, tecnicamente mais eficazes, que sofisticam o exame e bloqueio automático dos indesejáveis. Nesse sentido percebo um muro invisível aos olhos, mas que da mesma forma, sobre o argumento da proteção, bloqueia os indesejáveis, a partir de uma outorga de permissão de uso onerosa de espaços físicos (Chamamento público, 2020). Esse instrumento burocrático, se baseia no princípio de democratizar o acesso e o uso do espaço público, porém, esse novo modelo de uso, que se diz democrático, não alcança a todos, ao contrário, cria um muro invisível que restringe quem pode estar dentro do mercado, impedindo o acesso dos indesejáveis.

Claramente o espaço não está disponível para todos, mas afirmando ser um “processo democrático”, tal burocracia não seria para barrar, mas para proteger direitos. Claudia Fonseca e Andrea Cardarelli (1999), supõem que o não distanciamento do jogo discursivo sobre os direitos humanos, podem além de não alcançarem seus objetivos, promover novas formas de exclusão. Sendo assim, na tentativa de promover um mercado para todos, democrático, afinal de contas todos agora podem, se assim o desejarem, se candidatar a uma vaga no espaço, cria-se uma nova forma de exclusão, um muro invisível, que através de mecanismos burocráticos, barram a passagem de quem nitidamente não é bem-vindo.

Existem várias maneiras de habitar a cidade, de construí-la, de transformá-la, o fazer cidade deve ser percebido como um processo sem fim (AGIER, 2015). A todo instante as formas de uso do mercado público são alteradas, me fazendo repensar suas dinâmicas e formas de apropriação pelo cidadão, a própria feira não se repete, cada edição é única. De acordo com Velho (1978), é necessário uma distância mínima capaz de garantir ao pesquisador a realização de um trabalho objetivo, atuando com olhar imparcial e evitando envolvimento, assim tenho me distanciado e me aproximado do mercado de acordo com suas modificações, às vezes como cidadina, outras como pesquisadora, procuro me distanciar de minhas convicções na busca pela aproximação e compreensão do uso do espaço.

Agier (2015) menciona que a cidade ideal projetada pelos urbanistas e administradores municipais não é a mesma cidade que é vivida pelas pessoas, segundo ele, é possível desenhar uma cidade múltipla, que parte do ponto de vista

das práticas e relações dos cidadãos assim como o pesquisador observa, e que esta cidade não é menos real que a projetada, mas outra. Segundo ele, se a cidade é um conjunto de “coisas”, como edifícios, relações e etc., devemos compreender que cada cidade possui suas delimitações e caracterizações, assim, vivida ou projetada ela estará sempre em transformação, sua configuração não é eterna nem definitiva.

Atualmente, a realização da feira se dá através de duas secretarias municipais, a de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente e a de Desenvolvimento Rural. No início à Prefeitura, em sua página oficial, realizava uma grande divulgação desta feira. Há um vídeo em que o vice-prefeito, juntamente com os secretários responsáveis pelo evento, falam sobre a realização da feira no mercado público, como sendo uma forma de recuperar a função original daquele espaço, segundo eles a proposta é tentar realizar a feira uma vez ao mês. Assim, fica clara a utilização da feira como um mecanismo, que visa ativar as memórias sobre o mercado, além dos comentários, nas postagens referentes a feira, onde algumas pessoas relatam suas experiências no mercado. Acredito que todo esse esforço em “trazer de volta a vida” (INGOLD, 2012), acaba por, objetificar as memórias, já que é pensado na forma e não em dar forma.

Buscando uma maior compreensão sobre os sentidos da feira municipal da agricultura familiar, busquei pelas pessoas que estavam vendendo nesta feira. Através do whatsapp conversei com alguns expositores. Marcela, que representou a “Chácara das Acácias”, me conta um pouco sobre o empreendimento:

Sou de Jaguarão, mas eu estava fora fazia uns 15 anos e retornei pra morar na chácara dos meus pais, meus pais tem essa chácara, que é a chácara das acácias, há 21 anos e sempre foi um lugar de lazer, e eu voltei com a proposta de fazer daqui o nosso trabalho, poder morar e trabalhar aqui, então a gente foi organizando um pouquinho as estruturas que já tinham, a mãe já tinha um jardim, ela tem um jardim de suculentas, coleções de plantinhas, um viveiro de mudas, a gente foi aumentando a produção para poder compartilhar na feira [...]. A gente estruturou aqui também pra fazer turismo rural, que é algo que a gente fala bastante na feira com as pessoas, a gente recebe uma família por vez, faz piquenique, e isso não se fazia aqui antes né, só com amigos, mas agora a gente oferece esse espaço pra que o pessoal possa passar um dia na natureza, um dia no verde vendo os bichos, curtindo um pouco esse espaço também, a ideia é essa. Então, o nosso empreendimento é bem focado em turismo rural e produção de horta [...]. Na feira o que a gente leva são as mudas, as flores, toda parte do viveiro e do jardim que a mãe tem aqui, e a horta a gente não leva muito pra feira, porque tem bastante gente que leva e porque a gente tem um formato diferente de compartilhar que é entregando em casa, a gente dá prioridade pra esse formato, que é pra que, quem compra, quem consome das nossas hortas, que são zero veneno, zero aditivo né, a gente tem uma produção agroecológica, pra que a pessoa tenha sempre esse produto fresco, em casa.

Marcela também me relata que há um vídeo postado nas redes sociais da Chácara, onde seu sogro tem um momento de memória sobre o mercado:

[...], por parte da família do Diogo, meu marido, o avô dele expunha no mercado público, trazia as hortaliças e colocava lá, quando ainda tinha as bancas de concreto, a gente até fez um videozinho lá na primeira feira, contando sobre isso, o pai do Diogo aparecendo no vídeo contando sobre isso, muito legal, a gente conseguiu fotos dos documentos dele, foi bem legal, [...] (Marcela – diário de campo 21 de setembro de 2021).

No vídeo mencionado, o sogro de Marcela, emocionado, faz relatos do trabalho de seus antepassados, que vendiam nas antigas bancas de concreto no mercado, e foi gravado na primeira feira que volta a ser realizada no pátio do mercado:

“Pra mim, até me sinto hoje com emoção, grande muito grande, de estar nesse local e vendo vocês né Marcela, meu filho né que há tantos anos depois que eu recordar a história do meu avô dos meus tios do meu pai né, que meu avô já oportunizei pra ti a carteira de sócio dele aqui no mercado né, foi um dos pioneiros aqui nas velhas bancas de concreto né produtores de, eram portugueses, produziam vinho e todo tipo de alimentação de hortifrutigranjeiros. Então resgatando a história do meu pai dos meus tios do meu avô, que meu avô eu não tive o prazer de conhecer né, sou muito jovem ainda (risos), mas foram assim, pessoas que nos deixaram esse legado, e acima de tudo de trabalho de honradez e de, sei lá, o que dizer, a emoção é grande nesse momento.” (Transcrição do vídeo postados em Das Acácias facebook, em 28 de junho de 2021)

Assim como ele muitas pessoas frequentam a feira com saudosismo, lembrando de outros tempos, a feira assim, propicia memórias. Ocupar o espaço urbano é um agir político que tem como objetivo reivindicar seu direito à cidade (AGIER, 2015). Assim, como o movimento noturno, que se baseia no hábito dos cidadãos, ocupar o mercado com a feira é uma forma de ter reconhecido seu direito de fazer cidade, de pertencer àquele espaço. A feira municipal, que não havia sido projetada no restauro, coloca o mercado como um espaço de memória, retoma a função original, traz lembranças, desenvolve relações e trocas que se sobressaem ao valor comercial e turístico do bem. Para Cavedon (2004) um mercado não pode ser entendido apenas como um ponto comercial e turístico, existe todo um passado que necessita ser resgatado, buscando a compreensão da cultura organizacional daquele espaço.

Através da feira as pessoas passaram a frequentar o mercado durante o dia, se apropriando de um espaço público que por vezes o cidadão nem imagina que pode frequentar, ou que esteja em funcionamento, assim como me relataram as artesãs da Associação dos Artesãos de Jaguarão, imagem 41, Mônica (presidente) e Vera (vice-presidente), o mercado parece estar sempre fechado, porque as portas dos

restaurantes, que ficam na frente, só abrem a noite. Elas levantam a questão de que quem precisava de vitrine eram elas, já que quem vai comer e beber, come e bebe em qualquer lugar. Quanto às novas funções, elas não têm queixas, mas acham que as lojas mereciam ficar na parte da frente, pois estão muito escondidas. Assim, Mônica destaca a incoerência na disposição das salas para os “novos usos” do mercado, para ela faltou dar mais visibilidade para o artesanato:

É exatamente isso que eu tenho pensado, porquê que a casa do artesão teve que ficar no fundo e os restaurantes virados de frente? Qual a diferença que os restaurantes fossem aqui atrás? Nenhuma, o pessoal que vem pra comer e pra beber, come e bebe em qualquer lugar, não precisa tá na vitrine né, porque eles não vendem quem precisa da vitrine é a gente, qual é a loja que tá de vitrine lá na frente? Nenhuma.” (Mônica – diário de campo 23 de outubro de 2021)

Vera, acrescenta: “[...] fica fechado, parece que não funciona nada aqui [...]” (Vera – diário de campo 23 de outubro de 2021). Elas se referem ao fato de os restaurantes possuírem um funcionamento apenas noturno, estando durante o dia com as portas fechadas, dando a entender, para quem passa pela rua, que o mercado não está funcionando, o que tira por completo a visibilidade do artesanato, que tem sua porta voltada para o pátio, e não possui vitrine para expor os produtos, imagens 42 e 43. Quando questionadas sobre a feira no mercado público, Mônica responde que tem sido maravilhoso, e acrescenta:

[...] essa feira que tá acontecendo aqui uma vez por mês, a feira ela vem só para acrescentar, pra ajudar né, porque todas as artesãs que estão aí vendendo seu produto, o agricultor né que tá lá no meio das fazendinha, lá nas *perdiz* longe, tá vendendo o produtinho dele e vai incentivar o povo jaguarense a consumir os produtos de Jaguarão, porque se tu não tiver apoio municipal, que é o xeque mate da cidade né, porque isso aqui é um mercado municipal, é um cheque mate, se ele não incentivar isso, tu não vende, a não ser pro turista porque o turista procura novidade, eu quero vender para turista, mas eu gosto de vender pro povo jaguarense pra que eles conheçam o trabalho nosso [...] (Mônica – Diário de campo 23 de outubro de 2021)



Imagem 41: Sala da Associação dos artesãos de Jaguarão, no mercado público.
Fonte facebook da associação, 2021



Imagens 42, 43: Produtos da Associação de Artesãos de Jaguarão.
Fonte: facebook da Associação, 2020

Na “Chácara da Imbira” conversei com a agricultora jaguareense Taiane, ela me conta um pouco sobre o que é o empreendimento:

“Empreendimento de Agricultura Familiar que trabalha com agroecológicos, turismo ecopedagógico no espaço rural e economia solidária. Começamos em 2015. Atuamos com economia solidária por acreditar em um comércio mais justo em que se valorize o produto/ produtor local, com cuidado ao meio ambiente e valorização das relações humanas.” (Taiane – Diário de campo 19 de outubro de 2021)

A Chácara da Imbira comercializa seus produtos, expostos nas imagens 44, 45 e 46, diretamente ao consumidor, em feiras, em grupos de consumo responsável e na Casa da Economia Solidária. Eles participam de feiras em vários municípios e mensalmente na feira do mercado, para Taiane “A Feira no Mercado Público é uma grande conquista, nele é onde naturalmente, historicamente é o local de comercializar

o produto local, é onde o turista vai buscar produtos que identifique o município. É pra nós estar em casa.” (Diário de campo 19 de outubro de 2021)



Imagens 44, 35, 36: Chácara da Imbira na Feira do mercado público.
Fonte: facebook Chácara da Imbira, 2021.

O “Sabores do Campo”, foi o único com quem mantive contato apenas pelo facebook, nas imagens 47, 48, e 49 temos a dimensão dos produtos que são produzidos e comercializados pela empresa familiar. A estudante de nutrição Jéssica me respondeu que seu pai sempre foi produtor rural e que, juntamente com sua esposa, criou o grupo sabores do campo:

Ele e sua esposa criaram o grupo sabores do campo, onde eles vendem seus produtos orgânicos e alimentos caseiros, feitos por eles. A venda é feita na feira da agricultura familiar, com o apoio da prefeitura municipal de Jaguarão, meu papel nisso tudo é apoiar e ajudar nas divulgações. Ah! E saborear essas delícias (risos). (Jéssica – Diário de campo 30 de setembro de 2021).



Imagem 47: Produtos da Sabores do Campo.
Fonte: Facebook Sabores do Campo, 2021



Imagens 48 e 49: Banca Sabores do Campo na feira do mercado público
Fonte: Facebook Sabores do Campo, 2021

Conhecer e frequentar o mercado, segundo Cavedon (2004) significa reforçar os laços com a cidade, por isso qualquer intervenção feita nessa cultura organizacional irá repercutir na esfera local. Em um momento difícil de crise econômica, sanitária e política, a feira vem como uma maneira de impulsionar a economia local. Para além de sua arquitetura, um edifício é testemunho das transformações da cidade e da sociedade, transmitindo uma mensagem não verbal que propicia emoções e sentimentos distintos (ROMANO, 2004).

Para Harvey apud Agier (2015) o direito à cidade é um significante vazio que depende de quem lhe atribui sentido. Assim, o fazer cidade dos cidadãos depende do sentido e da matéria desse significante vazio, denominado direito à cidade, deste modo Agier (2015) propõe que a cidade é essencialmente feita de movimento. Lopes e Vasconcelos (2010), destacam que para tornar-se um espaço atraente e cheio de vida é necessário que as pessoas apareçam em horários diferentes ao longo do dia, pois a presença espontânea de pessoas em locais públicos, traz uma sensação de segurança, ao contrário de lugares vazios. Com o funcionamento de bares e restaurantes o mercado público de Jaguarão tem ganhado movimento, porém a circulação maior de pessoas se dá no período noturno, durante o dia há pouca ou nenhuma movimentação, especialmente no período da manhã, já que até o momento nenhuma sala possui funcionamento matutino.

Para Carmo (2009) na contemporaneidade os espaços tendem a serem comprimidos e gradativamente substituídos pelos fluxos eletrônicos, assim há que se levar em conta, que as pessoas já não vão mais a mercados públicos, compram por

aplicativo, frequentam shoppings onde há praça de alimentação, cinema e etc., a tecnologia vem substituindo a presença física, por isso a feira é uma forma de chamar as pessoas a vivenciarem o espaço do mercado. Todas as pessoas, com quem conversei via whatsapp, participam da feira como uma forma de obter maior visibilidade para o seu trabalho, porém, vendem principalmente por encomenda utilizando como ferramenta a rede social. Amanda, da Love Crochê, comercializa seus produtos, imagens 50, 51 e 52, pelas redes sociais:

“Faço peças de crochê com fio de malha. Faço bolsas, carteiras, cestos, capas para bancos, mandalas e outros acessórios. Em 2018 comecei por hobby para desestressar do trabalho, acabei produzindo peças que caíram no gosto das amigas e conhecidas, aí comecei a vender pelo instagram.” (Amanda – diário de campo 27 de setembro de 2021)



Imagens 50, 51, 52: Produtos Love Crochê
Fonte: facebook Love Crochê, 2021

As imagens 53 e 54 mostram a banca da “Love Crochê” na feira realizada no pátio do mercado público, são variados produtos produzidos em fio de malha. Para Amanda, participar da feira é uma maneira de tornar seu trabalho mais visível, pois são outros públicos que transitam pela feira, quando a questiono sobre sua participação na feira do mercado ela responde: “Está sendo ótimo para divulgar o trabalho e também fazer vendas para o público diverso.” (Amanda – diário de campo 27 de setembro de 2021).



Imagens 53 e 54: Banca Love Crochê na feira do mercado público
Fonte: Facebook Love Crochê, 2021

O contato direto entre vendedores, compradores, transeuntes, viajantes, constitui um jogo de trocas, já que essa pressupõe a conversa para que o negócio seja efetivado (LOPES; VASCONCELOS, 2010). Na feira, o próprio produtor do alimento ou artesanato é quem vende seu produto desenvolvendo uma relação de troca e a criação de laços de afeição entre consumidor e produtor. Eles não se veem nem são vistos como feirantes, mas normativamente como expositores na feira.

Para Vedana (2013) a relação com o outro faz refletir sobre a importância da sociabilidade no trabalho dos feirantes, assim como um fazer-se feirante depende de outras relações que o façam conhecer sobre a origem do seu produto, sobre a economia local, os preços em comparação ao supermercado, mas principalmente sobre os vínculos de amizade e interações. Todas essas intenções do fazer-se feirante estão presentes na feira, em qualquer feira, porém na feira do mercado público de Jaguarão, eles não se percebem nem são percebidos como feirantes, mas sim expositores, já que sua atividade principal não é ser feirante, mas produtor rural, artesão, empresário e etc.

Victória da “Confeitaria Pet – Vic Petiscos”, imagens 55 e 56, conta um pouco sobre seu empreendimento e o quanto a feira tem sido importante para alavancar suas vendas:

“O meu empreendimento é uma confeitaria pet, onde eu faço petiscos para cães e gatos, eu faço bolos de aniversário, biscoitos, coxinha, croquete, cupcake, várias coisas, para cães e gatos, totalmente natural e saudável. [...] Ah! Eu acho ótima a feira no mercado público, eu adoro o espaço, eu adoro quando tem feira lá, eu vendo super bem, é na verdade, o dia do mês que eu mais vendo, é lá.” (Victória diário de campo 27 de setembro de 2021).



Imagens 55 e 56: Produtos Vic Petiscos
Fonte: facebook confeitaria pet – vic petiscos, 2021

Amanda acha importante a feira ser realizada no mercado público: “[...] até porque só pessoas daqui vendem, a economia gira bem mais no município” (Amanda – diário de campo 27 de setembro de 2021). Marcela também acredita na importância da feira, mas pondera sobre a continuidade:

Acho bem importante a feira no mercado, acredito que tem vários ajustes pra fazer, como eu já te falei em alguns áudios anteriores, pra que isso se fortaleça né, agora, tenho receios que a feira no mercado, (ah) tipo, não mostre o mercado, não mostre a cultura da cidade, então, talvez ela não se mantenha, não sei, tenho esses receios assim, se não for muito cuidado, cultivado, conversado, as coisas terminam né, [...] (Marcela diário de campo 21 de setembro de 2021)

Os usos atuais do mercado público tem dado a ele movimento, embora esse movimento se dê mais no turno da noite a feira tem, mesmo que apenas uma vez ao mês, dado outro ritmo ao mercado, assim a feira se torna algo que perpassa sua principal função, que é a venda de mercadorias. Para Goularte (2021), as feiras são espaços que determinam representações diferentes sobre suas atividades, o que as torna um local privilegiado para pensar como os habitantes estão se relacionando com a cidade. Eu diria que para essa pesquisa é também como os cidadãos estão se relacionando com o mercado público. Além de ser um termômetro da economia (GOULARTE, 2021), a feira no mercado também propicia as trocas e encontros daqueles que, não necessariamente se conhecem, mas se reconhecem como geradores dos mesmos símbolos, gostos, hábitos de consumo e valores (MAGNANI, 2002).

Como um termômetro da economia podemos perceber na fala de Roseli da Casa da Economia Solidária (Casa EcoSol), com quem estive por algumas horas inserida na feira, que é possível perceber como vai a economia local ao vivenciar uma feira, quando a questiono se vende bem na feira, ela me diz:

“Vende, é hoje tá uma feira meio estranha assim, não tá circulando muita gente, mas vende sim, é bom, eu agora tenho participado só aqui, mas tem uma lá na frente do sindicato, muito boa, mas lá nós...nem a casa vai também, não sei até se a gente...mais adiante até não vai, por enquanto não *“tamo”* indo, eu até já fui, mas depois parei, só venho aqui. Mas lá é uma feira muito boa, porque feira na rua ela boa porque o pessoal vai passando e enxerga né, e aqui tu tem que trabalhar muito a propaganda né, lembrar as pessoas porque é isso, como é só uma vez por mês, as vezes a pessoa até esquece, tem que tá lembrando”

Na sequência, imagens da feira realizada em 30 de outubro, na qual Roseli mencionou ter pouca gente circulando. Nas imagens 57 e 58 a disposição de produtos da banca da Roseli e a disposição de produtos da banca da Casa EcoSol. Já nas imagens 59 e 60, há uma visão geral da feira, onde podemos observar a disposição das bancas, que também ocupam a região central do pátio, sendo cobertas por toldos, e o fluxo de pessoas vendendo e consumindo produtos diversos.



Imagem 57: Banca de produtos da Roseli.
Fonte: autora, 2021



Imagem 58: Banca com produtos da Casa da Economia Solidária.
Fonte: autora, 2021



Imagens 59 e 60: Visão geral da feira de outubro no mercado.
Fonte: autora, 2021

Com a Roseli, tive três formas de diálogo, primeiramente pelo whatsapp, depois quando me inseri na feira junto a banca onde ela expunha e em seguida na Casa da Economia Solidária. Na imagem 61, a porta de entrada da Casa EcoSol, onde já é possível visualizar alguns produtos, imagens 62 e 63. A Casa EcoSol passou a acontecer a partir de um grupo de pessoas que faziam uma feira na praça Alcides Marques e que sabiam da existência de outras experiências de vários lugares. Assim o grupo se reuniu e idealizou o espaço e inauguraram a Casa da Economia Solidária ou EcoSol, como é conhecida, localizada na sala 1 do Círculo Operário de Jaguarão.



Imagem 61: Porta de entrada da Casa EcoSol, no Círculo Operário
Fonte: autora, 2021



Imagem 62: Disposição dos produtos na Casa EcoSol.
Fonte: autora, 2021



Imagem 63: Produtos da Casa EcoSol
Fonte: autora, 2021

Sobre estar participando da feira no mercado público, Roseli me responde, via whatsapp:

“É um espaço público interessante, adequado para a comercialização, interação e convívio, essa é a natureza dos mercados. O artesanato é algo que fala muito do nosso lugar, da cultura local, então participar dessa feira é a possibilidade da troca e interação com as pessoas, não só para comercializar, mas também dialogar, escutar e ocupar esse espaço que é de todos e precisa estar aberto a economia solidária de forma ampla.” (Roseli – Diário de campo 19 de outubro de 2021)

Machado apud Goularte (2017) diz que mercado é informação, o que se vende, como e o quanto se vende diz sobre a cultura de um lugar em determinado tempo. A feira que Roseli se referiu como estranha por estar vazia, certamente estava refletindo o momento pelo qual a cidade estava passando. No início a feira no mercado era uma novidade, todos queriam ir, mesmo que não fosse comprar nada, com o tempo se tornou habitual, e talvez naquele dia, final de mês, não fosse o melhor momento

econômico da cidade. Depois desse dia a feira mudou do último sábado do mês para o segundo, isso se refletiu em como anda a economia local.

A feira que está acontecendo no mercado é pautada na economia local, mas ao mesmo tempo torna-se a tentativa de reviver um passado, há muito já esquecido. Quando as pessoas adentram na feira elas recordam de outros tempos, até mesmo quem não viveu esses tempos, conta do quanto era importante e significativo para a cidade a feira no mercado. Roseli me conta que vivia na campanha e não tinha o hábito de ir ao mercado porque na campanha se tinha de tudo, mas mesmo assim ela lembra de algumas bancas que tinham no mercado: “O mercado, na verdade eu não cheguei a viver isso, mas o mercado antigamente tinha bancas, vendia peixe, tinha banca de hortifrúti, de peixe, [...] não tinha o costume de ir né, de frequentar de comprar, porque na campanha tinha [...]” (Roseli – Diário de campo 3 de novembro de 2021)

A forma gerada depende dos processos vitais, o que exige uma abordagem não de sua materialidade, mas dos caminhos traçados pelos fluxos desses materiais, contudo esses caminhos não são conexões que relacionam uma coisa à outra, mas sim as linhas com as quais as coisas são formadas constantemente (INGOLD, 2012). Nesse sentido, ao falar de emaranhados de coisas, Ingold (2012) refere-se a uma malha. As relações estabelecidas entre pessoas e coisas são malhas que tecem as memórias, as histórias, não é algo dado pronto, mas construído ao longo do tempo. Entregar algo completamente novo, como o mercado reformado, não possui essas relações construídas, mas sim força que elas sejam alcançadas através da forma dada e não do que ali foi vivido. Algumas estratégias são criadas para que a memória não se perca totalmente, durante os processos restaurativos, no caso em estudo, a criação da feira busca “devolver” algo perdido, numa tentativa de entrelaçar novamente as pessoas, as relações, as materialidades e o edifício.

Um mercado público não é um objeto, estático e que está ali apenas para nos servir, mas sim como uma coisa, com alma, vitalidade, fluxos, fios que se entrelaçam através das relações desenvolvidas, entre todos os seres que transbordam suas vivências nesse ambiente, que mesmo quando vazio de gente, ainda é povoado por outros seres e por memórias de quem transita por lá. Um prédio, não em sua estrutura material, mas em sua condição real – suscetível ao clima, ao vai e vem de quem o

habita, sejam humanos ou não – é uma reunião de vidas, de fluxos vitais que constituem os processos de sua formação ou de sua coisificação. Habitar, ou experimentar esse prédio, é unir-se ao seu processo de formação (INGOLD, 2012).

Seguindo o que Ingold (2012) explica, cada pessoa, com suas vivências e memórias tece um fio pelo mundo, ao entrelaçar esses fios, estaremos definindo o que é a coisa, esta concebida enquanto um nó, onde os fios que a constituem deixam trilhas, que são enlaçadas por outros fios, em outros nós (INGOLD, 2012). Atualmente a tentativa de retomar algo perdido no tempo, ou de entrelaçar esses fios da memória, tem sido a realização desta feira.

A feira no mercado possui além de uma importância para o desenvolvimento econômico da cidade e do mercado público, uma importância simbólica (GOULARTE, 2017), baseada nas vivências e na familiaridade com o espaço que se ancora na memória sobre os antigos usos e as antigas feiras no mercado. Para Roseli a feira no mercado é “importantíssima, no momento é o que está sendo ofertado, a feira só né, mas que é uma feira que tá agregando um pouco de tudo lá, tem o peixe, os agricultores.” (Roseli – Diário de campo 3 de novembro de 2021)

Em janeiro de 2022, anunciaram na página da prefeitura que a feira seria debaixo das sombras das figueiras, achei que deveria conferir o resultado dessa troca, então fui a feira observar:

Notei pouca movimentação, até mesmo de expositores na feira, pois haviam várias bancas vazias. Com a troca de lugar o mercado volta a ficar vazio, algo que a feira evitava de acontecer ao menos uma vez ao mês. Mesmo que tenha sido bem intencionado aproveitar as sombras das árvores, não foi um local muito apropriado, além do solo irregular, o que é ruim tanto para expositores que passarão horas por ali, quanto para os consumidores que trilharão por um caminho íngreme e cheio de pedras. Estava tão sem energia aquela feira que até me esqueci de fotografar. Não encontrei nessa feira os interlocutores com quem conversei pelo whatsapp. (extraído do diário de campo 8 de janeiro de 2022)

As bancas disputavam espaço no solo com as raízes das árvores e as pedras da praça, os expositores pareciam pouco à vontade por ali. Com a mudança de lugar muda também a dinâmica da feira, agora que o público já havia se habituado a ir na feira do mercado, mudam a semana do mês, era a última passou a ser a segunda, e mudam também o lugar de dentro para fora, era no pátio agora e debaixo das figueiras. Parece pouca coisa, mas essa é uma mudança que implica inclusive na minha pesquisa, já que agora a feira volta a estar do lado de fora dos muros. Essa mudança foi temporária, na edição seguinte a feira voltou para o pátio do mercado.

Do lado de fora, notei que toda a atmosfera da feira que eu havia sentido com ela dentro do mercado, já não era mais a mesma, a feira parece vir perdendo força, podendo inclusive parar de acontecer. Como conta Marcela “Das Acácias” sobre a necessidade de organizar a feira para que nada se perca:

[...] acho que hoje o ponto é ouvir a galera, ver o que é que pode melhorar, ver o que é que pode ajustar, que rumo tomar, pra que se fortaleça né, então acho que a feira tá sendo um pontapé maravilhoso assim nessa história, é bem importante pra cidade sim, né ajustes, no meu ponto de vista, assim como já teve da primeira feira pra segunda, vários ajustes né, da segunda pra terceira, vários outros ajustes, identificações, a gente teve que ir lá fazer um cadastro, isso foi tudo muito bom, isso organiza, é muito importante e não pode parar, não pode parar pra que não se perca, meu receio é perder essa essência de mercado público, cultura, contar a história da cidade, de ter pessoas da cidade lá contando as suas histórias, meu receio é esse, que vire um, grande local de propaganda, de banners, de encontros né, pra conversar outras coisas que não sejam a feira, a cultura, a história, mas só o tempo vai saber né, se a gente souber conduzir direitinho, acho que vai ser maravilhoso, [...] (diário de campo, 21 de setembro de 2021)

O mercado público é um espaço onde práticas coletivas e individuais acontecem, não apenas de relações comerciais, mas de outras relações que proporcionam trocas de experiências. A feira no mercado proporciona todas essas trocas. Muito ou pouco movimentada, mensal ou ocasionalmente como um evento, dentro ou fora do mercado, a feira tem moldado novos ritmos ao mercado, deixando que o cidadão se perceba como um fazedor daquele espaço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado público de Jaguarão atualmente desempenha uma função que se distancia das formas tidas como tradicionais de mercados, para além do consumo de mercadorias o que impera agora é o consumo do lugar. Propostas de “novos usos” como esta são cada vez mais comuns e geralmente culminam na remoção de antigos usuários, como foi o caso da retirada dos antigos comerciantes, que trabalharam no mercado por 20, 30, 40 anos. O projeto de restauro do mercado previa uma “nova” função, dando prioridade para sua estrutura física, tanto que não previa a volta dos antigos permissionários, não levando em conta a importância simbólica desses personagens, para a existência e permanência do lugar.

Servilha e Doula (2009) argumentam que os mercados públicos possuem importância social como espaço físico e como instituição, para a vida em sociedade. Locais onde relações e laços sociais são construídos e intercambiados, bem como manifestações e valores culturais desfeitos, metamorfoseados ou consolidados. Deste modo os mercados são relevantes, assim como as feiras, pois são espaços utilizados pelo homem para o jogo de trocas, que vai muito além das trocas econômicas.

Talvez uma característica “tradicional” de mercados públicos, que tenha retornado ao mercado de Jaguarão nesta nova roupagem, esteja sendo a Feira da Agricultura Familiar, é através desta feira que se comercializam produtos produzidos na cidade, tanto na zona rural quanto urbana, fazendo ainda com o mercado retome, em parte, sua função enquanto um distribuidor de produtos alimentícios. Esta feira tem demonstrado força principalmente para a comercialização do saber fazer local, com a venda de alimentos prontos, in natura e do artesanato local, com isso criou-se outra feira com foco especialmente no artesanato, uma idealização da Associação dos Artesãos de Jaguarão, que foi a primeira locatária de uma sala no mercado.

O principal objetivo com a restauração do mercado de Jaguarão era transformá-lo em um local de consumo para turistas, para Garcia (2018) a utilização do patrimônio edificado para a prática da atividade turística pode ser entendida como a criação ou imaginação do lugar e da cidade, integrando um trajeto trilhado pelas pessoas que lhes atribuem significado. Assim as dinâmicas do presente estariam ressignificando os usos dados a arquitetura do passado. Desenvolver o lado econômico do mercado público através do turismo ainda não se tornou realidade, tendo em vista que ainda

há salas vazias, além disso, a atividade turística enfraqueceu com o advento da pandemia.

A questão que eu buscava compreender com esta pesquisa, era de que forma a população local faria parte desse “novo” mercado, tendo em vista que a reforma foi pensada para atender aos viajantes que por aqui passarem. Ao longo de minhas análises e observações, pude perceber que a população local investe em uma diversidade de formas de habitar o mercado. Durante o dia com as feiras ou com alguma outra atividade artística, como o Passeio Cultural e durante a noite com a programação musical dos bares que lá se encontram, assim, comendo, bebendo, dançando ou apenas passeando pelo mercado, o cidadão ressignifica os usos do mercado público, o que contribui em certa medida, para a promoção de um mercado como ponto turístico, já que ele se faz presente no cotidiano da população local.

Quando coloco a questão “Mercado público, mas para qual público?”, pretendo deixar claro que houve uma manobra de higienização do local, com a exclusão dos antigos permissionários, mas também com a exclusão de uma proposta de mercado que abrigasse os hábitos locais, e ao invés disso, o transforma para o consumo de quem está só de passagem. As relações socioculturais, por meio de processos de valoração social e produção de significados e símbolos, transformam alguns espaços em lugares de importância fundamental para a produção e a reprodução de práticas sociais (SERVILHA; DOULA, 2009). Contudo essas relações, por um determinado período, se desprenderam desse “novo” mercado, já que ele esteve em desuso por alguns anos.

Tentei produzir um trabalho que dialogasse entre o consumo de produtos locais, pensando os ritmos do mercado e a feira da agricultura e o consumo do local, voltado para o uso de lazer, com os bares, e o consumo turístico. Considero que, dentro de todos os percalços que tive ao longo do processo de confecção desta dissertação, consegui alcançar o objetivo proposto nesta pesquisa que era de compreender os impactos da nova proposta de uso do mercado público. Além de tudo o que já foi mencionado aqui sobre a higienização do lugar, cabe também destacar que com essa “nova” roupagem, o mercado torna-se um espaço que está disponível para poucos, em outras palavras, pode tornar-se elitizado, se não forem tomadas medidas para dinamizar ainda mais os usos deste espaço por toda a população, tendo

em vista que a própria edificação impõe certa barreira com as escadarias de acesso e o muro circundante.

REFERÊNCIAS

Bibliográficas:

AGIER, Michel. *“Do direito à cidade ao fazer cidade. O antropólogo, a margem e o centro”*. Mana [online]. 2015, v. 21, n° 3.

AGIER, Michel. O mundo como problema. in: Migrações, descentramento e cosmopolitismo: uma antropologia das fronteiras, Maceió/São Paulo, Edufal/Edunesp. p. 75-112. 2015.

ALVES, Lidiane Aparecida; FILHO, Vitor Ribeiro. *Os Mercados Públicos E A Cidade: As Transformações Do Mercado Municipal De Uberlândia (Mg)*. Caminhos de Geografia Uberlândia v. 12, n. 39 set/2011 p. 209 – 225.

ARAÚJO, Giovanna de Aquino Fonseca. *Feiras contemporâneas territórios de interesse turístico na salvaguarda de bens culturais*. ANPUH – Brasil – 30º Simpósio Nacional de História – Recife, 2019.

BARREIRA, Irllys Alencar F. *Pulsações no Coração da cidade: cenários de intervenção em centros urbanos contemporâneos*. CADERNO CRH, Salvador, v. 23, n. 59, p. 255-266, Maio/Ago. 2010.

BRANDÃO Pérola Dy Carly Ramos; FILHO Severino Alves de Lucena. *O Mercado Público Central de João Pessoa como Pólo Gastronômico e Turístico*. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Universidade de Caxias do sul. 16 e 17 de novembro de 2012.

BRASIL ARQUITETURA. Mercado Municipal de Jaguarão: Levantamento/ Diagnóstico/ Restauro. Setembro de 2011.

BRASIL ARQUITETURA. Memorial Descritivo: Projeto de Restauro e Requalificação do Edifício de Mercado Municipal de Jaguarão localizado no Rio Grande do Sul. Versão 1 (setembro/2013).

BRUNO, Guilherme Rodrigues. *Mercado Central de Pelotas: A Permanência no Lugar do Consumo*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de PósGraduação em Memória Social e Patrimônio Cultural do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas. 2010.

CARMO, Renato Miguel. *“Do espaço abstrato ao espaço compósito: reflectindo sobre as tensões entre mobilidades e espacialidades”*. In: CARMOS, Renato Miguel; SIMÕES, José Alberto (orgs) *A produção das mobilidades: redes, espacialidades e trajectos*. Lisboa: ICS. 2009.

CAVEDON, Neusa Rolita. *“Pode Chegar, Freguês”: A Cultura Organizacional do Mercado Público de Porto Alegre*. o&s – v.11 – n.29 – Janeiro/Abril – 2004. VELHO, G. *“Antropologia Urbana: Interdisciplinaridade e fronteiras do conhecimento”*. Mana, 17(1), p.161-185, 2011

CORÁ, Maria Amelia Jundurian. Políticas públicas culturais no Brasil: dos patrimônios materiais aos imateriais. Rev. Adm. Pública — Rio de Janeiro 48 (5):1093-1112, set./out. 2014.

FERRAZ, Cláudia Pereira e ALVES, André Porto. *Da etnografia virtual à etnografia online: Deslocamentos dos estudos qualitativos em rede digital*. 41º Encontro Anual ANPOCS, Caxambu, 2017.

FIGUEIREDO, Antônio Marcus Lima. *A Função Turística do Patrimônio: questionamentos sobre a ideia de sustentabilidade do turismo cultural*. Caderno Virtual de Turismo. Vol. 5, N° 4 (2005).

FONSECA, Athemis Nunes da; RODRIGUES, Carla Daniela Rabelo. *Gestão De Espaços Culturais E Narrativas Afrodiaspóricas No Rs: Um Estudo Sobre O Mercado Público De Jaguarão E O Clube Social Negro 24 De Agosto*. XVII Enecult. Salvados, Bahia. Julho de 2021.

FONSECA, Claudia; CARDARELLO, Andrea. *Direitos dos mais e menos humanos*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 5, n. 10, p. 83-121, maio 1999.

FRANCO, Sérgio da Costa. *O Primitivo Mercado da Vila de Jaguarão*. In: Cadernos Jaguarenses – volume 3. Instituto Histórico e Geográfico de Jaguarão. Jaguarão, 2006.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. *Mercados Públicos: De Equipamentos de Abastecimento de Alimentos a Espaços Gastronômicos para O Turismo*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Departamento de Geografia da UFES. Janeiro-Junho, 2018.

GARCIA, Tanize Machado. *Mercado Público De Pelotas No País Das Maravilhas: Uma Etnografia Sobre A Pluralidade Narrativa De Um Patrimônio Em Disputa*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia, da Universidade Federal de Pelotas. 2018.

GEISS; Letícia; GASTAL, Susana. *Turismo Cultural Sob o Olhar Pós-Moderno: Os Mercados Públicos em questão*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Passo Fundo/ RS, 2007.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos Ressonância, *Materialidade E Subjetividade: As Culturas Como Patrimônios*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 11, n. 23, p. 15-36, jan/jun 2005.

GOULARTE, Cláudia Cardoso. *Tristán Narvaja: uma etnografia sobre a Feira dos 'Mundos Paralelos' na cidade de Montevideo*. Dissertação apresentada no Programa de Pós-graduação em antropologia da Universidade Federal de Pelotas. Pelotas. 2017.

GOULARTE, Cláudia Cardoso. *PERIFERIAS DAS FEIRAS Produção de trabalho e território na cidade de Montevideo*. Novos Debates, 7(1): E7110, 2021.

INGOLD, Tim. *Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun. 2012.

IPHAE – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Estadual. *Mercado Público Municipal de Jaguarão. Levantamento Histórico*. Março de 2010.

LIMA, Andréa da Gama. *O Legado da Escravidão na Formação do Patrimônio Cultural Jaguareense (1802 – 1888)*. Dissertação Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural. Pelotas, 2010.

LOPES, Ricardo Ferreira; VASCONCELLOS, Lélia Mendes de. *Considerações sobre os Mercados Públicos: relação de sociabilidade e vitalidade urbana nas cidades*. Trabalho inscrito no III Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem, sob o seguinte eixo temático: Comércio, cultura e sociabilidade: comércio e espaço público. 2010.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. “*De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana*.” Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2002, vol.17, n.49.

NORA, Fabiane Dalla e ZANINI Maria Catarina. *A feira como um espaço de sociabilidade*. Revista Retratos de Assentamentos, v.18, n.1, 2015.

NORA, Pierre. *Entre memória e história: a problemática dos lugares*. Tradução Yara Aun Khoury. In: Projeto História, São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez. 1993.

NUNES, Valdo Dutra Alves e GARCIA, Jorge Arismendi. Projeto Jaguar. Jaguarão, maio de 1982.

OLIVERA, Juliana Delgado. *Novos usos do patrimônio cultural edificado: análise da requalificação para uso cultural do mercado público municipal de Jaguarão/RS*. 2017. 45 f. TCC (Graduação) - Curso de Produção e Política Cultural, Universidade Federal do Pampa, Jaguarão, 2017.

PESAVENTO, Sandra. *História, memória e centralidade urbana*. Rev. Mosaico, v.1, n.1, p.3-12, jan./jun., 2008.

PEIRANO, Mariza. *Etnografia não é método*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014

PINTAUDI, Silvana Maria. Os Mercados Públicos: Metamorfoses de um espaço na história urbana. CIDADES, v. 3, n. 5, 2006, p. 81-100.

ROMANO, Leonora. *Edifícios de Mercados Gaúchos: uma Arquitetura dos Sentidos*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2004.

SÁ, Roseli Maria Comissoli de. *Materialidade e significado no conjunto histórico e paisagístico de Jaguarão: os valores do patrimônio e a prática da preservação no município*. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo. UFPEL. Pelotas, 2016.

SCHLEE, Aldyr Garcia CAMPANHA In: Dicionário da Cultura Pampeana Sul-Rio-Grandense. Pelotas: Fructos do Paiz, 2019.

SILVA, Hélio R. S. *A Situação Etnográfica: Andar e Ver*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 171-188, jul./dez. 2009.

SILVA, Kelly Cristina Rodrigues. A memória para pensar o espaço: a perspectiva do lugar. Geograficidade | v.5, n.2, Inverno 2015.

SERRES, Juliane Conceição Primon; JASPER, Juliana Rose. *O Patrimônio Local Como Um Fator De Desenvolvimento: Potencialidades Turísticas De Jaguarão-Rs*

Redes. Revista do Desenvolvimento Regional, vol. 20, núm. 3, septiembre-diciembre, 2015, pp. 332-355 Universidade de Santa Cruz do Sul Santa Cruz do Sul, Brasil.

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, v.11, n.13 Jan./Jun. 2009, pp. 123-142

VEDANA, Viviane. *Fazer A Feira E Ser Feirante: A Construção Cotidiana Do Trabalho Em Mercados De Rua No Contexto Urbano*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 19, n. 39, p. 41-68, jan./jun. 2013.

VELHO, G. "*Antropologia Urbana: Interdisciplinaridade e fronteiras do conhecimento*". Mana, 17(1), p.161-185, 2011.

VELHO, Gilberto. "*Observando o familiar*". In: Edson Nunes (Org.). *Aventura Sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

VILLAS BÔAS, Alexandre dos Santos. *Formação e consolidação do patrimônio da cidade de Jaguarão(RS): Políticas Patrimoniais e desenvolvimento Urbano*. Tese doutorado – Programa de Pós-Graduação em História, PUCRS. 2019.

VILLAS BÔAS, Alexandre dos Santos. *Patrimônio, Turismo E Fronteira: O Projeto Jaguar Em Jaguarão/Rs*. Historiæ, Rio Grande, v. 12, n. 1, p. 193-213, 2021

XAVIER, Ana Estela Vaz. *A Revitalização do Mercado Público de Pelotas e Sua Ressignificação Social*. RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade Revista. V. 02, Ed. Especial, dezembro, 2016, p. 72-89.

ZORZI, Mariciana. *De quem é a Cidade Heroica? Trajetórias da Preservação do Patrimônio Cultural, Atratividade Turística e Participação Social em Jaguarão, Rio Grande do Sul (1982 - 2011)*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelota, 2012.

Digitais:

Brasil Arquitetura. *Diretrizes Básicas do Projeto de Restauro do Mercado Público de Jaguarão*. 2010. Disponível em: <http://brasilarquitetura.com/projeto...l-dejaguarao/>. Acesso em 20/08/2017.

Jornal Regional. *Mercado Público de Jaguarão é interditado*. Rádio Pelotense 2013. Disponível em: <https://www.radiopelotense.com.br/Pagina/2773/Mercado-Publico-de-Jaguarao-e-interditado>. Acesso em 18/07/2021.

Prefeitura Municipal de Jaguarão. *Outorga de permissão de uso onerosa de espaços físicos (boxes) do Mercado Público de Jaguarão*. Chamamento Público Nº 007/2020. Disponível em: <https://www.jaguarao.rs.gov.br/?p=33089>. Acesso em 26/07/21.

Prefeitura de Jaguarão. Disponível em: <https://www.facebook.com/prefeituradejaguarao>. Acesso em 26/07/2021.

TV Câmara. Disponível em <https://www.camarajaguarao.rs.gov.br/>, acesso em 25 de agosto de 2021.

Associação dos artesãos de Jaguarão. Disponível em: <https://www.facebook.com/Associa%C3%A7%C3%A3o-dos-Artes%C3%A3os-de-Jaguar%C3%A3o-RS-108277460620391/>. Acesso em 2 de dezembro de 2021.

Chácara da Imbira. Disponível em: <https://www.facebook.com/ChacaraImbira/>. Acesso em 2 de dezembro de 2021.

Confeitaria Pet – Vic Petiscos. Disponível em: <https://www.facebook.com/vicpetiscos/>. Acesso em 2 de dezembro de 2021.

Das Acácias. Disponível em: <https://www.facebook.com/dasacacias/>. Acesso em 2 de dezembro de 2021.

DICIO, Dicionário Online de Português. FORTIFICAÇÃO. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: www.dicio.com.br/fortificacao/ Acesso em 18 de maio de 2022.

J3 Notícias. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tdrmWSVDPh4>. Acesso em 20 de maio de 2022.

Love Crochê. Disponível em: <https://www.facebook.com/lovecrochetamanda/>. Acesso em 2 de dezembro de 2021.

Sabores do Campo. Disponível em: <https://www.facebook.com/Sabores-do-Campo-109552087435753/>. Acesso em 2 de dezembro de 2021.

Anexo I:

Um Mercado fronteiro

O branco se destaca na paisagem,
É o Mercado Público, situado junto à margem
Do rio que demarca a fronteira,
De um tempo que houvera trincheira, servia de fortaleza,
Trazendo toda a certeza, de cumprir o seu destino.

Dizem que depois da reforma, nunca mais foi o mesmo
Mas já não era o mesmo havia tanto tempo,
Tanta coisa aconteceu, e ainda se ouve o lamento de quem ali sofreu,
Como conta a história real, de uma narrativa não oficial.

Símbolo de riqueza e poder, marcado pelo abandono
Uma terra sem dono, que a qualquer um pertencia
Quem de nós deteria o avanço da destruição?
No discurso, a desigualdade,
Quem está falando a verdade?
“Nós cuidávamos, eles não!”

Visando a volta ao passado, expulsaram, sob protesto, quem ainda resistia
Dizendo pra quem assistia que isso, era puro progresso
Um Mercado para quem vê de fora, e não pensado pra sua gente
Marcado pelo vazio e disparidade evidente

Pra onde foi toda essa gente, que por ali passava?
Tantas histórias pra contar.
Onde estão as mesas de pedra, que voltariam pro seu lugar?
Tantas memórias guardadas nesse objeto
E o futuro agora inserto, o que dali será?

Anexo II:

PROCURA-SE POR MEMÓRIAS

Me chamo Juliana, sou mestranda em Antropologia Social e Cultural pela Universidade Federal de Pelotas. Quero te fazer um convite: Compartilhe tuas Memórias sobre o Mercado Público Municipal de Jaguarão.

Se tu tens alguma história sobre o Mercado, e queira me contar, mande um e-mail para compartilhememorias@hotmail.com

As memórias compartilhadas, sobre o Mercado Público, irão compor minha dissertação de Mestrado. Sua identidade será preservada.

