

*A Sustentabilidade Econômica dos Bens Culturais Materiais em
Jaguarão, RS: O Caso do Mercado Público*

*La Sustentabilidad Económica de los Bienes Culturales Materiales en
Jaguarão, RS: El Caso del Mercado Público*

*The Economic Sustainability of Cultural Material Goods in Jaguarão, RS:
The Case of the Public Market*

Alef Franco Caldeira¹

Helora Ataydes Dilelio Ávila²

Patrícia Schneider Severo³

Alessandra Buriol Farinha⁴

Resumo

O presente trabalho trata da discussão sobre a utilização ou reutilização dos patrimônios culturais materiais das cidades, em seu contexto atual e sua sustentabilidade econômica perante as modificações da cultura local. Nesse intuito será feito o estudo de caso do mercado Público de Jaguarão, RS, construído em 1867 e atualmente recém restaurado. Os produtos, mercadorias e também escravos que chegavam a Jaguarão na época, vinham principalmente pelo Rio Jaguarão e desembarcavam-no cais do porto, ficando disponíveis no mercado público, sendo este uma referência histórica para Jaguarão. A metodologia utilizada neste trabalho foi pesquisa bibliográfica e um estudo de caso a respeito do Mercado Público de Jaguarão, trazendo também considerações sobre os mercados públicos de Pelotas e Porto Alegre, visando levantar algumas questões de políticas de gestão e utilização dos espaços. A pesquisa também tem um caráter exploratório. O mercado público de Jaguarão acabou de ser entregue após um processo de restauro, e não se sabe o futuro sobre a gestão do espaço. Essa pesquisa visa expor esse local e propor uma utilização que transmita a história, mas que adapte sua estrutura de comércio em relação às necessidades de hoje.

Palavras-Chave: Mercado Público; Jaguarão; Sustentabilidade dos Patrimônios Culturais

Resumen

El presente trabajo trata de la discusión sobre la utilización o reutilización de los patrimonios culturales materiales de las ciudades, en su contexto actual y su sustentabilidad económica ante las modificaciones de la cultura local. En ese sentido se hará el estudio de caso del mercado Público de Jaguarão, RS, construído en 1867 y actualmente recién restaurado. Los productos, mercancías y también esclavos que llegaban a Jaguarão en la época, venían principalmente por el Río Jaguarão y desembarcaban en el muelle del puerto, quedando disponibles en el mercado público, siendo éste una referencia histórica para Jaguarão. La metodología utilizada en este trabajo fue investigación bibliográfica y un estudio de caso sobre el Mercado Público de Jaguarão,

¹ Graduando do Curso de Gestão e Tecnologia em Turismo; Universidade Federal do Pampa; Jaguarão, Rio Grande do Sul; Brasil (alefcaldeiratur@gmail.com).

² Graduanda do Curso de Gestão e Tecnologia em Turismo; Universidade Federal do Pampa; Jaguarão, Rio Grande do Sul; Brasil (heloradilelio@gmail.com).

³ Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa, campus Jaguarão (patriciasevero@unipampa.edu.br)

⁴ Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa, campus Jaguarão (alessandrafarinha@unipampa.edu.br)

trayendo también consideraciones sobre los mercados públicos de Pelotas y Porto Alegre, con el fin de plantear algunas cuestiones de políticas de gestión y utilización de los espacios. La investigación también tiene un carácter exploratorio. El mercado público de Jaguarão acaba de ser entregado tras un proceso de restauración, y no se sabe el futuro sobre la gestión del espacio. Esta investigación pretende exponer ese lugar y proponer una utilización que transmita la historia, pero que adapte su estructura de comercio en relación a las necesidades de hoy.

Palabras claves: Mercado Público; Jaguarón; Sostenibilidad de los Patrimonios Culturales;

Abstract

The present work deals with the discussion about the use or reuse of the cultural heritage sites of the cities, in their current context and their economic sustainability before the modifications of the local culture. In this purpose, the case study of the Public Market of Jaguarão, RS, constructed in 1867 and currently newly restored, will be made. The products, merchandise, and also slaves arriving at Jaguarão at the time, came mainly from Rio Jaguarão and landed it from the port, being available in the public market, which is a historical reference for Jaguarão. The methodology used in this work was a bibliographical research and a case study about the Jaguarão Public Market, also considering the public markets of Pelotas and Porto Alegre, aiming to raise some questions of management policies and use of the spaces. The research also has an exploratory character. The public market in Jaguarão has just been delivered after a restoration process, and the future of space management is unknown. This research aims to expose this place and propose a use that conveys history, but that adapts its trade structure in relation to the needs of today.

Keywords: Public market; Jaguarão; Sustainability of Cultural Assets

1. Introdução

O presente trabalho trata da discussão, sobre a utilização ou reutilização dos patrimônios culturais materiais das cidades, em seu contexto atual e sua sustentabilidade econômica perante as modificações da cultura local, identidade, valorização e dificuldades de manutenção desses bens por falta de recursos.

Nesse intuito irá utilizar-se nesta pesquisa o exemplo do mercado Público de Jaguarão, RS, construção de 1867 e atualmente encontra-se em fase final de restauro (Conforme as Figuras 01 e 02). Os produtos, mercadorias e também escravos que chegavam a Jaguarão na época, vinham principalmente pelo Rio Jaguarão e desembarcavam-no cais do porto. Na praça do desembarque, localizada defronte ao mercado público eram realizadas as atividades comerciais locais, antes mesmo da sua construção (TORMAM, 2013). Os produtos permaneciam disponíveis no mercado público para o comércio, sendo este uma referência histórica para Jaguarão.

Figura 01: Mercado Público de Jaguarão em meados do século XX



Fonte: Site Jaguarão.net (2017)

Figura 02: Mercado Público de Jaguarão no ano de 2017.



Fonte: Feito pelo autor (2017)

Essa foi a justificativa para a construção do mercado público em Jaguarão, que servia principalmente para o comércio de pescados e alimentos produzidos no local. A construção também retrata o período neocolonial de acordo com sua estrutura sofisticada na época e pela representação das classes sociais favorecidas. O mercado público hoje é tombado como patrimônio histórico do estado do Rio Grande do Sul pelo IPHAE - Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Estadual, e patrimônio histórico e paisagístico pelo IPHAN - Instituto Histórico e Artístico Nacional, justamente com o centro histórico da cidade de Jaguarão (TORMAM, 2013).

A principal motivação para a escrita deste trabalho é por compreender que o espaço do mercado público deve ser acessível à comunidade, para que essa o acolha em seu cotidiano, e que identifique de alguma forma o coletivo através da cultura, gastronomia, espaços de exposições e apresentações artísticas, dentre outros. Acredita-se que se tais discussões forem fomentadas, pode-se criar uma atmosfera democrática e gerar novas discussões no intuito de repensar a gestão dos espaços legitimados como patrimônios culturais das cidades.

2. Metodologia

A pesquisa tem uma abordagem qualitativa e uma discussão bibliográfica, pois apresenta o debate sobre o tema do patrimônio cultural material e suas utilizações na atualidade, respeitando seu valor histórico e uso social. O estudo também trabalha com registros fotográficos do local analisado.

O trabalho também tem caráter exploratório, pois evidencia um problema da atualidade que trata da forma com que são trabalhados e utilizados os patrimônios culturais materiais nos dias de hoje, tentando chegar-se a uma estratégia de ocupação desses locais que leve em consideração a história, cultura e preservação, adaptando o espaço as necessidades da comunidade, proporcionando assim um local acessível para todos.

Foi desenvolvido nesta pesquisa um estudo de caso, referente ao Mercado Público de Pelotas e o de Porto Alegre. As duas edificações passaram por reformas e estão em funcionamento, ou seja, passaram por um momento de transformação, reinterpretação, renovação dos espaços. Nesse sentido a proposta é analisar a política de gestão utilizada nos dois casos, tendo em vista como se deu o processo de utilização desses espaços e quais transformações e adaptações foram feitas.

3. A Utilização de patrimônios culturais

Para discutirmos a sustentabilidade e a utilização dos patrimônios culturais é preciso destacar alguns significados expressos em seus valores culturais. É preciso adaptar as inovações de comércio, a modificação da cultura durante os anos.

Partindo do princípio de que o patrimônio cultural expressa o contexto do lugar e da comunidade, é importante ressaltar os valores que originam a memória social, como afirma Arantes, (1999, p. 129), “Há o que chamo de patrimônio-referência, ou seja, a dimensão do bem cultural que diz respeito aos sentidos enraizados e subentendidos na ação social; estes são os significados que estruturam a memória coletiva”. Uma das bases fundamentais é a preservação da memória e identidade dos patrimônios culturais, pois uma estrutura sem

vínculo social, com o tempo passa a não ter mais sentido com os indivíduos, com isso perde seu valor. De acordo com o autor:

Esta é uma característica do patrimônio-recurso, noção que aponta para o potencial simbólico e funcional do bem cultural e que é passível de ser vivificado e transformado pela vida social tanto em termos práticos (visando o atendimento de novas necessidades do grupo social) quanto simbólicos (na incorporação a rituais e na construção de imagens que, por assim dizer, reinventam tradições e identidades) (ARANTES, 1999, p. 130).

Essa citação demonstra o quanto é pertinente reinventar ou readaptar esses lugares de memória de acordo com a sociedade atual, ou seja, transformando-o da maneira como acontecia para uma nova realidade, porém respeitando sua motivação principal, no caso do mercado público um ponto de comércio onde todos possam interagir do mesmo espaço.

Neste contexto, é importante enfatizar que Jaguarão, por estar situada na fronteira com o município de Rio Branco, no Uruguai, é uma cidade de comportamentos binacionais, híbrida desde sua fundação. O espaço do mercado público deve considerar e privilegiar esta característica geo-cultural, pois, conforme Mazzei (2000), a identidade fronteiriça também se constitui como um patrimônio.

Sendo assim, torna-se interessante representar os aspectos da fronteira nos produtos disponibilizados no local, através de sua gastronomia peculiar, da exposição de suas tradições, e da demonstração de sua história e seu modo de vida.

4. A Sustentabilidade econômica dos patrimônios culturais

A pesquisa, no entanto, se baseia em refletir acerca da utilização do espaço, mas também buscar a análise de estratégias para se operacionalizar economicamente essas estruturas físicas (patrimônios), que com o decorrer do tempo deixam de ser utilizadas por estarem em estado de conservação inadequado.

Essa operação deve se dar de forma com que se crie um planejamento estratégico focado, pensando no uso de determinado bem cultural, através da agregação de valor cultural e econômico, ou seja, é preciso valorizar sua história e cultura, e, ainda, organizar uma estrutura comercial para que o bem possa se manter.

É visível à revalorização pela economia da diversidade cultural, assim como das camadas históricas sobrepostas e amalgamadas no espaço urbano, pela economia. Iniciativas de apropriação, reinterpretação, reabilitação e mesmo reinvenção de tradições são postas em prática por um número crescente de atores e grupos sociais e, ao mesmo tempo, tornam-se alvo de atenção de especialistas de publicidade e *marketing* em seus projetos visando à produção de mercadorias e negócios de

inflexão cultural ou de valor cultural agregado. Esses processos tornam ainda mais tensa a já complexa realidade da preservação e requerem mais atenção dos pesquisadores (ARANTES, 2006, p. 7).

Esboça-se, então, o principal problema de empreender nos patrimônios, ou seja, como manter o valor histórico e cultural de forma que adéque as necessidades atuais da comunidade? Para que isso funcione é preciso manter o equilíbrio entre os elementos sociais, ambientais e econômicos, fazendo assim uma nova criação de panorama para fins lucrativos desses locais.

O patrimônio urbano é bom para o desenvolvimento sustentável, para as festas, para a civilidade e também, porque não, para os negócios. O desafio que se apresenta ao sistema como um todo é encontrar o ponto de equilíbrio entre essas forças, ou seja, construir a sustentabilidade econômica e socioambiental da preservação (ARANTES, 2006, p. 8).

Percebe-se, então, uma barreira para se chegar à sustentabilidade econômica dos patrimônios culturais, pois na tentativa de retornar o local a atividade comercial é preciso inovar, no entanto essa inovação não pode impactar na utilização por meio da comunidade dos lugares, ou seja, torná-los apenas acessível para um perfil de cliente que tenha renda suficiente para pagar o serviço.

Talvez o desafio não seja a utilização dos patrimônios culturais, mas sim a metodologia de como ele será estruturado e planejado para ser utilizado, pois a discussão em foco é a vida útil e econômica dos patrimônios culturais, no entanto, se não houver nenhuma iniciativa podem deixar de existir.

Uma das possibilidades para o desenvolvimento de ações sociais no espaço do mercado público é a inserção de pontos culturais no prédio, onde haja interação social entre diversas classes sociais, como exposições de arte, oficinas de músicas, danças típicas, artesanatos com matéria prima típica da região, contos de histórias e lendas, disponibilização de livros de autores locais para leitura no local, entre outros.

5. Mercado Público de Porto Alegre

Segundo Cavedon (2004), a construção do Mercado Público de Porto Alegre, que se localiza na região central da cidade, data do ano de 1869. Durante os anos que se passaram, foram construídos chalés de madeira em seu interior, até que em 1912 houve uma reformulação do espaço, sendo ampliado com o segundo piso. Sua história marca também a passagem por quatro situações calamitosas, uma enchente em 1941 e três incêndios, nos anos

de 1912, 1976 e 1979, este último, ano em que incorporou o Patrimônio Histórico do Município. A mobilização da sociedade para a restauração de seu prédio iniciou no ano de 1990 e foi concluída em 1997. As modificações e reformas trouxeram aspectos de modernidade ao Mercado, isentando transformações que desfiguraram sua fachada externa.

O Mercado Público de Porto Alegre apresenta-se como o lócus da produção de identidade porto-alegrense, sendo o berço de relações sociais e diversas experiências culturais. Sua composição cultural abarca múltiplas facetas, que se inter-relacionam, criando assim um hibridismo, ou seja, uma nova gama de aspectos culturais decorrente da convivência entre os elementos étnicos presentes no mercado. Após passar por um processo de higienização, suas modificações não foram suficientes para a perda de seus valores culturais (CAVEDON, 2004).

O modo de gestão escolhido para tais edificações influencia em sua preservação cultural. Nota-se assim que a interferência dos processos decorrentes da modernização e a ação pública sobre determinados espaços portadores de aspectos culturais diversos não são generalizadamente nocivos à memória e à imaterialidade inerente ao mesmo.

Como um ponto característico e importante na composição cultural da cidade, o mercado público preservou sua função como ponto de encontro dos moradores locais. Mantendo sua significação, também, em função de suas mercadorias de diversas categorias, abrangendo várias classes socioeconômicas, bem como expõe particularidades da população. Sendo um dos atrativos turísticos de Porto Alegre, o prédio ainda participa da construção da identidade dos moradores locais, através dos fluxos culturais e sociais que ali ocorrem, não tendo perdido, de maneira geral, suas significações com o tempo e reformas sofridas (CAVEDON, 2004).

O Mercado Público de Porto Alegre, sendo um ponto cultural e histórico, preserva em si uma riqueza de características atemporais, unindo os aspectos de diferentes períodos desde sua construção.

Em relação a sua administração, a gestão do espaço deve considerar sua diversidade cultural, bem como a formação híbrida de sua ligação entre o antigo e o moderno, estabelecida pelos resquícios de seu uso anterior e sua adaptação para o presente. No caso, a reutilização do espaço objetivou não causar transformações à sua bagagem cultural, porém, são inevitáveis alterações na expressão que o patrimônio transmite ao público que o frequenta, refletindo também nas interações sociais ocorridas no espaço (CAVEDON, 2004).

6. Mercado Público de Pelotas

Segundo o IPHAN (2012), o Mercado Público de Pelotas, construído no ano de 1968 e tombado em 1965 pelo Conselho Municipal do Patrimônio Histórico, já apresentava um “histórico de descaracterizações”.

Para Xavier (2016), o processo de higienização dos arredores do mercado é relativo ao enobrecimento da região em que está localizado, refletindo, assim, no prédio e sua reforma:

É notório o fato de que houve um processo de higienização nos arredores do Mercado Público, excluindo do local as chamadas classes perigosas (frequentadores de bares, de baixa renda, que consumiam bebidas como a “cachaça”, as prostitutas, os moradores de rua, mendigos e outros). (XAVIER, 2016, p. 74).

A reforma do prédio configurou, assim, uma forma de excluir, ou diminuir a circulação das classes de baixa-renda no local. Tal aspecto, não só se apresenta como uma das facetas da desigualdade social e seu pouco acesso ao patrimônio, mas também altera expressivamente os aspectos culturais que formam sua bagagem imaterial, modificando também sua identidade, e quiçá reduzindo-o a um pseudo-lugar e mercantilmente um ponto turístico.

O Mercado Público de Pelotas, após sua revitalização, apresentou aspectos diferentes e ressignificações de seus espaços. Seu funcionamento antes da reforma era desprendido de regras para a exposição dos produtos interna ou sobre o exterior das lojas, o que permite aspectos pessoais e culturais dos comerciantes. Entretanto, após a revitalização, regras rígidas e limitadoras foram impostas aos permissionários (XAVIER, 2016).

Economicamente, os impactos da reforma dificultaram o acesso dos antigos vendedores às bancas, tanto pelo aumento no preço do aluguel, quanto pelas novas regras e imposições feitas pela administração.

Dessa forma, notou-se que a maior parte dos ocupantes do espaço não são mais os mesmos. Os demais ocupantes do Mercado Público são novos, apresentando também, lojas desocupadas, presumindo-se que em função do alto preço do aluguel (XAVIER, 2016).

Como resultado, a exclusão dos antigos comerciantes acarreta na perda de parte da autenticidade do local, renovando não apenas o quadro de permissionários, mas também sua identidade cultural. Por outro lado, o local passou a ser um lugar turístico, com bares, restaurantes, lojas de souvenirs e agência de viagens, o que caracteriza essa mudança de perfil dos frequentadores do local.

7. Considerações finais

A pesquisa objetivou debater a utilização dos patrimônios culturais materiais e sua sustentabilidade econômica, uma vez que, para isso, como foi explanado, é preciso preservar a memória social dos patrimônios, analisar a cultura de acordo com a modificação das necessidades sociais durante os anos e agregar seu valor histórico visando à readequação do espaço de forma que se seja sustentável economicamente e acessível a comunidade. Operacionalizar os patrimônios culturais materiais significa configurar seu espaço, fazendo uma reflexão a todo seu contexto histórico e cultural.

Nesta pesquisa foram estudados os casos do Mercado Público de Pelotas e o Mercado Público de Porto Alegre. Nesse sentido é pertinente fazer uma análise dos pontos de relevância da trajetória dos dois casos, para então formular uma base teórica para o trabalho, no que diz respeito a proposta de utilização coerente do Mercado Público de Jaguarão.

Nos dois casos ocorreu a higienização do espaço, porém no Mercado Público de Pelotas com mais intensidade, levando até mesmo a exclusão dos antigos comerciantes e algumas atividades culturais do local. É válido salientar que atualmente outras propostas de atividades são desenvolvidas no Mercado Público de Pelotas, e que este também oferece espaços de interação social. Neste caso os mais impactados foram os comerciantes. Focando no Mercado Público de Jaguarão, é preciso ter cautela na formatação e adaptação deste espaço para que não se torne um lugar inóspito para classes sociais menos privilegiadas, o que pode levar à sua depredação.

O mercado Público de Porto Alegre não sofreu modificações em suas estruturas físicas, o que conta um ponto positivo para sua preservação. O mercado de Jaguarão também não sofreu nenhuma modificação brusca nesse sentido.

Um fato que chama a atenção no Mercado Público de Pelotas são os critérios utilizados na formulação das políticas de gestão do espaço, onde são instituídas regras que excluíram e privaram a comunidade de fazer parte do mercado, principalmente pelo valor dos aluguéis. Nesse contexto se destaca o que foi discutido na pesquisa, quando se refere a sustentabilidade do local, pois, o espaço tem que se manter, mas de que forma? Deveria ser feita uma pesquisa para identificar qual tipo de comércio que acontecia no local e se as necessidades de hoje comportam as mesmas atividades.

Um dos problemas identificados é a falta de investimentos em pesquisa, em buscar escutar a população, pois é mais fácil para o poder público lotear o local, de forma com que gere renda para o município, porém o que resta de uma estrutura histórica, cultural e de vínculo social?

O Mercado Público de Porto Alegre além de manter sua estrutura física, ainda mantém suas atividades culturais e os comércios típicos também. É uma discussão complexa rever um espaço como os mercados públicos, porém é necessário.

Para o Mercado Público de Jaguarão deveria ser respeitado sua característica principal, que é ponto de encontro da comunidade para comercialização de produtos locais, porém com algumas modificações em relação a comunidade. Este espaço acima de tudo, tem que ser acessível para as pessoas da comunidade, os autóctones. A questão do mercado Público de Jaguarão está na intenção de como vai ser utilizado, ou seja, por quem? e para quem?

Essa pesquisa visa dar visibilidade a esse local e propor uma utilização que transmita a história, a memória, mas que adapte sua estrutura de comércio em relação às necessidades de hoje, sem simplesmente abrir para o comércio se tornando inacessível à própria comunidade de Jaguarão. Esta pesquisa pode ser continuada agindo principalmente nas narrativas da comunidade, para assim captar outra versão a respeito da gestão do Mercado Público de Jaguarão.

Referências

- ARANTES, Antônio Augusto. Repensando os aspectos sociais da sustentabilidade: a conservação integrada do patrimônio ambiental urbano. **Projeto História**, São Paulo, p.121-134, 18 maio 1999.
- ARANTES, Antônio Augusto. O Patrimônio cultural e seus usos: A Dimensão urbana. **Habitus Goiânia**, v. 4, n. 1, p.425-435, 2006.
- BRASIL. **Programa Monumenta reinaugura o Mercado Público de Pelotas – RS**. IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico, Brasília, 19 dez. 2012. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/741/programa-monumentareinaugura-o-mercado-publico-de-pelotas-%E2%80%93-rs>> Acesso em 19/12/2017.
- MAZZEI, Enrique. **Rivera (Uruguay) – Sant’Ana (Brasil): Identidad, território e integración fronteriza**. Departamento de Sociologia da Universidad de la República, 2010.
- TORMAM, Josi Silva. Uma Breve História: Mercado Público de Jaguarão. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 5, n. 2, p.1-1. 2013.
- XAVIER, Ana Estela Vaz. A Revitalização do Mercado Público de Pelotas e sua Ressignificação Social. **Relacult**, [s.l.], v. 2, n. 4, p.72-89, dez. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/355>>. Acesso em: 08 dez. 2017.
- CAVEDON, Neusa Rolita. “PODE CHEGAR, FREGUÊS”: A CULTURA ORGANIZACIONAL DO MERCADO PÚBLICO DE PORTO ALEGRE. **O&S**, Salvador, v. 11, n. 29, jan. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-92302004000100010&script=sci_arttext&tlng=es>. Acesso em: 04 dez. 2017.