ANAIS - Volume. 01, ed. 01, 2016 | eventos.claec.org | ISBN: 978-85-93548-01-7

Revitalização do Mercado Público de Pelotas e sua Ressignificação Social

Revitalización del Mercado Público de Pelotas y su Reformulación Social

Ana Estela Vaz Xavier[1]

Resumo

A presente pesquisa tem como objeto o Mercado Público Central, localizado no centro histórico da cidade de Pelotas/RS e objetiva analisar a política urbana que ensejou a revitalização do local assim como identificar as consequências desta intervenção urbana. Esta pesquisa, procura investigar os aspectos econômicos, sociais, culturais e sócio-espaciais que estão relacionados com o tema e com o usuário do local, antes e depois da reforma. Para viabilizar a pesquisa qualitativa e quantitativa, serão empregadas técnicas metodológicas de pesquisa científica. Busca-se compreender de que maneira a revitalização do Mercado Público repercutiu no público em geral. Antes da reforma, o prédio do Mercado encontrava-se degradado fisicamente, no entanto, haviam ocupantes das bancas e consumidores de diversas classes sociais. Pode-se perceber mudanças em relação a estruturação interna e externa do prédio e também mudanças relativas aos ocupantes que não são mais os mesmos de antes. Atualmente, o Mercado Público é bastante procurado como um ponto turístico, cultural e de entretenimento, ele oferece um comércio destinado à pessoas aparentemente de condições mais abastadas. Portanto, há interesse no questionamento acerca das transformações ocorridas neste espaço público, considerado um ponto tradicional da cidade, onde a sociabilidade vem se desenvolvendo, evidenciando a ressignificação social do local.

Palavras-Chave: Centralidade; Revitalização; Espaço Público; Espaço Social; Ressignificação Social.

Resumen

La presente pesquisa tiene por objeto el Mercado Público Central, situado en el centro histórico de la ciudad de Pelotas / RS y busca analizar la política urbana que causó la revitalización del sitio y identificar las consecuencias de esta intervención urbana. Este estudio investiga los aspectos económicos, sociales, culturales y socio-espaciales que están relacionados con el tema y con los usuarios antes y después de la reforma. Para realizar una investigación cualitativa y cuantitativa, se emplearán las técnicas metodológicas de la investigación científica. Se trata de comprender cómo la revitalización del Mercado Público tiene afectado el público en general. Antes de la reforma, la construcción del Mercado estava físicamente degradado, sin embargo, tenía ocupantes de los puestos de venta y consumidores de diferentes clases sociales. Uno puede notar cambios en relación con la estructura interna y externa del edificio y también cambios con respecto a los ocupantes que ya no son los mismos que antes. En la actualidad, el Mercado Público es muy popular como una atracción turística, cultural y de entretenimiento, que ofrece un comercio por las personas de condiciones aparentemente más acomodados. Por lo tanto, existe un interés en interrogar acerca de los cambios que se produjeron en este espacio público, considerado una parte tradicional de la ciudad, donde se está desarrollando la sociabilidad, lo que demuestra la reinterpretación social del sitio.

Palabras claves: La centralización; revitalización; El espacio público; El espacio social; Reformulación social.

1. Introdução

[1] Mestranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pelotas (UCPEL); aestelars@gmail.com

ANAIS - Volume. 01, ed. 01, 2016 | eventos.claec.org | ISBN: 978-85-93548-01-7

Esta pesquisa busca compreender o processo de revitalização do Mercado Público localizado no centro histórico da cidade de Pelotas, atentando aos fenômenos sociais e culturais nele emergentes, além de observar a nova dinâmica que se apresenta no local no que se refere as questões econômicas.

A Revitalização do espaço público degradado, pode tanto acarretar benefícios quanto prejuízos na vida da população, dado que muitas vezes pode modificar as atividades econômicas originárias no meio ambiente construído. Por isso o foco é investigar a ressignificação social do uso do espaço do Mercado Público, após sua revitalização.

O Mercado Público, entende-se como o espaço público, constituinte do meio ambiente urbano, onde os indivíduos se encontram no dia a dia movidos por alguns interesses comuns e outros diferentes. Consequentemente, esse espaço público possui uma centralidade que atrai pessoas, objetos, signos, estabelecendo entre esses elementos relações de troca seja econômica ou simbólica as quais sustentam processos de interação social.

O objetivo geral desta pesquisa é investigar o impacto da revitalização do uso do Mercado Público para os antigos e novos ocupantes, buscando compreender a ressignificação das práticas construídas pelos antigos e atuais ocupantes do Mercado. Propõe-se, identificar os agentes promotores e responsáveis pela produção e execução do projeto de revitalização, analisando a proposta inicial, juntamente com seus objetivos e sua repercussão, além de averiguar até que ponto os antigos permissionários tinham conhecimento do projeto de revitalização e em que condições eles participaram ou atuaram na tomada de decisões relativamente à reforma.

É notório o fato de que houve um processo de higienização nos arredores do Mercado Público, excluindo do local as chamadas classes perigosas, essa higienização é correlata ao enobrecimento da área central da cidade, o que demonstra indícios de gentrificação no local.

Outro objetivo específico trata de estudar a mudança do perfil sociodemográfico do frequentador do Mercado Público, para discutir e refletir se houve ou não mudança em relação a isso, em decorrência da revitalização. E, por fim, tem-se por objetivo analisar os documentos pertinentes à revitalização/requalificação do Mercado Público Central.

Ao estudar as mudanças estruturais do local, será possível compreender no que resultou, após a reforma, procurando saber se houve uma descaracterização do Mercado, que se comparado a outros mercados públicos, perdeu sua singularidade de um local para vendas de produtos populares e tradicionais. Pois, podemos presenciar e vivenciar práticas comerciais

ANAIS - Volume. 01, ed. 01, 2016 | eventos.claec.org | ISBN: 978-85-93548-01-7

típicas em outros Mercados Públicos, que mesmo após passarem por reformas, mantiveram as características essenciais da forma de comércio.

Após a revitalização, no Mercado, podemos identificar as alterações físicas relativas ao seu interior, bem como podemos perceber que outros fenômenos ocorreram no local, pois o Mercado não voltou a ser como era antes, ele tornou-se um espaço de sociabilidade destinado sobretudo a atividades culturais, de entretenimento e de lazer, além do comércio. A partir de então, busca-se investigar se as mudanças ocorridas no Mercado Público Central e no seu entorno acarretaram alguma espécie de exclusão social ou segregação com a higienização que acompanhou a Revitalização. Pretende-se averiguar se ocorreram outros processos, como a "gentrificação", que levou a migração dos antigos ocupantes do Mercado a outros locais, bem como a perda da identidade e do sentimento de pertencimento por parte dos ocupantes que ali permaneceram ou ainda dos que dali saíram, além de outros fatores sócio econômicos que provavelmente fazem parte deste contexto.

O problema de pesquisa está em averiguar se há idiossincrasia entre os antigos e novos permissionários do Mercado Público em relação à ressignificação social do espaço, após a revitalização, além de buscar compreender se os fenômenos envolvidos na revitalização do Mercado acarretaram a exclusão ou segregação espacial de um público frequentador com menor poder aquisitivo e menor capital social. Outro problema de pesquisa que se evidenciou foi buscar saber se após a revitalização houve a requalificação da centralidade de atividades comerciais e culturais no espaço público e por fim, pretende-se pesquisar se ocorreu a ressignificação do espaço público de Mercado para os sujeitos sociais.

No Mercado Público Central, o comércio tinha uma aparência informal, despojada, os comerciantes podiam expor seus produtos sem regras de modo desordenado e até mesmo nos corredores, os produtos comercializados eram de espécies mais populares e tradicionais, atraindo consumidores "de menor poder aquisitivo". No que tange as ruas que contornam o prédio do Mercado também pode-se perceber mudanças, já que sua revitalização incluiu a higienização do local. No entanto, esta pesquisa é ensejada pelo fato de que se acredita que o Mercado Público, não manteve seu uso de origem, destinado a concentração de comércio popular, como tradicionalmente ocorre. Tudo isso leva a crer que restou lesionada sobretudo a memória e a identidade de seus antigos comerciantes, ocupantes e frequentadores do Mercado.

Com a revitalização do Mercado Público Central que reabriu suas portas em 2012, os fenômenos sociais que estão envolvidos passaram a chamar a atenção de muitos e,

ANAIS - Volume. 01, ed. 01, 2016 | eventos.claec.org | ISBN: 978-85-93548-01-7

paradoxalmente, pode-se considerar que alguns destes fenômenos passam despercebidos, embora se façam presentes.

O referencial teórico e conceitual a ser utilizado como suporte a este estudo sociológico tem como base obras dos autores Henri Levèbvre, Ezra Park e Louis Wirth, que tratam do conceito de cidade, Heitor Frúgoli Jr., que trabalha com a centralidade e seu resgate, Ângelo Serpa, geógrafo que possui estudos sobre o espaço público e espaço urbano, Pierre Bourdieu utilizado para conceituar espaço social, Georg Simmel que trata da sociedade, da sociabilidade e da interação social, Sharon Zukin e David Harvey que escrevem sobre revitalização e gentrificação, como sendo um modo de atrair capital e pessoas, ressiginficando os espaços urbanos, tornando-os mais convidativos do ponto de vista comercial e turístico.

As hipóteses levantadas na presente pesquisa são: 1. A revitalização do Mercado Público Central de Pelotas contribuiu para o requalificação da centralidade de atividades comerciais e culturais no espaço público; 2. A revitalização repercutiu na atração de um público com poder aquisitivo e escolaridade maiores e a evasão de um público com menor poder aquisitivo consequentemente com menor capital social; 3. A revitalização do Mercado Público resultou na ressignificação do uso deste espaço público pelos atores sociais, ou seja, pelos antigos e atuais permissionários, pelos expositores culturais e artistas e ainda, pelos frequentadores; 4. Há idiossincrasia entre os permissionários atualmente estabelecidos no Mercado Público e os antigos permissionários que dali migraram para outros prédios/locais comerciais, no tocante à ressignificação do Mercado em decorrência da revitalização.

Este trabalho procura observar e identificar as mudanças ocorridas no Mercado Público Central de Pelotas após sua revitalização, visando a compreensão dos fenômenos sociais que ocorreram e estão ocorrendo de fato no local, que vêm ressignificando seu uso.

2 Metodologia

Será realizado um estudo qualitativo e quantitativo, cujas técnicas aplicadas serão: a) a entrevista com os antigos e novos permissionários/ocupantes do MP, dando liberdade ao entrevistado para identificar-se ou não; b) a entrevista com os permissionários que permaneceram no Mercado; c) o questionário escrito com perguntas abertas e fechadas, aplicado aos ocupantes/frequentadores do MP, para identificar o perfil sócio econômico dos mesmos, sem identificação dos participantes; d) a revisão bibliográfica; e) a técnica da observação; f) a análise de documentos; g) a fotografia.

ANAIS - Volume. 01, ed. 01, 2016 | eventos.claec.org | ISBN: 978-85-93548-01-7

3 Conclusões

O presente trabalho, ainda está sendo desenvolvido, no entanto, busca-se compreender a ressignificação do espaço social do Mercado Público da cidade de Pelotas após sua revitalização. Salienta-se que dentre os prédios da parte histórica da cidade de Pelotas este foi o que se mais salientou em termos de uso e suas mudanças.

Assim, de acordo com pesquisa exploratória realizada através de observações não participantes e da fala de sujeitos sociais, constata-se que ocorreu de fato mudanças neste espaço público, produzindo relevantes consequências que devem ser identificadas a fim de compreender no que resultou tal ressignificação. Percebeu-se que há idiossincrasia entre antigos e novos ocupantes deste espaço tradicional de Pelotas a partir da análise das falas dos atores sociais obtidas através de entrevistas realizadas com antigos e novos permissionários que não retornaram ao Marcado Público após a revitalização.

Referências

ARANTES, Antonio. Patrimônio cultural e cidade. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença (Orgs.). **Plural de Cidade:** léxicos e culturas urbanas. Coimbra: Almedina, 2009.

BALSAN, Rosane; UEDA, Vanda**.** O comércio informal de Pelotas: características e contradições no centro histórico da cidade. **Boletim Gaúcho de Geografia**, v. 23, n. 1, p. 71-80, mar. 1998. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/bgg/article/view/38382/25685>. Acesso em: 25 maio 2016.

BOURDIEU, Pierre. Gosto de classe e Estilo de Vida. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu.** São Paulo: Ática, 1983.

_____. **Razões Práticas:** sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

FRÚGOLI JR., Heitor. **Centralidade em São Paulo**: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: EDUSP, 2000.

_____. **Centralidade em São Paulo**: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: EDUSP, 2006.

_____. **Sociabilidade Urbana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

GUTIÉRREZ, Rafael Adrés Barrera. La polisemia y la linguística de gentrificación. **Cad. Metróp.**, v. 16, n. 32, p. 295-628, nov. 2014.

HARVEY, David. **Condição Pós Moderna:** Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural. São Paulo: Loyola, 1989.

ANAIS - Volume. 01, ed. 01, 2016 | eventos.claec.org | ISBN: 978-85-93548-01-7

LEFÈBVRE, Henri. **O direito à cidade.** Belo Horizonte: UFMG, 2008.

PARK, Robert Erza. A cidade: Sugestões para investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). **O Fenômeno Urbano.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1973.

PEIXOTO, Paulo. Requalificação urbana. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença (Orgs.). **Plural de Cidade:** léxicos e culturas urbanas. Coimbra: Almedina, 2009.

PELOTAS. **Relatório de Cumprimento de Objeto:** unidade convenente: Prefeitura Municipal de Pelotas – Convênio Nº 392/2002. Pelotas, 2002a.

PEREIRA, Alvaro Luis dos Santos. A gentrificação e a hipótese do diferencial de renda: limites explicativos e diálogos possíveis. **Cad. Metróp.**, v. 16, n. 32, p. 295-628, nov. 2014.

REMY, Jean. Gran ciudad y pequeña cuidad: tensiones entre sociabilidad y estética em Simmel, La metodología implícita: forma y autoorganización social. In: MÁRQUEZ, Francisca (Ed.). **Ciudades de Gerog Simmel:** lecturas contemporáneas. Santiago del Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado, 2012.

RUBINO, Silvana. Enobrecimento Urbano. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença (Orgs.). **Plural de Cidade:** léxicos e culturas urbanas. Coimbra: Almedina, 2009.

SERPA, Angelo. **O espaço público na cidade contemporânea**. 1 ed. 2 reimp. São Paulo: Contexto, 2011.

SILVA, Angelo. **Sociologia Urbana**. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da Sociologia**: indivíduo e sociedade. Tradução de Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

VARGAS, Heliana Comin; CASTILHO, Ana Luiza Howard de. **Intervenções em Centros Urbanos:** objetivos, estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2006.

VILLELA, Ana Laura Vianna. **Proposta de reciclagem** - Mercado Público de Pelotas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 1995.

WIRTH, Louis. O urbanismo como modo de vida (1938). In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). **O Fenômeno Urbano**. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1973.

ZUKIN, Sharon. Entre o tecido físico e social das cidades. Entrevista concedida a Heitor Frúgoli Jr. e Julio Cesar Talhari. Tradução de Lilian Gasparetti Abdoullah. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 29, n. 84, p. 7-24, fev. 2014.