

NOVOS USOS DO PATRIMÔNIO CULTURAL EDIFICADO: ANÁLISE DA REQUALIFICAÇÃO PARA USO CULTURAL DO MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL DE JAGUARÃO/RS

Juliana Delgado Olivera¹

RESUMO. O patrimônio cultural edificado constitui-se como um objeto de memória que guarda a história de uma sociedade. A manutenção de tais espaços se dá a partir de o seu uso, contudo sua má conservação propicia na necessidade de restauro o que pode ocasionar em uma mudança de usos e por consequência afetar a simbologia do lugar. O objetivo desta pesquisa foi analisar os usos do Mercado Público Municipal de Jaguarão desde suas formas tradicionais de comércio até suas novas possibilidades de uso a partir do projeto de requalificação. A metodologia empregada foi à pesquisa qualitativa, buscando num primeiro momento, por informações em livros, artigos científicos e documentos oficiais, em seguida realizamos entrevistas com um representante da atual gestão municipal e com dois comerciantes que utilizavam o espaço do mercado no momento de sua interdição. Como resultados podemos destacar: houve uma mudança na estrutura física do prédio que acarretou em uma diminuição no número de salas; abandono do comércio tradicional com o novo uso voltado a gastronomia; ao se privilegiar o uso turístico do espaço, perde-se a chance de proporcionar a manutenção do vínculo da comunidade local com o bem patrimonial. Concluímos que depois de restaurado, os usos que serão atribuídos ao Mercado Público não se configuram como um mediador entre o bem patrimonial e a comunidade, pois o novo uso volta-se para quem vem de fora, o turista, uma intervenção no patrimônio cultural não deve restaurar apenas os aspectos materiais, mas também proporcionar um melhor funcionamento do bem como símbolo.

Palavras-Chave: Patrimônio cultural edificado – Mercado Público – Requalificação urbana - Jaguarão

ABSTRACT. The built cultural patrimony constitutes an object of memory that keeps the history of a society. The maintenance of such spaces takes place from its use, however its poor conservation propitiates in the need of restoration what can cause in a change of uses and consequently affect the symbology of the place. The objective of this research was to analyze the uses of the Municipal Public Market of Jaguarão from its traditional forms of commerce to its new possibilities of use from the requalification project. The methodology used was qualitative research, firstly searching for information in books, scientific articles and official documents, then we conducted interviews with a representative of the current municipal management and with two traders who used the market space at the time of their interdiction. As results we can highlight: there was a change in the physical structure of the building that led to a decrease in the number of rooms; abandonment of traditional commerce with the new use of gastronomy; when privileging the tourist use of space, one loses the chance to provide the maintenance of the bond of the local community with the patrimonial asset. We conclude that, after being restored, the uses that will be attributed to the Public Market do not constitute a mediator between the patrimonial property and the community, since the new use turns to those who come from outside, the tourist, an intervention in the cultural patrimony should restore only the material aspects, but also provide a better functioning of the well as symbol

Key words: Cultural heritage built - Public Market - Urban requalification - Jaguarão

1. INTRODUÇÃO

Patrimônio cultural remete à herança, a tudo aquilo que foi deixado pelas gerações passadas: língua, costumes, crenças, objetos materiais e o que mais estiver presente na memória individual ou coletiva pode fazer parte da herança

¹ Bacharelanda em Produção e Política Cultural. Artigo apresentado como requisito parcial para aprovação no componente curricular Trabalho de Conclusão – Defesa, sob orientação do professor Dr. Jeferson Francisco Selbach.

cultural de uma dada comunidade. O conceito de patrimônio cultural abarcou, com o passar do tempo, vários aspectos da cultura. No início, a proteção ficava restrita aos bens materiais. Os primeiros bens culturais a receberem proteção foram os bens materiais imóveis, tais como monumentos comemorativos e edifícios históricos. Posteriormente, esta proteção estendeu-se aos bens materiais móveis, como quadros e outros objetos artísticos. Atualmente, existe uma preocupação cada vez maior na proteção dos bens culturais imateriais, que estão sendo coletados e reconhecidos como patrimônio cultural, tais como aspectos musicais, danças, práticas alimentares, dentre outros.

Neste estudo, analisamos o patrimônio cultural material imóvel, mais especificamente, edifícios históricos. Após terem servido como espaços para finalidades diversas, desde indústrias à moradia de cidadãos considerados ilustres, muitos desses espaços ficam ociosos. Devido ao custo elevado para conservação desses prédios históricos, grande parte acaba sendo abandonada ao longo do tempo. A falta de manutenção faz com que muitos sofram um processo de deterioração física, dificultando, cada vez mais, uma reforma completa e adequada. A preservação do patrimônio edificado justifica-se pelo fato de que estes espaços se constituem como testemunhos da história de uma dada sociedade.

A atribuição de novos usos a estes espaços considerados representativos da memória coletiva torna-se uma estratégia de preservação, pois a funcionalidade desses prédios justifica não apenas o investimento no restauro, como também garante sua existência. Apesar dos diversos usos que estas edificações possam apresentar, atualmente tem se tornado muito favorável à utilização de prédios históricos como centros culturais. Prédios históricos possuem naturalmente status social, que proporciona aos empreendimentos culturais uma maior notoriedade para a comunidade no qual estão localizados. A seleção de prédios históricos para a implantação de espaços culturais pode gerar contradições. Por um lado, argumenta-se que antigas edificações possuam limitação estrutural que compromete seu pleno funcionamento, adequado ao espaço. Por outro lado, defende-se a memória social e o valor histórico que tais prédios possuem naturalmente, o que proporciona valor cultural ao lugar em que estão localizados. Além disso, o laço afetivo que a população local possui com relação a tais bens pode ser um facilitador da

aproximação do indivíduo com as atividades idealizadas para o espaço preservado.

O presente trabalho enfoca, assim, o patrimônio cultural edificado. Analisamos os novos usos que são atribuídos a este patrimônio, além da função social que esses espaços desempenham, tomando como estudo de caso o Mercado Público Municipal de Jaguarão/RS. Objetiva-se, com esta análise, relatar os usos do mercado através do tempo, desde sua edificação até os dias atuais, levando-se em conta o projeto de requalificação. Para a realização da análise proposta neste trabalho, empregamos o método de pesquisa qualitativa, utilizando como instrumento de coleta de dados a pesquisa documental e entrevistas. No primeiro momento buscamos informações em artigos científicos, livros e documentos oficiais. No momento seguinte entrevistamos o representante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico – o que permitiu compreender como se dará o processo para a efetivação da nova proposta de uso do espaço – e dois comerciantes que ocupavam salas no Mercado na ocasião em que o prédio foi interditado – o que contribuiu para um entendimento de como eram as formas de preservação e uso do espaço antes da reforma, e de como eles percebem a nova proposta de uso.

2. CONCEITUAÇÃO TEÓRICA ACERCA DO PATRIMÔNIO CULTURAL

2.1 Evolução do conceito de patrimônio cultural e patrimônio cultural edificado

Ao longo dos séculos o entendimento sobre patrimônio passou por profundas mudanças. Foi e continua sendo ampliado e modificado até os dias atuais. As mudanças vão desde sua nomenclatura até sua função. Para ZAMIN (2006), mesmo que tenha sido oficializado um conceito de Patrimônio Cultural no Brasil, este permanece em constante processo de ampliação, sendo compreendido, como algo nômade e dinâmico. O patrimônio pode ser analisado sobre duas concepções: o individual, que é aquele que depende de cada um individualmente; e o coletivo, que é determinado por outras pessoas, portanto mais distante. Para FUNARI e PELEGRINI (2006), a coletividade não representa simplesmente a soma dos indivíduos, mas é constituída por grupos diversos, em constante transformação, com interesses distintos, por vezes contraditórios. Os interesses sociais nem sempre caminham na mesma direção, o que é patrimônio para um, nem sempre será para outro.

Do latim *patrimonium*, o termo era utilizado pelos antigos romanos para referirem-se a tudo que pertencesse ao *pater familias* ou pai de família. Correspondendo assim, ao que podia ser passado em testamento. Como dizia respeito ao setor privado, era fortemente ligado aos interesses particulares, decorrendo daí a ligação de patrimônio com herança. A ideia de patrimônio coletivo se fortalece na Europa durante a Idade Média, a partir do predomínio da Igreja, com a necessidade de valorização das imagens, dos objetos religiosos, dos rituais e dos lugares sagrados. A religiosidade abarcava a vida coletiva e os bens religiosos eram, de certa forma, pertencentes à comunidade que deles usufruíam cotidianamente (FUNARI e PELEGRINI, 2006).

No período de formação dos Estados-Nações europeus, a partir do Século XVIII, ganharam força a preservação patrimonial dos monumentos homenageando as figuras nacionais, tornando-se assim, essenciais para o fortalecimento do ideal de nação unificada, sendo percebidos como capazes de construir uma identidade nacional, a partir da memória coletiva. Segundo CHOAY (2006), o termo *monumentum* deriva de *monere*, que em latim significa lembrar. Partindo dessa definição, monumento histórico constitui-se como tudo aquilo que fosse edificado por grupo ou nação para evitar o esquecimento. Assim, a preservação dos monumentos históricos contribui para a manutenção das memórias coletivas e, conseqüentemente, da identidade nacional.

A virulência da Revolução de 1789 na França desencadeou a necessidade de proteção dos bens representativos da cultura e da pátria. Como as lutas civis ameaçavam os monumentos nacionais e, conseqüentemente, a memória do país, foi criada uma comissão para preservação do patrimônio nacional francês. Esse patrimônio foi percebido, primeiramente, como algo concreto, e por isso passou-se a preservar os monumentos e edifícios, partindo do pressuposto de que a população compartilharia dos mesmos valores. Neste período a percepção de patrimônio o indicava como majestoso e extraordinário na representação da nacionalidade. CASTRIOTA (2009) destaca que um dos primeiros países europeus a estabelecer uma estrutura institucional de conservação do patrimônio foi a França, que já em 1789 reuniu os elementos indispensáveis para a legítima política de preservação do patrimônio monumental. Assim, ao cunhar o termo patrimônio histórico, estavam

classificando os documentos patrimoniais e já possuíam instrumentos jurídicos e técnicos ao dispor da gerência encarregada da conservação. Ainda no final do século XVIII, e pelos dois séculos seguintes, esses elementos propagaram-se pela Europa e para o mundo.

Na intenção de recordar foram criados lugares de memória (ANICO, 2005). Com o intuito de evitar o esquecimento, foram confiados novos usos e sentidos aos museus, monumentos, modos de vida, saberes, lugares e outros exemplares do patrimônio cultural. CHOAY (2006) percebe tais espaços como testemunhas da história, de um passado que se concretizou. Para CASTRIOTA (2009), a função primária destes espaços é guardar a lembrança sobre algo, um fato histórico que precisa ser lembrando e recontado por gerações. Assim, tais lugares de memória configuraram-se como suporte, como forma de tornar material o que era imaterial. Essa memória, que pode existir tanto no plano individual quanto no plano coletivo, estaria ligada à identidade nacional, à ideia de pertencimento. Ao mesmo tempo em que se passou a recordar um passado, incluindo-se certas histórias, outras versões foram esquecidas. ZAMIN (2006) compartilha da mesma visão ao afirmar que ao se preservar os elementos do passado, se salva a sociedade do esquecimento. Contudo, assim como as lembranças são produzidas, também podem ser produzidos os esquecimentos. Dessa forma, seria possível forjar uma narrativa de um passado coletivo, onde só se recorda daquilo que for permitido.

A destruição causada pela Segunda Guerra Mundial, principalmente no continente europeu, marcou o início de uma mudança no processo de energização do patrimônio, tornando-se crucial a reconstrução das cidades e dos monumentos (ANICO, 2005). Essa reconstrução do passado contribuiu para a valorização e a identificação do presente. CHOAY (2006) percebe os espaços de memória do passado como imprescindíveis para a vivência do presente, pois este patrimônio seria parte integrante do cotidiano coletivo. A preservação do patrimônio cultural edificado seria a única forma de se ter ligação com o passado e, conseqüentemente, com as identidades coletivas.

Segundo FUNARI e PELEGRINI (2006), uma definição ampliada do conceito de patrimônio só foi efetivada nos anos 1980, quando diversos países da América Latina expuseram a importância da salvaguarda de bens materiais e imateriais que

fossem capazes de expressar a criatividade e a singularidade de seus povos. Dessa forma, preservar o patrimônio cultural estimulava os povos a reafirmarem sua identidade cultural. Para ANICO (2005), a possibilidade de esquecimento do passado e, por consequência, das identidades, tornou necessária a preservação do patrimônio cultural, que se constitui como elo entre presente e passado, fortalecendo as identidades culturais. Atualmente, o mais usual para que um determinado bem possa ser considerado como patrimônio cultural é lhe atribuir um valor, seja artístico, histórico, paisagístico, etnográfico, etc. Para ZAMIN (2006), estes valores modificam-se conforme a importância e a característica que lhes é apresentada. Assim, os espaços de memória são apreciados como documentos históricos atrelados à afirmação da nacionalidade. Por esta razão, as políticas patrimoniais de preservação partem dos desejos da comunidade, com a preservação de dado patrimônio só se tornando possível quando a comunidade reconhecer e conferir valor ao bem a ser preservado.

2.2 O conceito de patrimônio cultural no Brasil e o SPHAN

No Brasil, durante algum tempo, a história evolutiva do conceito de patrimônio cultural mistura-se com a história da criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). Para RODRIGUES (2006), sua gênese deve ser avaliada sob dois fatos marcantes do século XX: a Semana de Arte Moderna de 1922 e a instauração do Estado Novo (1930). A junção desses três fatores – modernismo, Estado Novo e SPHAN – foram imprescindíveis para a consolidação do conceito de patrimônio cultural nacional brasileiro. Na década de 1920, segundo CASTRIOTA (2009), começou a ser considerada politicamente relevante no Brasil a temática de preservação do patrimônio, envolvendo a participação do Estado. Nesse período a possibilidade de perda do patrimônio colonial foi relatada pela imprensa escrita, que denunciou o abandono das cidades históricas. Para RODRIGUES (2006) tais manifestações, realizadas pela imprensa, deram origem à primeira ação do Governo Federal em criar legislação para salvaguardar o patrimônio histórico nacional. Em decorrência disto é que Ouro Preto/MG foi elevada à categoria de cidade histórica (Decreto 22.928/1933).

Segundo FUNARI e PELEGRINI (2006), a Constituição de 1934 bloqueou a saída de obras de arte do território nacional e também atenuou o direito de

propriedade nas cidades históricas mineiras que possuíssem função social. Tal entendimento acabou dando início aos atos de tombamento no Brasil, designados pelo Decreto-Lei nº 25/1937 – utilizado até então pelo SPHAN – como o principal instrumento jurídico de proteção patrimonial. Segundo ZAMIN (2006), este Decreto organizava a proteção do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, que passou então a ser percebido como, o conjunto de bens móveis e imóveis que possuíssem alguma conexão com os fatos memoráveis da história do Brasil ou que tivesse reconhecidos seus valores arqueológicos, etnográficos, bibliográficos e artísticos. A partir desse Decreto, a preservação do Patrimônio Cultural só se constituiria através do tombamento, contando assim, com a efetiva participação do Estado através do SPHAN.

O uso do termo patrimônio no Brasil foi sendo ampliado com o passar do tempo. Conforme CASTRIOTA (2009) a perspectiva antropológica constituiu-se como determinante para que a noção de patrimônio cultural nacional fosse expandida. Foi a partir desse processo que a noção de cultura deixou de ser apontada apenas como a erudita e passou a englobar manifestações populares e cultura de massa. SOUZA FILHO (2011) compreende que todo bem material possui grandeza imaterial. Assim, um bem cultural, para ser compreendido enquanto cultural, precisa carregar consigo uma evocação, representação ou lembrança de um passado comum. Dessa forma, não há patrimônio material que não possua imaterialidade, assim como para que um patrimônio imaterial seja reconhecido é necessário que se atribua a ele uma materialidade.

Ao longo do desenvolvimento do SPHAN e do conceito de patrimônio cultural no Brasil, tanto a compreensão da importância de bens memoráveis para a história nacional quanto às regras de proteção da cultura imaterial são aspectos que evoluíram até chegar ao conceito mais amplo, consagrado pela Constituição Federal de 1988 (CF/88) (RODRIGUES, 2006). Se até o final dos anos 80 a legislação em vigor estabelecia que somente bens tombados fizessem parte do patrimônio cultural, onde a proteção só seria possível após o tombamento, a partir da CF/88 o tombamento passou a ser entendido como um dos instrumentos de proteção patrimonial, onde os bens culturais independem de tombamento para serem integrados ao patrimônio (SOUZA FILHO, 2011). Segundo RODRIGUES (2006), a

CF/88 foi determinante para a atual conceituação de patrimônio cultural vigente, que inclui tanto bens materiais quanto bens imateriais, individuais ou coletivos, que possuam vínculo com a identidade nacional. Destacam-se igualmente os vários instrumentos de proteção, que vão desde o tombamento, passando pelos registros, inventários, vigilância, dentre outros. A necessidade de preservação de um bem patrimonial se dá no momento em que a população se identifica com ele e lhe atribui valor de memória. É a partir dessa valorização social do patrimônio que se desenvolvem as ações de resgate patrimonial. Para ANICO (2005) a preservação do patrimônio cultural nacional brasileiro está integrada, desta forma, a uma estratégia de proteção das identidades e referências culturais.

2.3 Mercados públicos: seus usos ao longo da história

Com a evolução dos modos de vida, de um estilo nômade para o sedentário, surgem as cidades, a partir do agrupamento de aldeias, antes dispersas, em uma área limitada (ROMANO, 2004). Assim, a vida urbana passa a ter uma relação de dependência com a produção agrícola, dando início à atividade mercantil, não apenas como uma maneira de distribuir tais mercadorias e satisfazer as necessidades da população, mas também com o intuito de promover uma interação entre povos. Para CAVEDON (2004), os espaços de mercado são democráticos, um lugar onde circulam todas as camadas da população, pessoas de posses e pobres, negros e brancos, cidadãos locais e turistas, jovens e velhos.

Segundo ROMANO (2004), a configuração de Mercado surge no início da Idade Média, quando as cidades medievais começam a construir praças na intenção de desenvolver suas atividades de comércio. Além das funções de comércio, as praças medievais também possuíam funções religiosas e cívicas, sendo que as funções cívicas e religiosas se desenvolviam em torno de algum edifício, já sua função comercial exigia apenas o fluxo de pessoas.

No Brasil colonial, a organização urbana das cidades contou com a realização do comércio nas ruas. Uma das situações era a barraca de mercado, pertencente às negras livres, uma construção simples composta por quatro apoios e uma cobertura de folhas de bananeira. Outra situação era a venda de porta em porta feita tanto por negros livres, quanto por escravos acompanhados de seus patrões (ROMANO, 2004). Primeiramente a palavra mercado indicava um agrupamento de pessoas que

tinha como finalidade a comercialização de determinados produtos em um determinado lugar.

Com o objetivo de fundar um local adequado para o exercício das atividades de comércio surgem, no início do século XIX, construções designadas ao comércio de gêneros alimentícios. Sendo assim, o primeiro Mercado brasileiro foi inaugurado em 1841, na cidade do Rio de Janeiro, pioneira na implantação desses espaços de comércio. A construção dos Mercados Públicos buscou controlar as atividades urbanas de comércio e sanar os prejuízos econômicos, ocasionada pela sonegação de impostos por parte do comércio irregular (BRUNO, 2010). O abastecimento de centros urbanos levou também ao desenvolvimento das estradas de ferro, tendo em vista que o comércio necessita do transporte para distribuir sua produção (ROMANO, 2004). Assim foi que as cidades se desenvolveram ao redor dos edifícios de Mercado, fazendo com que estes fossem percebidos como o coração das cidades, mas não apenas por sua centralidade no meio urbano, também por sua importância no surgimento e desenvolvimento das cidades e de suas relações de convívio. A cidade é naturalmente um local de encontro entre diferentes visões e costumes, assim o espaço público dos Mercados é percebido como um local de trocas de experiências e de convívio entre os diferentes grupos (BARREIRA, 2010). Nesse sentido, a existência dos Mercados está intimamente ligada à edificação das cidades, pois os espaços de Mercados atendiam as necessidades de abastecimento dos habitantes da urbe e regiões vizinhas. Além disso, os Mercados afirmavam uma inter-relação política, econômica e territorial, assumindo assim um papel de referência e vivência urbana (LOPES E VASCONCELLOS, 2010).

É através de um formato simples, de uma aparente confusão e desordem gerada por gritos e cheiros distintos, que os Mercados Públicos se configuram como os lugares que proporcionam as trocas de valores, conhecimentos e experiências, contribuindo para o desenvolvimento da vida social das cidades. CAVEDON (2004) reitera que o Mercado é um local de circulação para todos os públicos, sem distinção de cor, classe social ou religião, todos desfrutam do espaço, seja para consumir bens e serviços, ou para aproveitá-lo como um espaço de lazer cultural. De acordo com LOPES e VASCONCELOS (2010), o espaço público é um local naturalmente aberto à produção do encontro entre os diferentes. Assim sendo, as formas de

interação produzidas nestes espaços são imprescindíveis para a vitalidade das cidades. Os edifícios de Mercados constituem-se como espaço de encontros e trocas, local que abriga diferenças e reúne trabalhadores, executivos, estudantes, empregadas domésticas, donas de casa, entre tantos outros cidadãos (ROMANO, 2004).

Conforme LOPES e VASCONCELLOS (2010), a expressão mercado vem do latim “mercatu” e significa local para a venda de produtos alimentícios e outras mercadorias. Dessa forma, o contato direto entre vendedores e compradores permite uma troca contínua que contribui para a efetivação do negócio. Portanto, a troca é fator social que permite a comunicação e a sociabilidade em um constante dar e receber. Todo equipamento ou espaço público utilizado para a reflexão, transmissão de conhecimento, práticas de sociabilidade, preservação da memória, cultura e arte, pode ser compreendido como um centro cultural (EDUARDO e CASTELNOU, 2007). Nesse sentido, os Mercados Públicos, são caracterizados como centro cultural, visto que ambos se diferenciam dos demais espaços de cultura pelo dinamismo, abrangendo diversas possibilidades de manifestações culturais, já que estes espaços encontram-se abertos para todos os públicos. Desse modo compreende-se que os centros culturais representam espaço alternativo, diferente dos tradicionais, para a produção e a difusão da cultura e da arte, onde as atividades propostas não são exclusividades de parcela da população ou grupo específico detentor de poder social. Um centro cultural, da mesma forma que um Mercado Público, reflete a cultura da comunidade ao qual pertence, assim ao realizar atividades voltadas para a população local, este espaço potencializa o sentimento de pertença dos sujeitos (EDUARDO e CASTELNOU, 2007). Portanto, o centro cultural serve como ponto de encontro entre diferentes, onde é possível trocar ideias e conhecimentos, um espaço que favorece a liberdade de expressão.

Os Mercados constituem-se no cerne da vida social, pois propiciam trocas culturais, encontros e interações pessoais. Estes espaços possuem múltiplos usos sociais, desde a relação de compra e venda de produtos, até o uso por atividades distintas que proporcionam lazer e entretenimento. Conforme LOPES e VASCONCELOS (2010), os Mercados são espaços públicos por natureza, permitindo assim, acesso livre e de interação entre toda a população, seja ela

habitante local ou flutuante, independentemente de posição social. Mas apesar de sua importância para a vida social das cidades, os Mercados Públicos encontram-se ameaçados pela concorrência de estabelecimentos comerciais mais modernos, assim os espaços de Mercados passaram a ser lugares alternativos para venda e consumo.

Na segunda metade do século XX houve uma reestruturação no processo de distribuição de produtos, como o hortifrutigranjeiro, por exemplo, assim as novas centrais de abastecimento dos centros urbanos saíram do centro das urbes para as regiões periféricas, obrigando os Mercados Centrais a compartilharem a função de varejo atacadista com outros estabelecimentos. Nesse período passaram a existir no Brasil, os supermercados, uma versão varejista dos clássicos Mercados Públicos, transformando as formas de comércio brasileiro após 1950 (ROMANO, 2004). Conforme BRUNO (2010), a competição com os supermercados, hipermercados e shoppings centers levou os Mercados Públicos ao desuso, ocasionando em sua deterioração. De acordo com LOPES e VASCONCELLOS (2010), os espaços privados de comercialização, em especial os shoppings centers, trouxeram alternativa de consumo e de sociabilidade que se configuram como ameaça aos Mercados Públicos. Mas não são só as novas formas de comercialização que ameaçam a existência dos Mercados Públicos. A análise de COUTINHO E VIDAL (2007) destaca que vários fatores contribuem para a deterioração dos Mercados, além da má administração, o uso inadequado do espaço público corroeu sua identidade e importância cultural. Dessa forma, o espaço passou a ser percebido como problema urbano e não como local de sociabilidades e troca de experiências.

Os espaços de super e hipermercados são lugares frios que não propiciam socialização, trocas ou afetividades, fato que os distingue claramente dos lugares de Mercados ainda que sejam tidos, hoje em dia, como alternativa ao consumo. Nos supermercados não há a presença dos atendentes ou vendedores, estes foram substituídos pelas embalagens, fazendo com que o próprio consumidor escolha e leve sua mercadoria até o caixa, paga pelo produto e indo embora. Para LOPES e VASCONCELLOS (2010), sem a possibilidade de ser atendido individualmente, não é permitido ao cliente do supermercado a barganha ou a pechincha pelo produto. O autosserviço proporciona comodidade, mas não produz relacionamento social.

Diferentemente dos Mercados Públicos, os supermercados reduzem as alternativas de consumo e as possibilidades de troca, restringindo a autonomia do consumidor, enquanto o supermercado produz o automatismo e o esquecimento, os Mercados trazem autonomia e memória (BRUNO, 2010).

As novas formas de comercialização constituem-se em ameaça à existência dos Mercados Públicos. Nos dias atuais, estes espaços já não se configuram mais na única alternativa, tanto para o comércio quanto para o lazer. Os dias modernos pedem uma reconfiguração dos Mercados Públicos para novas formas de uso. A preservação de um espaço público busca valorizar sua importância histórica, arquitetônica, cultural e econômica. Assim, conforme COUTINHO e VIDAL (2007), o projeto de requalificação de um Mercado Público pretende devolver para a cidade um equipamento adequado à época atual, para o desenvolvimento de atividades de comércio, serviços, cultura e lazer, sem que isso afete a estrutura e a função original dos Mercados.

BRUNO (2010) destaca que os Mercados Públicos não possuem valor patrimonial apenas por serem um monumento arquitetônico, mas também pelos saberes dispostos entre os corredores e as bancas e nas relações entre os indivíduos e os objetos. Os edifícios existem pelo que transmitem à sociedade e não apenas pelo que possuem de palpável, de físico (ROMANO 2004). Assim, a iniciativa de manter estes espaços parte tanto da população quanto dos órgãos responsáveis de preservação do patrimônio cultural, através dos Institutos Patrimoniais e pelos diversos interesses de governo. Segundo CAVEDON (2004), os Mercados Públicos são percebidos por muitos como patrimônio histórico que deve ser preservado, pois representa a memória e a tradição do local onde se situa. Para CHOAY (2006), o patrimônio edificado é o que mais se relaciona com a vida de todos, pois está presente no cotidiano, fazendo parte não apenas da paisagem, mas também das ações dos cidadãos já que possui utilização funcional. Conservar um edifício histórico é preservar a identidade comunitária. A recuperação de Mercados Públicos constitui-se na recuperação de antigos hábitos e práticas sociais e, por consequência, na manutenção das identidades culturais.

BARREIRA (2010) destaca que os centros urbanos evocam o passado sem, contudo, deixar de respeitar o presente e o futuro quanto às possibilidades de uso

de seus espaços e equipamentos históricos. Possibilitam conhecer e experimentar o passado, mas sem viver propriamente nele. A antiga arquitetura dos edifícios conversa assim com as novas necessidades de uso do espaço. De acordo com COUTINHO E VIDAL (2007), o desenvolvimento urbano requer espaços flexíveis às novas funções para que assim possam abarcar maior número de usos e atividades de encontro.

O restauro da estrutura física dos Mercados é apenas o primeiro passo que permitirá o resgate de suas práticas de sociabilidade. Segundo COUTINHO e VIDAL (2007), é a partir daí que os comerciantes, cidadãos e visitantes poderão desfrutar dos espaços experimentando os sabores, os aromas ou o simples passear, permitindo atender mais do que as necessidades materiais de consumo, mas também as necessidades de absorver novas experiências. Os Mercados Públicos representam tecido vivo da cidade, compondo e fundamentando sua história e cultura. São lugares repletos de simbologias e memórias que abriga experiências vitais, onde a permanência das atividades econômicas possibilita o desenvolvimento de novo modelo econômico, a economia solidária (BRUNO, 2010).

De acordo com CAVEDON (2004), o diferencial dos Mercados está no “bom” atendimento, na qualidade dos produtos e na variedade. O “bom” atendimento implica conhecer os gostos dos clientes, fazendo com que eles sintam-se reconhecidos e únicos. Para BRUNO (2010) os Mercados Públicos preservam a antiga atividade de troca, uma vez que o uso das bancas concebe respeitosa aproximação entre o produtor, o comerciante e o consumidor, garantindo assim uma relação de confiança e afetividade. De tal modo, não apenas por sua localidade, mas também por seus aspectos afetivos, que os Mercados Públicos são enaltecidos como o coração do lugar onde se localizam. O espaço público dos Mercados é híbrido, situa-se entre a tradição e a modernidade, entre o público e o privado, entre o sagrado e o profano, entre o paternalismo e o profissionalismo, entre o comercial e o afetivo (CAVEDON, 2004).

2.4 Novos usos do espaço edificado: requalificação do mercado

A preservação do patrimônio cultural edificado é um tipo de mediação entre o presente e o passado que ocorre em função do vínculo que possui com as identidades culturais. Para PELEGRINI (2006), é a partir da memória que se

estabelece este vínculo entre as gerações e o tempo histórico onde se localizam. É necessário viver no presente, porém não será possível situar-se no presente sem conhecer o passado. A memória faz parte da construção de uma identidade que, conforme CHOAY (2006), só será preservada com a preservação dos monumentos históricos, pois ao mesmo tempo em que a cidade histórica constitui-se como monumento, também é tecido vivo.

O patrimônio edificado constitui-se como suporte que serve para preservar as memórias coletivas. De acordo com ZAMIN (2006) a preservação de bens materiais é uma forma de garantir a sobrevivência dessas memórias. A memória está em constante processo de construção e reelaboração, pois não é em si mesma, mas determinada pelo presente, a partir de elementos externos ao indivíduo. As ações oficiais para a preservação do patrimônio cultural constituem-se como prática recente. O “ritmo da história” propicia adaptações constantes nestas ações preservacionistas, onde as transformações que a modernidade traz ameaçam de destruição tudo daquilo que se tinha e se sabia, colocando o homem moderno em constante conflito com o novo. Para MOURA *et al* (2006) a globalização tende a transformar e conseqüentemente destruir o patrimônio edificado. Uma forma de frear os efeitos negativos da globalização é reforçar a diversidade e as identidades culturais, através da preservação e da valorização do patrimônio edificado, onde a imagem da cidade contribui para a criação de laços afetivos e identitários da população.

Um dos desafios da atualidade é tornar o patrimônio edificado funcional. Para que isso ocorra é necessário integrar modernidade e tradição. ANICO (2005) declara que o passado se configura como parte complementar da cultura contemporânea, pois são as condições do presente que constroem o passado, atribuindo-lhe sentido e significado. VARINE (2013) acredita que o patrimônio, em seu contexto, integra a cultura viva das sociedades, colocando o uso funcional do patrimônio como maneira de garantir a permanência do vínculo entre as comunidades e suas identidades culturais. Assim, a cidade moderna e a cidade antiga não devem dissociar-se, mas fazer parte do mesmo corpo. Para isso, a cidade moderna precisa reabilitar seus bens patrimoniais para integrá-los a vida cotidiana. Conforme PELEGRINI (2006), a partir da década de 1980, a preservação do patrimônio constituiu-se como

importante instrumento empregado na manutenção da dinâmica urbana. Para EDUARDO e CASTELNOU (2007), toda cidade é centro de cultura, é viva e está em constante processo de mutação. A integração entre passado e presente deve acontecer não apenas no sentido de viver o passado, mas de experimentá-lo no presente.

A preservação não se interessa apenas pelo valor utilitário do imóvel. Para CHOAY (2006), serve também para guardar, como em um documento, os fatos históricos e memoráveis que compõe as identidades. Já EDUARDO e CASTELNOU (2007) expõem que os edifícios históricos devem ser preservados não apenas como documento de pesquisa para as futuras gerações, mas também porque estes se constituem, no presente, como instrumentos de comunicação, educação e desenvolvimento. VARINE (2013) destaca que alguns proprietários de monumentos acreditam em apenas dois usos “dignos” ao patrimônio cultural, a moradia e a visita turística. Pensavam em transformar todo prédio antigo, que desejassem preservar, em museu ou centro cultural. Mas todo elemento patrimonial poderia servir de muitas coisas distintas, conforme o período e o estágio de desenvolvimento do lugar. Nesse sentido PELEGRINI (2006) adverte que adaptar o patrimônio edificado a novo uso nem sempre resulta em processo unificado de reabilitação regulado pela gestão urbana. A requalificação das cidades deve contar com múltiplas intervenções, visando melhoria na qualidade de vida dos habitantes através da valorização dos potenciais econômicos, sociais e funcionais. Dar utilidade aos prédios históricos constitui-se estratégia de preservação para garantir sua existência. De acordo com CHOAY (2006), a forma mais audaciosa e difícil de valorização do patrimônio edificado é a reutilização dos edifícios para um novo uso, pois as cidades e bairros históricos só serão preservados e integrados à vida contemporânea se sua nova destinação combinar com sua morfologia e com as dimensões do espaço, já que o uso não deve ser mais importante que o imóvel. Dessa forma, é preciso ter bom senso para decidir sobre a nova ocupação do edifício histórico, pois não é o prédio que deve se adaptar ao empreendimento, mas sim o inverso.

A reutilização do patrimônio edificado precisa levar em conta os instrumentos empregados no processo de preservação deste bem patrimonial. LOPES (2013) destaca que o tombamento é um dos recursos que visa salvaguardar os espaços

públicos significativos para a história da cidade. Segundo SOUZA FILHO (2011) quando é declarado o interesse de preservação de um bem, ele passa a ter seu uso restrito as possibilidades que já ofereça. Sendo assim, nenhum bem patrimonial que tenha sido tombado, pode ser destruído ou descaracterizado para receber novos usos, bem como qualquer intervenção que seja necessária ao imóvel deve ser analisada e aprovada pelo órgão que realizou o tombamento. Para que um bem cultural assuma seu valor histórico como documento, é imperativo que sua forma original seja preservada. Na medida em que a degradação do imóvel atrapalha esta investigação histórica, surge a necessidade de intervenções para a conservação e a restauração do patrimônio edificado (ZAMIN, 2006). Qualquer dano sofrido por este patrimônio será irreparável. As intervenções feitas para sua conservação também se constituem como dano. De acordo com CHOAY (2006), os atos de destruição devem limitar-se a ferimentos que posteriormente serão entendidos como cicatrizes, que podem ser feitas em diversos momentos, desde intervenções executadas com o objetivo de preservar, atos de vandalismo ou mesmo pela ação corrosiva do tempo. Mas deve ficar claro que estas marcas deixadas pelo tempo também fazem parte da essência do bem a ser preservado.

A preservação patrimonial, no que diz respeito aos edifícios históricos, constitui-se como conjunto de obras que visa proteger e garantir a sobrevivência e a continuidade deste patrimônio. Com isso surge uma série de expressões que integram as políticas de intervenções urbanas. Muitos desses termos adotados nos projetos urbanísticos, utilizam o prefixo “re”, o que segundo LOPES (2013), indica uma tentativa de “voltar a”, de refazer um tempo específico, sugerindo a repetição de algo já existente, mas sob um formato novo. Uma das expressões mais utilizadas no processo de preservação do patrimônio histórico é a restauração. Conforme LOPES (2013), o termo preservar dá lugar, muitas vezes, ao restauro que precisa respeitar características e funções originais do edifício, com o objetivo de deixá-lo exatamente como era antes. Assim, as técnicas utilizadas buscam, com fidelidade, a forma original do imóvel. Mas apesar de priorizar a originalidade do imóvel, a restauração pode atacar contra a autenticidade do edifício, já que os acréscimos deixados pelo tempo se configuram como parte de sua história. CHOAY (2006) adverte que a restauração de um edifício significa a maior destruição que este pode sofrer. Por isso que restaurar seria impossível, algo como ressuscitar um morto. Assim, a

restauração só deveria acontecer se todos os outros instrumentos de preservação tiverem fracassado, pois a parte restaurada de um edifício não deve passar-se por original, as partes legítimas devem ser claramente distinguíveis das inautênticas.

Outro conceito recorrente nos projetos de preservação do patrimônio urbano é a revitalização. A revitalização é entendida como conjunto de ações que buscam dar nova vida ao lugar, recuperando áreas urbanas degradadas. De acordo com LOPES (2013), os projetos assinalados como revitalização buscam, a partir do reparo do patrimônio edificado, estabelecer uma imagem nova para o bairro apontado como degradado ou marginalizado. Tais intervenções articulam-se como de interesse da economia local, com a refuncionalização dos espaços. A revitalização urbana estabelece um processo de planejamento estratégico capaz de influenciar na melhora da qualidade do ambiente urbano de forma social, econômica e cultural (MOURA *et al*, 2006). Contudo, o objetivo de atrair novos usuários é apresentado como se os mesmos não existissem. Para LOPES (2013), o termo revitalização, utilizado em alguns projetos de intervenção urbana para dar nova vida a um espaço, soa como se no lugar a ser revitalizado não existisse vida, desconsiderando as práticas realizadas anteriormente.

O termo revitalização estabelece operações que incentivam uma melhoria nas atividades socioeconômicas de um ambiente em declínio, dando vida a uma cidade que está morta. Considerando a revitalização como instrumento que recupera o espaço, promovendo uma dinâmica econômica, PELEGRINI (2006) adverte que este processo não se estende a toda população, pois limita o acesso aos espaços públicos e equipamentos urbanos aos menos abastados, deixando assim de promover o direito à cidadania e à consciência da preservação. Segundo LOPES (2013), a revitalização apresenta-se como sinônimo de requalificação. Por esta razão que a expressão revitalização vem sendo gradativamente substituída por requalificação, pois quando se revitaliza um espaço tido como degradado, automaticamente cria-se uma política de exclusão.

A requalificação opõe-se ao sentido excludente da revitalização, pois propõe melhora na qualidade de vida da população promovendo, através da recuperação de equipamentos e infraestruturas, a valorização do espaço público e das formas originais de representações sociais, buscando conter o sistema de exclusão

(MOURA, *et al*, 2006). Requalificação é utilizada como sinônimo de função, assim os projetos de intervenção urbana que utilizam a expressão buscam dar nova função aos espaços públicos, a um bairro ou a uma cidade. O patrimônio cultural passa a servir de outras coisas, ganhando uso funcional que se difere do de origem. Nesse sentido, igrejas, castelos, mansões particulares, palácios, sítios naturais ou arqueológicos, assumiram novas funções. Segundo VARINE (2012), estas novas vocações do patrimônio têm como objetivo garantir um vínculo com a comunidade e também acessibilidade a estes bens patrimoniais.

Para MOURA *et al* (2006), a requalificação estabelece nova organização do território para uma melhor utilização dos espaços, contribuindo para o desenvolvimento econômico. Mas de acordo com PELEGRINI (2006) nem sempre a adaptação do patrimônio a um novo uso ou função, surge de projeto integrado que visa requalificar a cidade através de intervenções capazes de valorizar as potencialidades funcionais, econômicas e sociais do local e promover melhoramento na qualidade de vida da população residente, sem descaracterizar as áreas da cidade. Nesse sentido LOPES (2013) salienta que os projetos de requalificação dos centros históricos também procuram projetá-los para o turismo, pois as intervenções realizadas no patrimônio supervalorizam a estética. Assim, o urbanismo cria espaços voltados para a população flutuante e não para a população local.

De acordo com ANICO (2005), o patrimônio cultural é um modo de produção que utiliza o passado como recurso, alimentando assim o consumo cultural através de potencialização socioeconômica que visa atrair turistas. VARINE (2012) considera o consumo cultural como o primeiro uso do patrimônio. Porém conservá-lo e transmiti-lo não é suficiente para garantir sua existência. Além disso, o desenvolvimento que este consumo propicia limita-se a parcela da população. O patrimônio histórico torna-se mercadoria, uma vez que destina-se a público específico. De acordo com LOPES (2013), as políticas de requalificação do patrimônio utilizam formas de apropriação que dificultam a convivência entre grupos distintos, pois as novas funcionalidades desse patrimônio geralmente promovem a exclusão da população carente. VARINE (2012) adverte que a utilização do patrimônio como recurso não deve servir apenas ao turismo e a cultura, mas a sociedade como um todo. Desse modo, o desenvolvimento gerado pela

requalificação do patrimônio de uma cidade deve abranger também economia, educação e identidade cultural, garantindo a inserção social de todos os grupos, sem distinção.

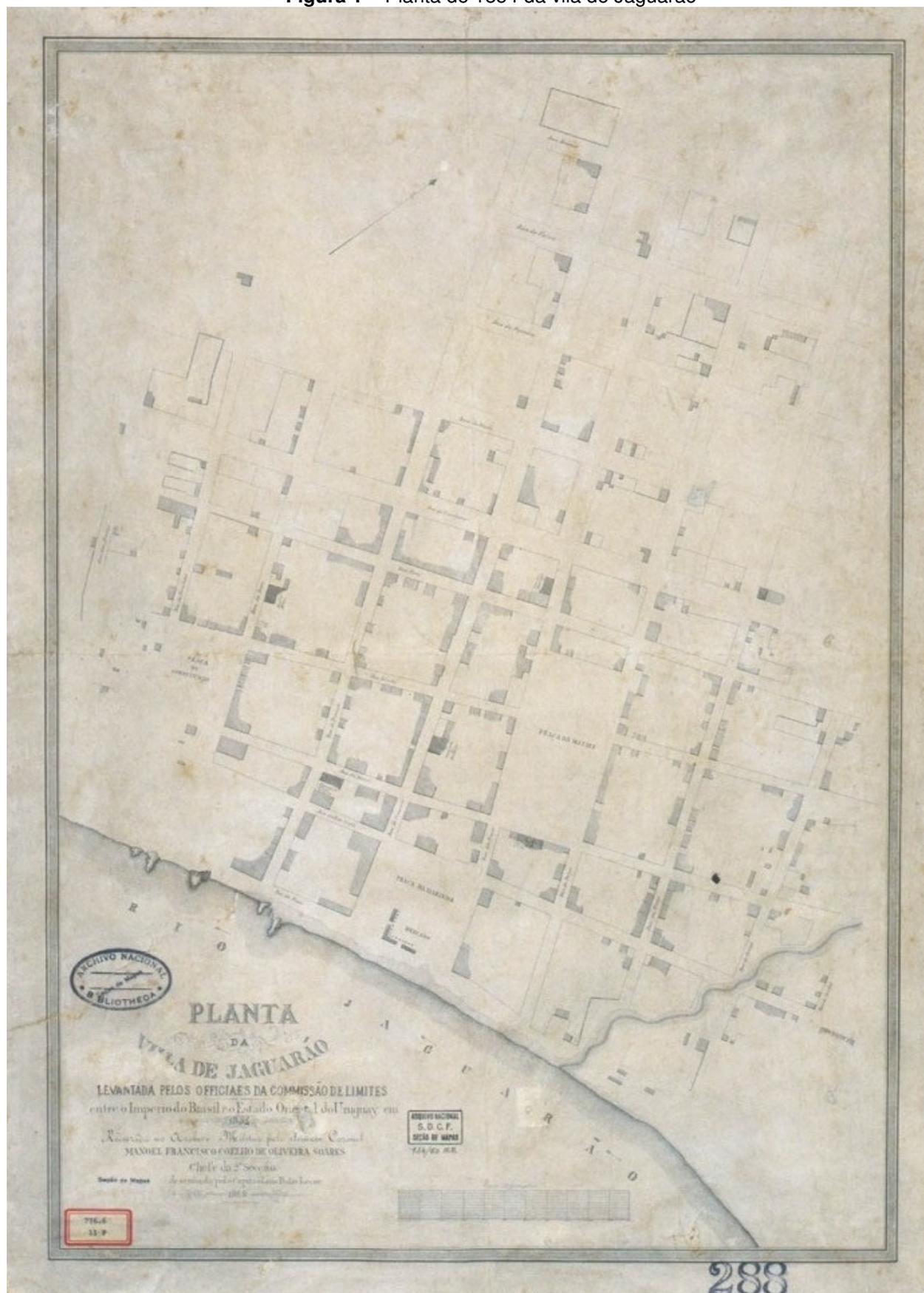
Para LOPES (2013) qualquer intervenção realizada no patrimônio cultural tem por objetivo restaurar o que está degradado, dando nova utilidade ao espaço, para que assim a economia local possa ser dinamizada, atraindo não apenas novos investimento e turistas, mas também motivando a habitabilidade e valorizando a imagem do grupo político que executou a intervenção. PELEGRINE (2006) expõe que para utilizar o patrimônio a serviço do desenvolvimento local, muitos projetos de requalificação visam a transformação de centros urbanos antigos em lugares atraentes e aptos a receberem os turistas. Apesar disso, conforme CHOAY (2006) há associações em defesa do patrimônio que defendem proteção estratégica das malhas antigas com a reapropriação pelas pessoas que as habitam e não por aqueles que apenas as consomem. Através de projetos de requalificação busca-se dar nova funcionalidade aos espaços públicos, atraindo novos usuários a partir de programação de atividades que, segundo LOPES (2013), visa restaurar antigos sentidos perdidos no tempo. Assim, as políticas de preservação do patrimônio urbano buscam combinar simbólico e econômico, passado e futuro, nos projetos de requalificação do espaço público, para dar novo uso que seja capaz de integrar o patrimônio material e o patrimônio imaterial. Deixando de priorizar o que é material e passando a valorizar também os espaços de convívio social.

3. MERCADO PÚBLICO DE JAGUARÃO

3.1 Construção e utilização do Mercado Público de Jaguarão

O atual prédio do Mercado Público foi erguido entre os anos de 1864 e 1867. Anterior a edificação, existiam no local pequenas casas de madeira. Conforme FRANCO (2006), na antiga planta de 1854 da vila de Jaguarão, feita por oficiais da Comissão de Limites entre o Império do Brasil e do Estado Oriental do Uruguay (Figura 1), há registro de um prédio de construção pequena com a designação de “Mercado”, situada um pouco abaixo de onde se localiza a edificação atual.

Figura 1 – Planta de 1854 da vila de Jaguarão



Fonte: Arquivo Nacional Portugues Torre do Tombo, Lisboa, Portugal

Para explicar a existência deste prédio, em 17/04/1849 a Câmara Municipal comunica, mediante ofício, ao então Presidente da Província o General Francisco José Soares de Andréa a autorização da construção do que foi denominado como “quartos para mercado”. O referido ofício indicava como deveriam ser construídos tais quartos: com varanda para frente sobre pilares de 8 palmo de altura, cada um deveria ter 20 palmos de frente (4,40m), 18 palmos de fundo (3,96m) e 15 palmos de altura (3,30m), cada peça com porta e janela para frente e outra janela menor para o lado de fora, todos feitos em forma de meias-águas. Os custos com a construção destes “quartos para mercado” ficariam a cargo daqueles que estivessem interessados em explorar os cômodos, tendo um prazo de 6 anos para desfrutar do espaço que posteriormente deveria ser entregue ao patrimônio municipal sem indenização. No entanto, o Presidente Andréa rejeitou o projeto dos vereadores, indicando a possibilidade de se construir um mercado com melhor aspecto. Os membros da Câmara não esperaram pela autorização do Presidente da Província e liberaram a construção do modesto mercado e quando chegou à negativa de Andréa em 10/09/1849, seis quartos já estavam prontos (FRANCO, 2006).

De acordo com o Dossiê de Tombamento (IPHAN, 2010), a primeira notícia referente à existência do projeto para a construção de um Mercado Público em Jaguarão data de 1856, quando a Câmara envia ao Governo um plano de melhoramento para a cidade, onde consta o desenho e o orçamento para obras no cais. Em correspondência enviada a Polidoro Antônio da Costa, empreiteiro da obra, o Major José Maria Pereira de Campos, então engenheiro e inspetor de obras da província, relata algumas mudanças necessárias à construção do mercado. Ao analisar o projeto, Pereira Campos achou a planta imperfeita por não conter varanda coberta que abrigasse os comerciantes da chuva e do sol. Além disso, critica a qualidade do material empregado. Por isso o Major sugeriu melhorias no projeto e no material que seria empregado na construção do mercado (IPHAE, 2010).

A Câmara Municipal foi autorizada a construir o Mercado em 1859, quando fez empréstimo para a edificação do atual Mercado Público. As obras iniciaram em 1863, quando a Câmara novamente pediu permissão para efetivar a obra, que foi contratada no ano seguinte em 1864. Deste modo, a construção do Mercado Público Municipal de Jaguarão se deu entre 1864 e 1867. Na ata de 19 de fevereiro de 1867

da Câmara Municipal, consta que o empreiteiro da obra Polidoro Antônio da Costa solicitou a Câmara que assumisse a obra do mercado, visto que faltava apenas a colocação do restante do gradeamento. Em junho do mesmo ano os quartos do novo mercado já se apresentavam prontos para serem alugados, com ocupação a partir de julho (IPHAE, 2010). O edifício do Mercado Público Municipal de Jaguarão apresenta planta em “L” composta por duas alas simétricas, contornando um pátio interno com fechamento diagonal, com portão e escada de acesso a uma área aberta e pavimentada, possui uma aparência de fortaleza e linguagem luso-brasileira com elementos ecléticos (SÁ, 2016).

Posteriormente à inauguração do prédio foi construída uma varanda na parte interior da edificação para proteger os quartos do sol e da chuva. O aluguel de um quarto no mercado era de cerca de dez mil réis, valor considerado alto para esta época, mas segundo o levantamento do IPHAE (2010), esse valor se justifica pelo fato de Jaguarão ser região de fronteira, o que possibilitou a vinda de grande quantidade de comerciantes castelhanos para a localidade.

O Mercado passou por reforma entre os anos de 1917 e 1920, sob a administração do coronel Pedro Frederico Rache, dono de casas de comércio no local (IPHAE, 2010). De acordo com SÁ (2016), tal reforma descaracterizou a edificação, devido às alterações feitas. As bandeiras das portas externas, originalmente em madeira, foram substituídas por alvenaria e ornamentadas com azulejos. Alguns vãos foram fechados e o muro da fachada leste foi acrescido de mais meio metro, com intuito de barrar o vento. Também foram retirados os gradis que ficavam sobre os muros circundantes. Além disso, foram eliminadas a cisterna e demolida a escada lateral direita que dava acesso ao prédio pela rua 15 de Novembro que, conforme IPHAE (2010), já se encontrava em ruínas. (Figuras 2 e 3).

Figuras 2 e 3 – Fachada do Mercado Público antes da reforma de 1917-20 e em 2010



Fonte: Instituto Histórico e Geográfico, sem data e Levantamento Diagnóstico realizado pela Brasil Arquitetura, 2011

Nos anos que se seguiram, o Mercado Público constituiu-se em importante local de comércio promovendo constantes trocas de mercadorias, que chegavam por meio do rio Jaguarão vindos de várias partes do país e até mesmo do Uruguai e os

distribuía para outros centros distribuidores ou consumidores, um verdadeiro núcleo abastecedor (IPHAE, 2010). Conforme M.H.M., nascida em 1944 e que trabalhou na loja de tecidos Casas Pernambucanas, o forte movimento se dava pela grande presença de uruguaiois, pois na época existia um carro a motor que os trazia para Jaguarão e assim eles levavam grande quantidade de tecido e outras mercadorias. E. R. nascido em 1931, destaca o quão movimentado era o Mercado Público e que este era o único mercado que existia na cidade. Há diversos relatos que destacam a grande movimentação que o Mercado Público de Jaguarão possuía em seus tempos áureos (Figura 4). I.C., nascida em 1919, cita a venda de uma grande variedade de frutas. Já J.B., nascida em 1930, menciona a existência de dois açougues, onde tudo que se imaginava de horta tinha ali, além de banca de peixes que vendia peixe vivo, na beira d'água. Conforme o relato de M., nascida em 1937, tudo o que se procurava tinha no Mercado, com mercadorias trazidas pelos próprios agricultores. Muitos dos produtos que eram comercializados no Mercado Público eram produzidos em chácaras na zona rural do município. Tais usos mantiveram-se até o processo de tombamento.

Figura 4 – Pátio interno do Mercado



Fonte: Instituto Histórico e Geográfico, sem data.

A abertura do processo de tombamento teve início em 1986, a partir de um levantamento realizado por alunos e professores da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pelotas (FAURB/UFPel). Segundo o IPHAE (2010), para dar continuidade às metas propostas pelo Projeto Jaguar, foi elaborado pela Prefeitura Municipal de Jaguarão o pedido de abertura do processo de tombamento do Mercado Público, por meio do ofício número 366/86. 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.

Entre os anos de 2009 e 2010 foi elaborado pelo IPHAN um dossiê que resultou no tombamento do Conjunto Histórico e Paisagístico de Jaguarão, que de acordo com LEOTI (2014), utilizou como referência o Projeto Jaguar, atualizando e complementando as informações. Com o tombamento 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. Assim, com o tombamento do conjunto urbano foi atribuído ao Mercado Público o Grau de Proteção C1 (conservação rigorosa), pois apesar das alterações pela qual o imóvel passou ao longo do tempo, deveria ter preservadas ao máximo suas características originais, pois se constitui como um importante documento histórico (SÁ, 2016).

Apesar de ter servido como importante centro de compras e abastecimento, tanto da população local como das regiões vizinhas, o Mercado Público entrou em decadência nas últimas décadas. Segundo relato de O., nascido em 1926 e natural de Rivera mas que reside em Jaguarão há mais de 40 anos, o Mercado já se encontrava em decadência na época em chegou aqui, pois segundo ele no local já teve açougue, armazém, mas já estava quase tudo fechado, resistindo alguns poucos comércios no local. Em julho de 2013, o município foi notificado pelo IPHAN da necessidade de imediata de desocupação do local tendo em vista a situação em que se encontrava o prédio do Mercado, sendo assim, o Corpo de Bombeiros interditou o imóvel, utilizando como referência o laudo técnico do engenheiro do município, expedido no dia 05 de julho de 2013, onde constam os graves problemas no comprometimento estrutural e na rede elétrica, oferecendo riscos tanto aos comerciantes do local quanto a população que frequentava o espaço. (Figuras 5 e

6). De acordo com SÁ (2016) as obras contratadas com recursos do PAC CH, iniciaram em julho de 2014.

Figura 05 – Fachada Sudoeste e alvenaria interna com marcas de infiltração



Fonte: Levantamento Diagnóstico realizado pela Brasil Arquitetura, 2011.

3.2 O projeto de requalificação do Mercado Público Municipal de Jaguarão

Em agosto de 2010 foi assinado o contrato de prestação de serviços entre a empresa Brasil Arquitetura Ltda. (contratada) e o Município de Jaguarão (contratante). O objeto do referido contrato e o Anteprojeto Arquitetônico para o Mercado Público Municipal, que é composto por duas etapas: o Anteprojeto, que permite identificar a viabilidade física, legal e econômica; e o Projeto Executivo de Restauro, Arquitetura e Complementares, que consiste na elaboração de todos os desenhos e memorial descritivo, buscando o máximo de detalhamento para a execução da obra.

O Projeto de Restauração do Mercado Público foi concluído em fevereiro de 2011 e apresentado pelo Arquiteto Marcelo Ferraz na sede do IPHAN em Porto Alegre. A proposta foi aceita por assinalar um restauro completo do imóvel, que antevia também um direcionamento para atividades de estímulo ao desenvolvimento econômico por meio do turismo, sem descuidar da preservação do patrimônio cultural. O projeto foi custeado, em parte, pela Secretaria de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul, com contrapartida da Prefeitura de Jaguarão. Por ser um imóvel tombado em nível estadual e federal, depois de finalizado, o projeto precisou passar pela análise e aprovação no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Estadual (IPHAE), e pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), somente após estas etapas e que se pode começar a captação de recursos.

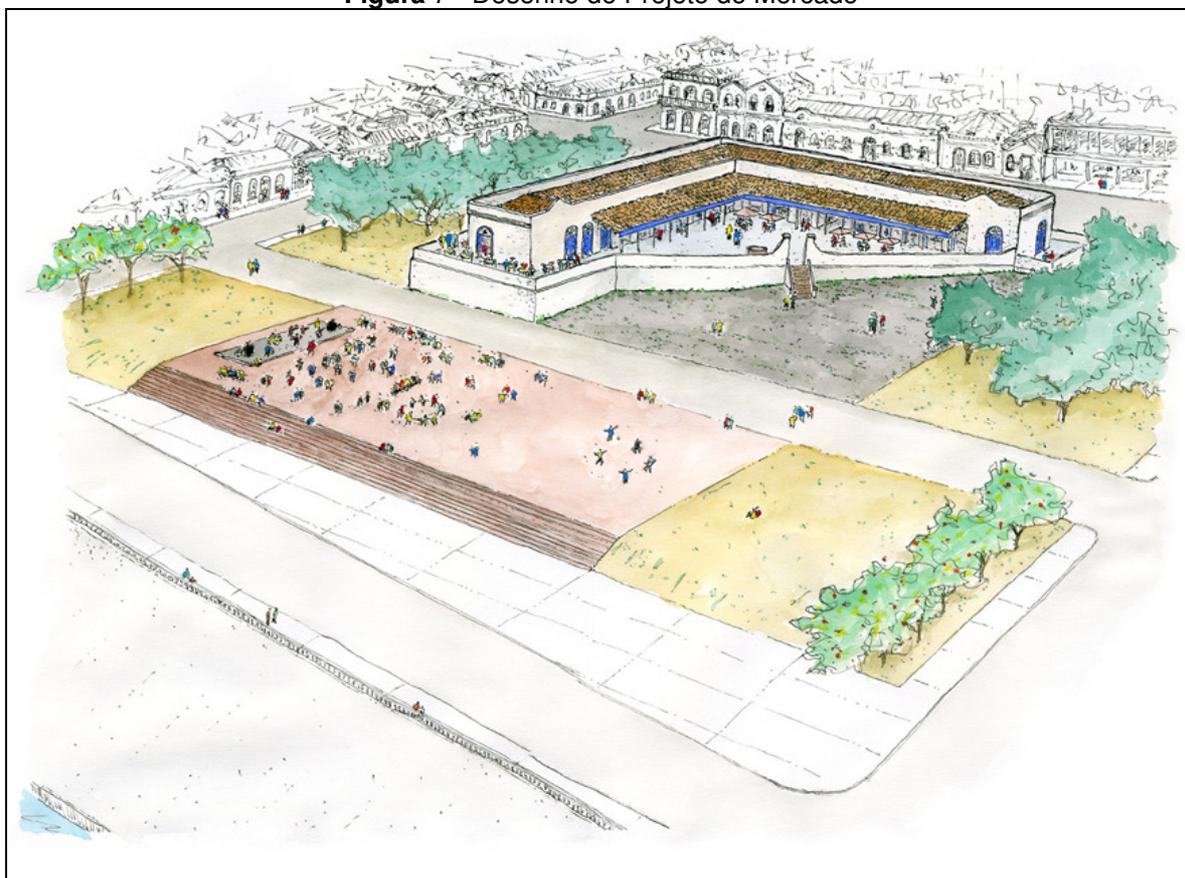
Através do Programa PAC – Cidades Históricas, do Governo Federal, foram destinadas ao município de Jaguarão cerca de R\$ 40 milhões visando à recuperação de prédios e áreas tombadas na cidade. O Mercado Público inclui-se dentre as prioridades do referido programa. De acordo com o Termo de Compromisso publicado no Diário Oficial da União, em 26 de março de 2014, a restauração do Mercado Público Municipal recebeu o valor de R\$ 4.504.323,32, através do PAC Cidades Históricas (processo nº 01450.004517/2014-46).

Foram diversas etapas até chegar à fase de contratação da obra de restauro no Mercado, onde a vencedora da Concorrência Pública nº 005/2014, foi a empresa Marsou Engenharia Ltda. O contrato, assinado em junho de 2014, exigia a realização de serviços como: a estabilização estrutural do prédio; restauro da cobertura e varandas, dos foros, dos rebocos e revestimentos, das esquadrias de

madeira e ferro, dos pisos e rodapés externos e internos, das escadarias, dos porões; requalificação do prédio com a imunização e pintura em geral; construção do PPCI e SPDA; projeto executivo de remoção das raízes e de reconstrução do poço artesiano.

Segundo o site da empresa Brasil Arquitetura, uma das propostas do projeto sugeria uma espécie de “limpeza” da paisagem, com a requalificação do entorno e a criação de uma praça entre o mercado e o rio, que poderia abrigar diversos eventos culturais (Figura 7).

Figura 7 - Desenho do Projeto do Mercado



Fonte: site Brasil Arquitetura

Contudo, a efetivação desta proposta implicaria na demolição de alguns prédios, como o da antiga usina da CEE (Companhia Luz Elétrica Jaguareense). A preservação de um edifício histórico deve levar em conta seu entorno, dessa forma a requalificação do Mercado Público não deve ignorar a existência de outros prédios que também compõe a história e a memória afetiva da população. De acordo com ZORZI (2012), o prédio da usina elétrica faz parte do cotidiano da população e poderia também, ser refuncionalizado para abrigar novos usos, como um museu ou

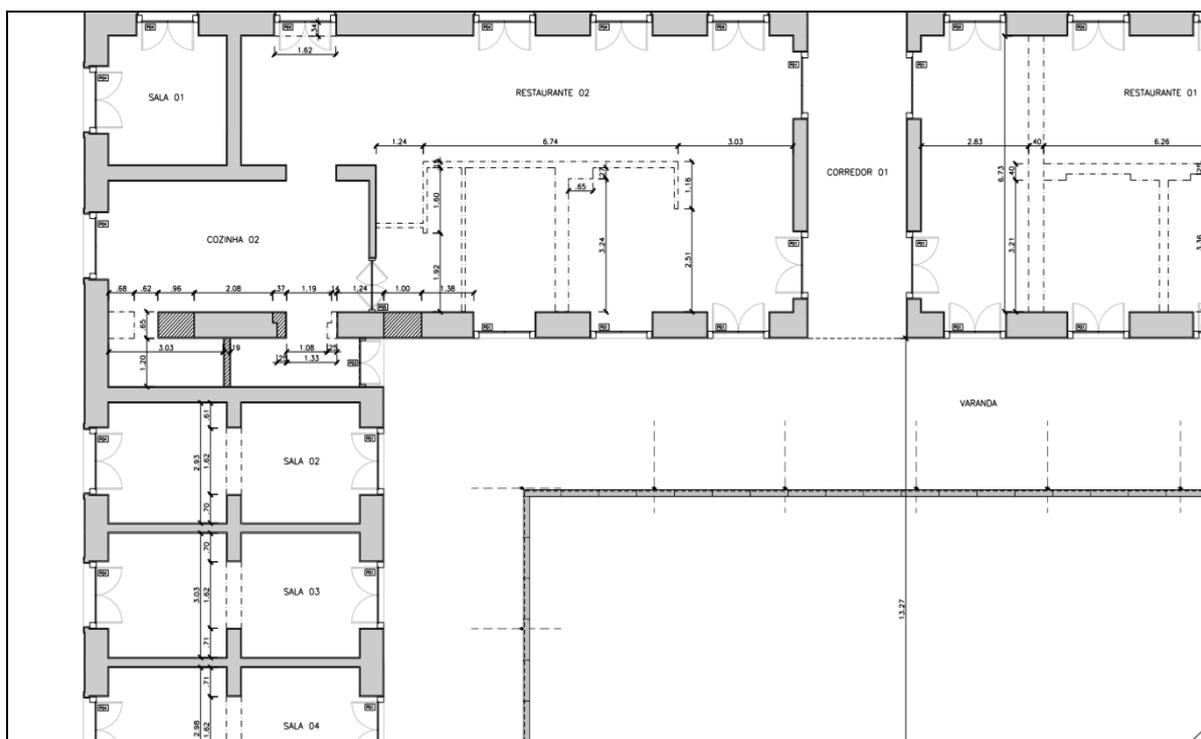
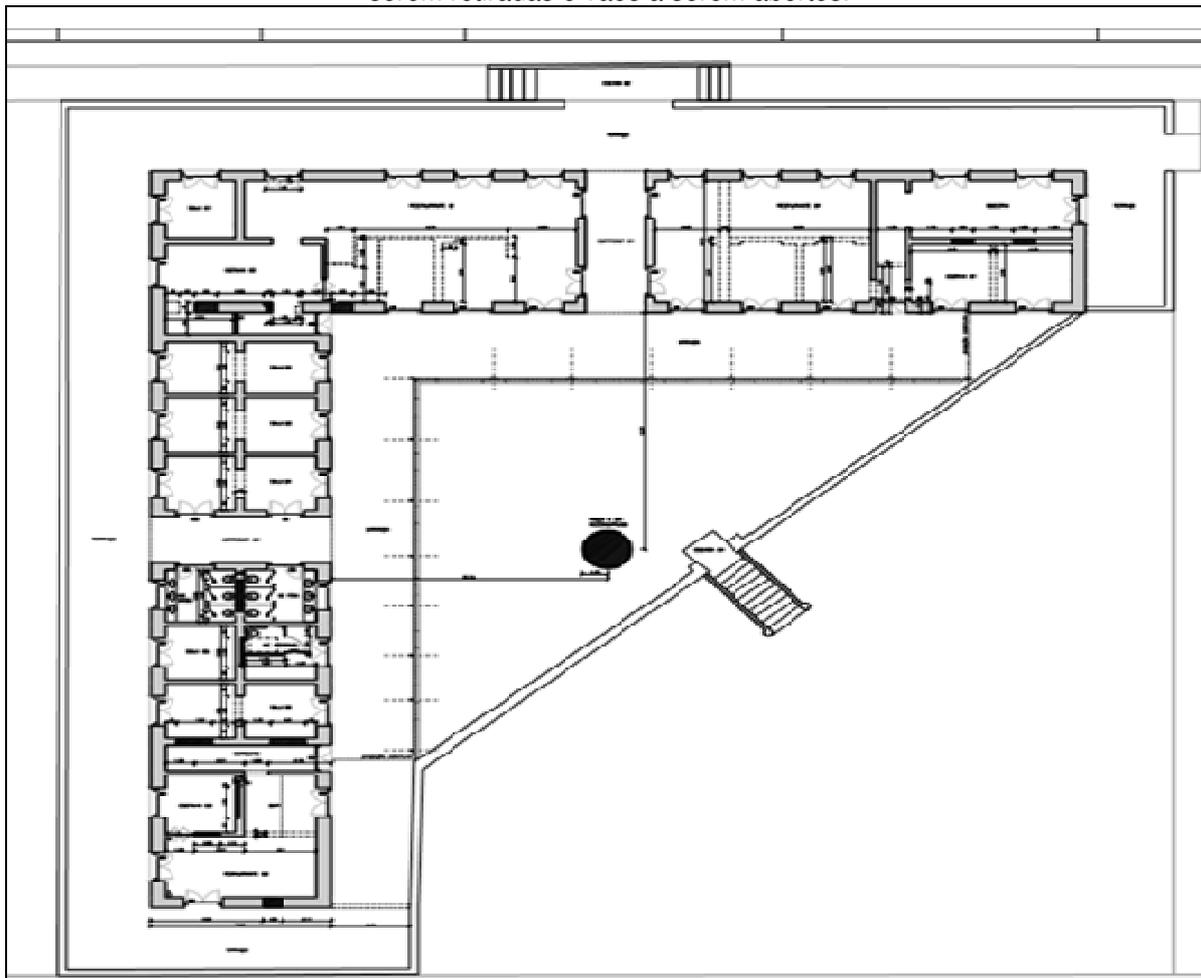
centro cultural, por exemplo. De acordo com SÁ (2016), a proposta que previa a demolição do prédio da usina gerou polêmica no município. Assim, a ação do PAC CH acabou por deixar para um segundo momento esta intervenção. Em agosto de 2017, em conversa com a arquiteta da prefeitura Adriane Ança, foi exposto que a nova gestão do município está estudando uma proposta de intervenção para o prédio da antiga usina.

A requalificação do Mercado Público sugere um uso gastronômico, de acordo com o Memorial Descritivo (2013) elaborado pela empresa Brasil Arquitetura, o grande desafio da intervenção é capacitar o edifício histórico as necessidades estruturais de seus novos usos, sem causar danos às características originais deste patrimônio. Conforme o documento, os equipamentos essenciais à nova funcionalidade do Mercado, bem como todas as intervenções realizadas no imóvel, não trarão prejuízo à originalidade do edifício.

De acordo com Adriane Ança, a maneira pensada para o Mercado Público voltar a funcionar foi sua utilização como espaço gastronômico, por dois motivos: o primeiro é a vida contemporânea onde às pessoas trabalham fora de casa e com isso passaram a fazer suas refeições na rua. Foi feito um levantamento econômico e constatou-se a necessidade de novos restaurantes no município para atender a nova demanda, que cresceu tanto pelo fluxo de turistas que visitam o Uruguai quanto pelo número crescente de alunos e professores da Unipampa. Outro motivo para o investimento gastronômico no mercado e a tendência destes espaços modificarem suas formas de uso, transformando as antigas formas de comércio destes espaços em empreendimentos voltados ao lazer. Os espaços de Mercados Públicos atualmente vêm sendo adaptados à contemporaneidade, abrigo cada vez mais o uso gastronômico.

Dentre as intervenções realizadas para adaptar o prédio do Mercado aos novos usos, destacam-se a remoção de algumas paredes internas, visando ampliação dos espaços onde serão instalados os restaurantes. Além disso, alguns vãos estruturais, que em outra época haviam sido fechados, foram reabertos. (Figuras 8 e 9). Estas intervenções realizadas na estrutura interna do prédio acarretam em uma diminuição no número de salas e conseqüentemente no número de estabelecimentos e comerciantes a serem contemplados.

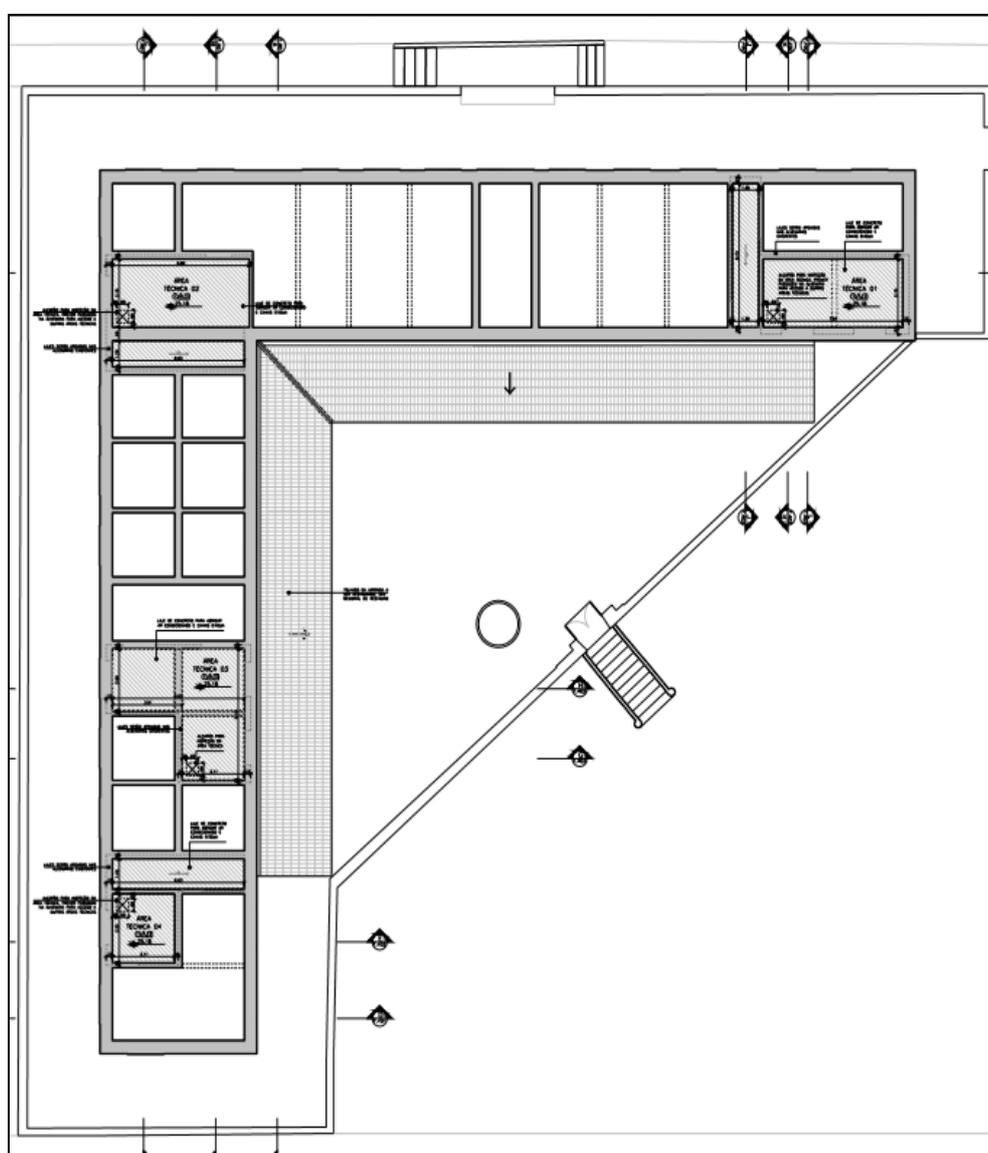
Figuras 8 e 9 – Planta Térrea Construção e Demolição e detalhe da planta: em pontilhado, paredes a serem retiradas e vãos a serem abertos.



Fonte: Secretaria de Planejamento e Urbanismo

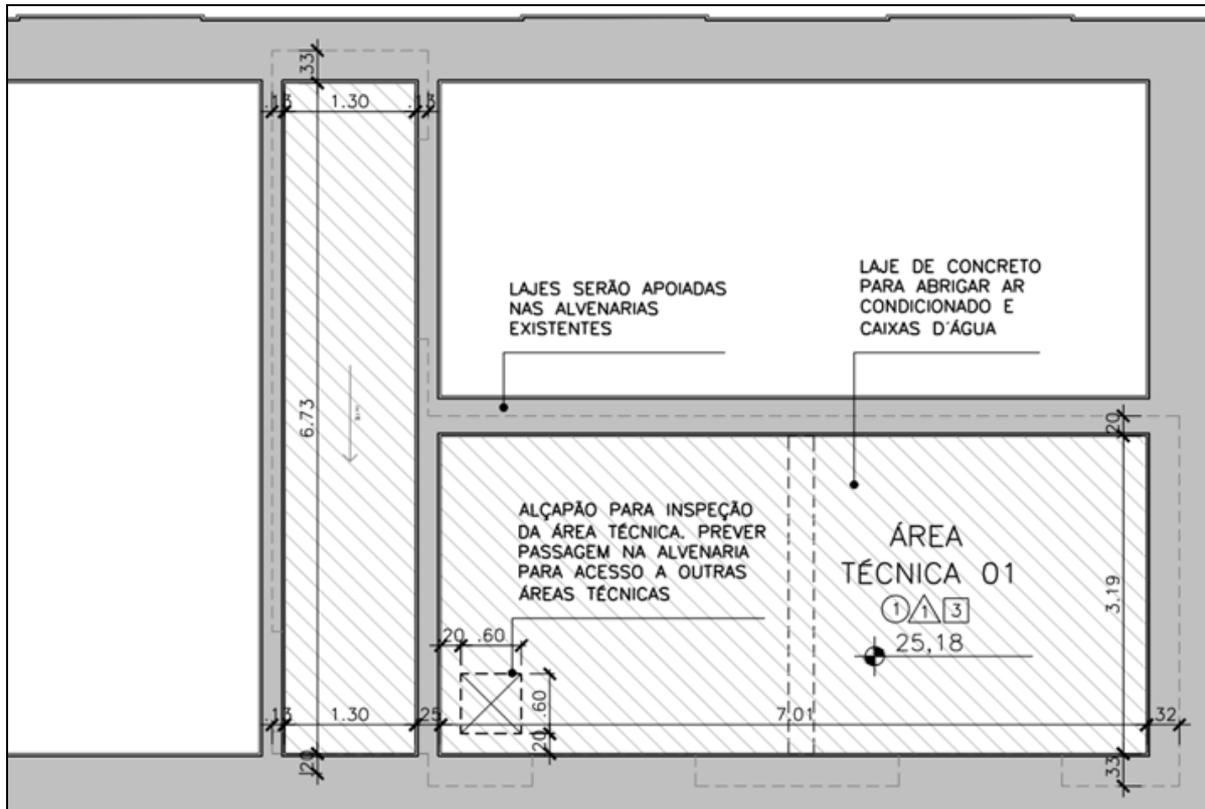
Outra importante intervenção a ser destacada, foi à execução de lajes de concreto apoiadas em alvenaria contendo alçapões para inspeção, designadas como “áreas técnicas” (Figuras 10 a 13). Tais espaços destinam-se à instalação de aparelhos ar-condicionado e reservatórios de água, para os ambientes das cozinhas e dos banheiros (Memorial Descritivo, 2013). A proposta de uso gastronômico implicou na necessidade de instalação de sistemas de climatização e cocção das cozinhas, bem como a confecção de churrasqueiras e suas respectivas chaminés, o que de acordo com SÁ (2016) não foi aprovado pelo IPHAE, conforme o Ofício 075/2016/IPHAE/SEDAC, o que dificultou a liberação de recursos e, por conseqüente, promoveu atraso na execução da obra.

Figura 10 – Planta localização das Áreas Técnicas



FONTE: Secretaria de Planejamento e Urbanismo

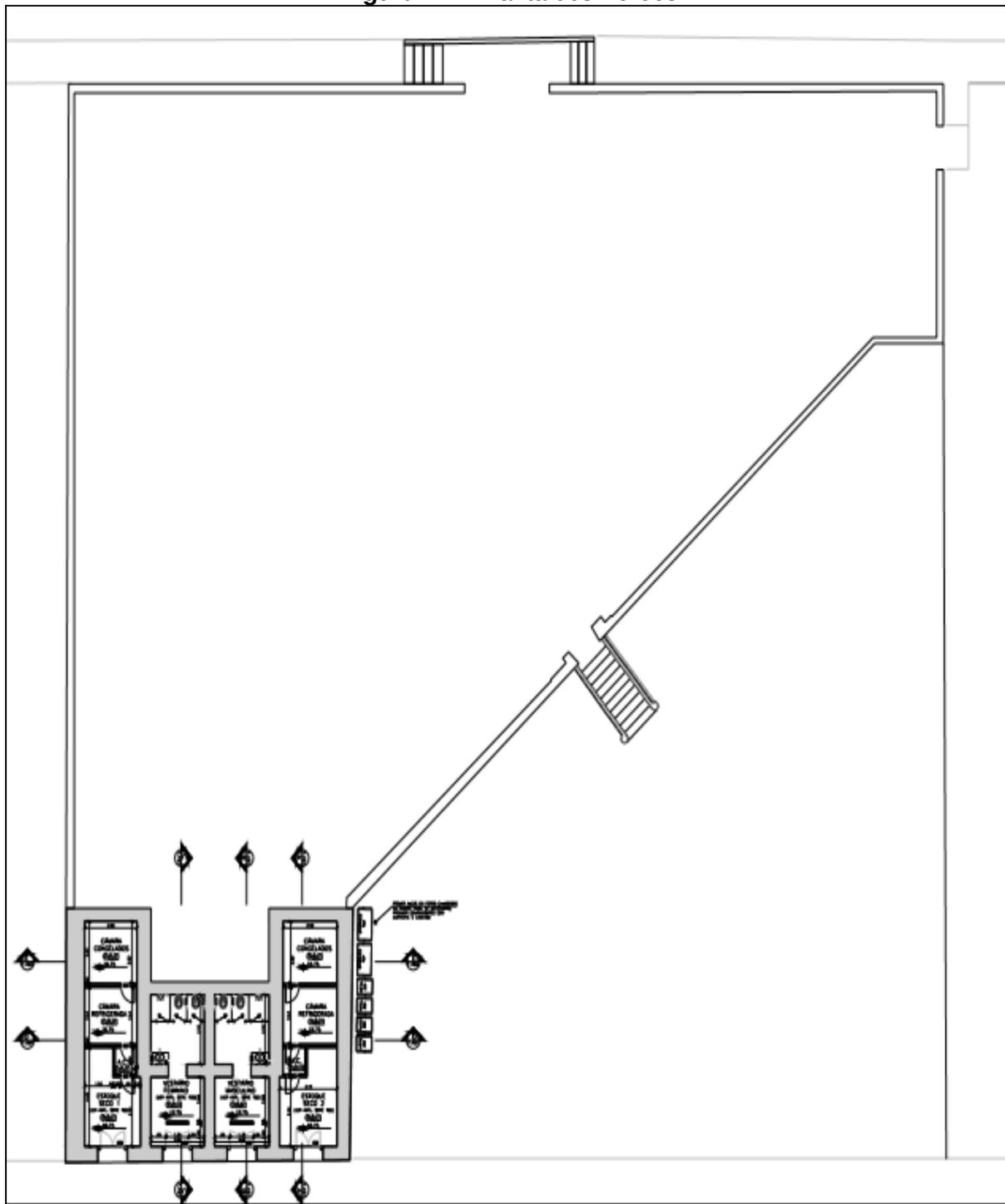
Figuras 11 a 13 – Detalhe da planta: área técnica 1 imagens da Área Técnica durante o restauro



Fonte: Secretaria de Planejamento e Urbanismo

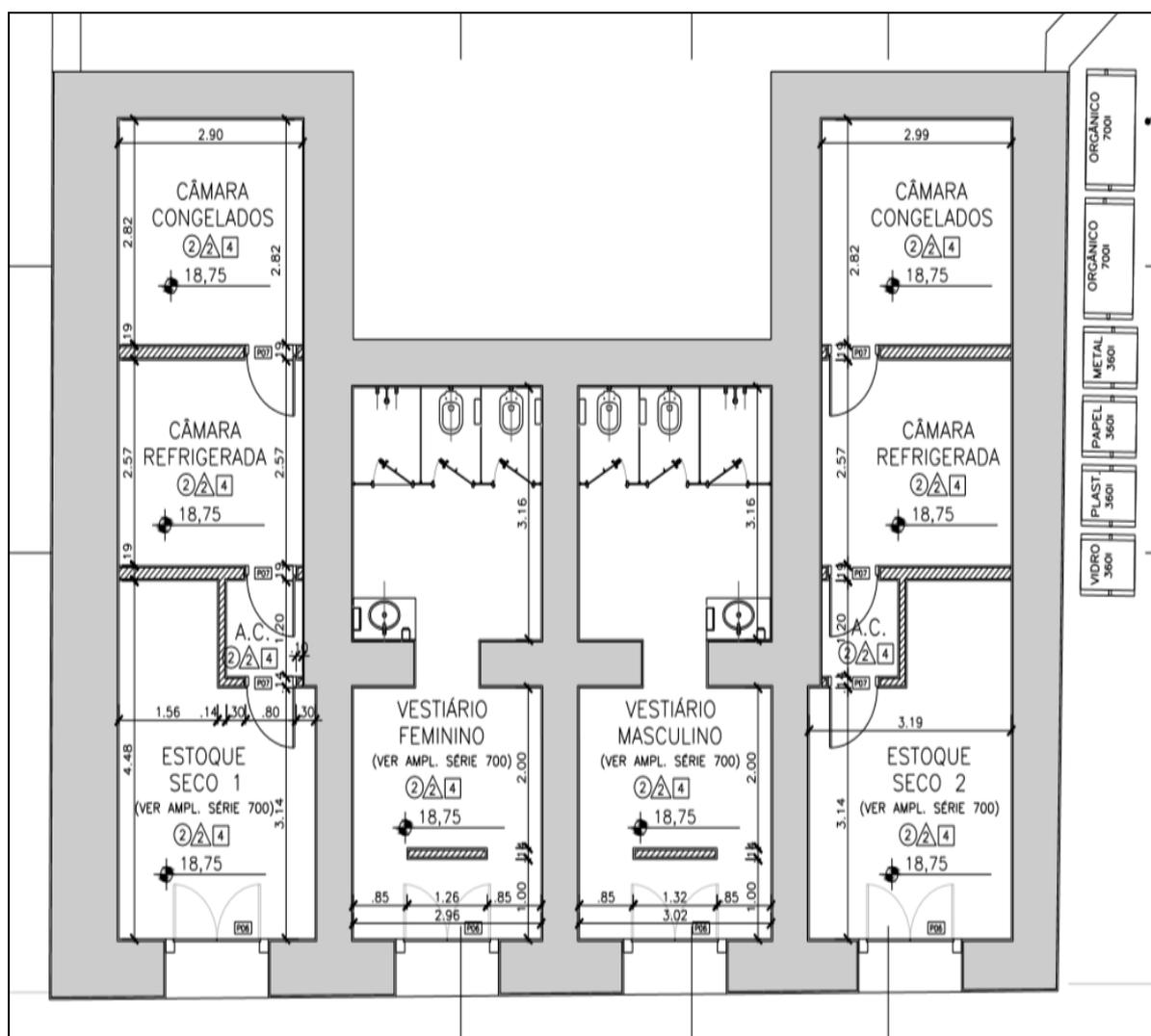
De acordo com o Memorial Descritivo (2013), o espaço dos porões será destinado à instalação de vestiários para os funcionários, depósitos e câmaras frias dos restaurantes (Figuras 14 e 15).

Figura 14 – Planta dos Porões



Fonte: Secretaria de Planejamento e Urbanismo

Figura 15 – Detalhe Planta dos porões



Fonte: Secretaria de Planejamento e Urbanismo

O pavimento térreo terá espaço para abrigar nove estabelecimentos comerciais. Todas as alterações sugeridas pelo projeto atentam para a “Carta de Veneza”, buscando interferir o mínimo possível na edificação. O projeto de requalificação do Mercado também previa a reconstituição de um poço artesiano existente no pátio interno, devendo manter a tipologia original. No entanto, conforme relata SÁ (2016), no transcorrer da obra, quando foi aberto o referido poço surgiu uma estrutura subterrânea em tijolos abobadados (Figuras 16 e 17), mas como não houve a realização de pesquisa histórica, a reconstituição da cisterna acabou não sendo incorporada ao projeto, permanecendo então fechada.

Outra especificação do projeto é com relação aos ladrilhos hidráulicos que continham a descrição Mercado Público, que deveriam não apenas ser mantidos,

mas que conforme o Memorial, no caso de peças danificadas ou faltantes, estas deveriam ser substituídas por outras de características e formato iguais, para que o conjunto não fosse alterado, sendo que no caso de inexistência das referidas peças, estas deveriam ser reproduzidas. Porém é possível perceber que tal premissa não foi cumprida, pois não houve a reposição das peças faltantes (Figura 18).

Figuras 16 a 18 – Fotos da Cisterna e ladrilhos hidráulicos com a designação Mercado Público



Fonte: Secretaria de Planejamento e Urbanismo

De acordo com SÁ (2016) a proposta de novos usos para o Mercado Público, gerou polêmica quanto a real vocação da edificação, visto que a maior parte do espaço será ocupado por restaurantes, buscando atender a uma demanda turística,

não prevendo ambientes próprios para atividades tradicionais. Ainda que seja reservado um espaço para a gastronomia, é preciso ter em mente que os usos tradicionais do Mercado também servem com um atrativo turístico. A restauração de um edifício histórico acarreta em mudanças na estrutura deste patrimônio, não apenas com relação aos aspectos materiais, mas, sobretudo, aos aspectos simbólicos.

3.3 A nova proposta de uso do Mercado Público Municipal de Jaguarão

A proposta para novos usos do Mercado Público foi elaborada pelo gabinete do então prefeito de Jaguarão, José Cláudio Ferreira Martins. Consta no documento, enviado para a superintendência do IPHAN – RS, o programa de necessidades do Mercado Público Municipal de Jaguarão, sugerindo os novos usos possíveis para o Mercado (PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARÃO, sem data). O referido documento, buscando atender a uma futura demanda turística, sugere o uso gastronômico como principal atividade do Mercado. A indicação de uso erguida propõe a retirada de alguns prédios, entendidos como obstáculos visuais, que atalhavam a apreciação da orla do rio a partir do Mercado. De acordo com CHOAY (2006) a totalidades de um monumento histórico não se constitui em edifício isolado, mas sim na relação que o bem possui com seu entorno. Essa relação é essencial para garantir a existência do bem, “destacar” um monumento e o mesmo que ferir a sua história.

Outra questão a ser destacada é que para atender a demanda contemporânea de uso, houve diminuição no número de salas, o que contemplará menos comerciantes. Além disso, os novos usos não levam em conta empreendimentos tidos como tradicionais. De acordo com o Levantamento Diagnóstico realizado pela empresa Brasil Arquitetura (2011), a recuperação do Mercado Público visa atender as demandas de uso dos novos tempos, integrando o patrimônio cultural edificado a contemporaneidade e valorizando sua simbologia através da memória afetiva. Deste modo a requalificação do Mercado faz com que este adquira novo papel no cotidiano da cidade, servindo como centro de compras, lazer e desfrute da gastronomia, tanto para a comunidade local quanto para os turistas (BRASIL ARQUITETURA, 2011). Embora o projeto especifique que a nova funcionalidade não acarretará na perda de originalidade do edifício, SÁ (2016)

argumenta que a obra do Mercado não atende aos requisitos de restauração pressuposta pelas cartas patrimoniais, onde o restauro deveria preservar os valores estéticos e históricos do bem respeitando sua vocação, originalidade e simbologia.

A necessidade de restauro do Mercado levou a interdição o prédio, fato que gerou polêmica quanto à forma como a de que os comerciantes tiveram de sair do espaço. Conforme relato de dois comerciantes entrevistados, o modo como foram retirados do Mercado foi uma agressão. O comerciante M. conta que trabalhou no Mercado Público por 40 anos, no início vendendo vinho, depois com minimerceria e em seguida com sorvete, mas quando interditaram o prédio deram apenas 24 horas para que desocupasse o imóvel. O comerciante L. F. trabalhou no Mercado por 25 anos, onde teve bar, lan house e sebo de compra e venda de livros e revistas, em suas palavras “ninguém tira uma pessoa, com polícia, da maneira como foi retirada [...] nos fomos desrespeitados como ser humano, nos estávamos trabalhando, nos não éramos bandidos”.

Conforme o relato de M., eles pediram a prefeitura por um depósito, mas não foram atendidos, foram expulsos do Mercado Público sem nenhum documento que garantisse a retomada de suas atividades no local, nas palavras dele: “a única ajuda que a prefeitura nos deu foi o guincho para a retirada das máquinas”. Ainda segundo ele, o prefeito deveria ter feito proposta para quem já trabalhou lá, dando prioridade na ocupação das salas para os comerciantes que exerciam atividades tradicionais. L. F. partilha da mesma visão, em suas palavras: “eu acho que eles deveriam fazer uma proposta, não se esquecer daquela gente, seria um reconhecimento pelo que aquelas pessoas fizeram lá dentro, pelo menos resgatava alguma coisa”.

Apesar da lei n° 608/64, que entrou em vigor em 1° de janeiro de 1965, onde se estabelecem as Normas para a Concessão do Uso de Cômodos do Mercado, pode-se constatar que algumas normas não estavam sendo cumpridas. O Art.4º proíbe a concessão gratuita das salas do Mercado, porém os comerciantes relatam que, há alguns anos, um prefeito os isentou do pagamento do aluguel. Ambos comerciantes entrevistados relatam que pagavam aluguel normalmente. Nas palavras de L. F., o referido prefeito teria dito: “‘bom eu não tenho dinheiro pra botar aqui, eu vou isentar vocês do aluguel, mas não me deixem cair esse prédio’, foi o que ele falou e daí passou a não cobrar mais, e nós mantemos o prédio”. M. reafirma

a informação e acrescenta: “mas isso tudo sem assinar nenhum documento como garantia do que foi dito”.

No Art. 21 da Lei n° 608/64 consta dentre as obrigações dos concessionários, realizar a pintura e demais reparos do prédio, sendo as despesas por conta do locatário do espaço. Da mesma forma no Art. 27, todas benfeitorias realizadas nas dependências do Mercado serão incorporadas ao próprio municipal sem direito à indenização, retirada ou retenção por parte do concessionário, salvo em se tratando de balcão refrigerador. De acordo com a referida lei a conservação do prédio era feita pelos próprios comerciantes. Para M.: “se está usando tem que arrumar, nós arrumávamos com nosso próprio dinheiro, coloquei portas novas, na minha cozinha tinha uma janela com grade que eu coloquei”. M. relatou que uma vez estava, ele próprio, concertando a calçada em frente a sua banca e que passou um homem, que era engenheiro, e disse que ele não podia fazer aquilo porque estava destruindo o patrimônio público, e então ele disse que não estava destruindo, mas sim concertando a calçada que estava quebrada. Nas palavras de L. F.: “a gente não podia ter computador lá chovendo, tinha que cuidar, [...] teve uma época que nós íamos pintar o Mercado e não deixaram”.

Entende-se que apesar de estarem cumprindo com suas obrigações de promover a manutenção do prédio, os reparos não estavam sendo feitos conforme a Lei de 1964, onde consta no Art. 30 que qualquer obra de benfeitoria ou alteração, deverá ser solicitada, mediante requerimento, aos órgãos técnicos municipais. Os reparos promovidos pelos comerciantes não eram realizados de forma adequada, porém segundo eles a prefeitura nunca deu nenhum tipo de suporte aos consertos necessários, nem mesmo alertando aos comerciantes sobre as normas com relação ao patrimônio cultural. Dessa forma, no entendimento deles estavam conservando o prédio, mas como executavam pequenos reparos sem ter conhecimento sobre como deveriam agir em relação ao bem cultural tombado, faziam a manutenção a sua maneira, sem muito recurso e sem normas técnicas de manutenção e restauro, o que pode ser compreendido como descaracterização do patrimônio cultural. O tombamento do prédio pelo Estado em 1990 deveria ter despertado mais atenção, por parte das autoridades, com relação à manutenção e conservação do imóvel,

além de uma fiscalização mais rigorosa quanto ao uso e aos reparos realizados por quem utilizava o espaço.

Em relação ao fluxo de clientes que passavam pelo Mercado L. F. destaca que o movimento era relativamente bom, em suas palavras “o Mercado é muito bem frequentado, muito turista, muita pessoa que chega à cidade procura o Mercado, isso é natural, agente estava ali trabalhando e dando informação”. Ele afirma que o melhor ponto comercial da cidade é o Mercado, por ser um ponto turístico. Depois que saiu dali ele precisou se reinventar, nas palavras dele: “troquei de ramo, descobri que eu era artesão”. Já para M. o Mercado era mais movimentado até 1978/80, depois o movimento foi caindo. Ele é pessimista quanto à nova proposta de uso, pois não há mais tanto movimento: “o pessoal circula mais por aqui (apontado para a rua em frente ao seu novo ponto comercial), não vem mais tanto turista como vinha antes [...] foram 40 anos no mercado e são 4 aqui, ganhei mais aqui”. L. F. por sua vez “ninguém pode ser contra a restauração de um prédio, eu acho que é muito bom”, porém em relação ao novo uso, lamenta a diminuição no número de salas, pois serão menos famílias a trabalharem ali: “no momento que eles colocam dois comércios grandes na frente beneficiam dois grandes empresários, isso não é para o povo”. Mas apesar disso L. F. afirma que a reabertura do Mercado restaurado é algo bom para o município, pois “qualquer pessoa que chega numa cidade quer saber onde é o Mercado Público, não é toda a cidade que tem nos temos esse privilégio”.

Atualmente o Mercado Público encontra-se restaurado e pronto para abrigar novos usos. Conforme A. R., Secretário do Desenvolvimento Econômico, o IPHAN fez a vistoria e a Marsou entregou a obra na última semana de agosto. Com a entrega da obra é feito então novo memorial descritivo, dando sugestões de funcionamento. De acordo com A. R. o memorial descritivo já estava pronto e sendo analisado pelo jurídico. Se aprovado passa para o setor de licitações sendo aberto então edital. O processo para dar nova destinação para as salas do Mercado leva, aproximadamente, 30 dias para cada etapa: análise do memorial descritivo pelo jurídico; formulação do edital e chamamento, sendo que os selecionados ainda terão um prazo para se instalarem.

Segundo A. R. a nova gestão sugere como destinação para as nove salas do Mercado os seguintes estabelecimentos comerciais: dois restaurantes (sendo que um deles contém uma doceria onde há proposta de separação, para que a doceria possa ser empreendimento isolado); floricultura; artesanato e souvenir; correaria; loja de doces; produtos naturais; embutidos e processados e bar. As novas destinações serão preferencialmente estas. Contudo, se no decorrer do processo licitatório não houver interessados, o licitante poderá alterar as disposições, abrindo-se então a outros estabelecimentos, desde que estes se enquadrem em atividades comerciais.

Com relação à manutenção do prédio do Mercado Público, A. R. explica que todos os encargos ficarão por conta da iniciativa privada. Assim o comerciante que detiver o uso do espaço além de pagar pelo aluguel estará encarregado de promover os eventuais concertos, como é de praxe em qualquer contrato de locação predial. Apesar de possuírem todas as obrigações com o custo de manutenção do edifício, os novos permissionários não poderão impedir o uso, por parte da prefeitura, do espaço interno e externo do Mercado para a realização de atividades culturais.

Além do novo uso destinado a gastronomia e ao comércio, a nova gestão municipal prevê a realização de cronograma de atividades culturais gratuitas para a população, a ser elaborado através da parceria entre as secretarias de cultura e turismo e de desenvolvimento econômico. Nas palavras de A. R. “colocaremos um cronograma de atividades culturais gratuitas para a população, que no nosso ver, vai atrair gente para eles (comerciantes)”. De acordo com A. R., a secretaria de desenvolvimento econômico criou um projeto de feira no entorno do Mercado. O projeto, intitulado até o momento como “cheiros e cores”, foi pensado como alternativa para contemplar maior número de pessoas, já que houve diminuição no número de salas do Mercado: “como vai contemplar poucas pessoas dentro do Mercado, são apenas nove salas, então o desenvolvimento econômico criou o projeto de feiras no entorno”. Segundo ele, a praça “do Mercado”, será revitalizada e com a realização de feiras e também de eventos culturais no entorno do prédio, busca-se dar vida para aquele espaço da praça que não possui muito movimento. Segundo A. R. tais eventos atrairão público, beneficiando assim o comércio no Mercado.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos com este trabalho refletir sobre os usos do Mercado Público Municipal de Jaguarão e as implicações que o processo de requalificação pode gerar, com nova possibilidade de uso que se distancia da tradicional. Na contemporaneidade surgem novas formas de comercialização, compreendidas como ameaça à existência dos Mercados, o que leva tais espaços a realizarem comércio mais alternativo como: bares, restaurantes (para desfrute da culinária local), venda de artesanato e souvenir, realização de atividades de lazer e entretenimento e demais atividades, buscando promover o desenvolvimento da economia local através, principalmente, do turismo.

As novas formas de comércio foram gradativamente levando os Mercados Públicos ao desuso. Foi possível perceber na fala dos comerciantes entrevistados que o movimento do Mercado de Jaguarão havia caído muito nas últimas décadas. Tal desuso acarretou na deterioração do edifício, comprometendo sua estrutura e conseqüentemente na sua apreciação, tanto por turistas quanto pelos locais. Os Mercados Públicos constituem-se como o coração da cidade, sua importância cultural faz com que estes lugares sejam compreendidos como atrativo turístico. Pensando na proposta de novo uso do mercado, voltado principalmente ao turista, à valorização de um comércio tradicional também pode configurar-se como atrativo turístico. Além disso, com a nova proposta perde-se a chance de promover uma reaproximação da população local com importante referência histórica do município.

A necessidade de adaptar-se a novos usos pode provocar uma mudança, não apenas estrutural como também na simbologia do lugar. O restauro de prédio histórico visa à manutenção de determinadas práticas e tradições. A requalificação do Mercado Público, sem dúvida, trará benefícios à população local. Porém, deve-se atentar para os impactos que tal proposta de uso pode gerar. Toda intervenção realizada no patrimônio cultural para atribuir-lhe novo uso deve respeitar não apenas a materialidade, mas, sobretudo, os aspectos imateriais do imóvel. Desta forma, as atividades tradicionais do Mercado de Jaguarão poderiam ser mantidas, tendo em vista que busca atender as necessidades cotidianas da população local, já o turista é um consumidor ocasional, que poderá vir ou não.

O projeto de restauro do Mercado Público foi pensado como uma maneira de dar a este espaço um uso alternativo, visando retomar a movimentação. Porém, a nova proposta gerou impasses quanto ao novo uso devido à diminuição no número de salas e também ao não abarcar atividades tidas como tradicionais. Neste caso, o valor simbólico cede espaço para um valor econômico, pois não levam em conta antigos hábitos e costumes.

A principal questão do projeto de restauro é com relação à nova função do prédio. Os usos atribuídos ao mercado restaurado não se configuram como aproximador do bem com a comunidade. Levando-se em conta o privilegiado espaço externo do Mercado Público, tanto no pátio quanto em seu entorno, a proposta de criação de um cronograma de atividades culturais deverá reanimar o espaço do Mercado devolvendo vida a este lugar. Tais eventos atrairão público, movimentando o espaço, o que trará benefícios econômicos, além de possibilitar a divulgação das potencialidades locais. Neste caso o produtor cultural pode atuar como mediador entre o espaço e o público, promovendo ações capazes de inserir a comunidade local novamente neste novo contexto, para que eles possam reconhecer-se como parte desse espaço. Promover atividades de lazer e entretenimento configura-se como alternativa para inserir a população local nesses novos usos do Mercado.

5. BIBLIOGRAFIA

5.1 Fontes teóricas

ANICO, Marta. **A Pós-Modernização da Cultura: Patrimônio e Museus na Contemporaneidade**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 11, n. 23, p. 71-86, 2005.

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

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

CASTRIOTA, Leonardo Barci. **Patrimônio cultural: conceitos, políticas, instrumentos**. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte: IEDS, 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.

COUTINHO, Marco Antônio; VIDAL, Wynna Carlos. **Pelas ruas do mercado, o pulsar de velhos costumes e novos anseios: O desafio da requalificação do Mercado Central de João Pessoa – PB.** Anais do 7º seminário do.co.mo.mo_brasil. Porto Alegre. 2007.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio.** Trad. Luciano Vieira Machado. 3.ed. – São Paulo: Estação Liberdade: UNESP, 2006.

EDUARDO, Agnaldo Adélio; CASTELNOU, Antonio Manuel Nunes. **Bases para o Projeto de Centros de Cultura e Arte.** Revista Terra e Cultura – nº 45 - Ano 23 - Agosto a Dezembro 2007.

FUNARI, Pedro Paulo Abre, PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. **Patrimônio histórico e cultural** – Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

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

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

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Dossiê de Tombamento do Conjunto Arquitetônico e Paisagístico de Jaguarão.** Porto Alegre: Ministério da Cultura, 2010.

LEOTI, Alice. **Dossiê do Tombamento do Conjunto Histórico e Paisagístico de Jaguarão/RS e Seus Reflexos na Paisagem Cultural.** Apresentado no 3º Colóquio Ibero-Americano Paisagem Cultural, Patrimônio e Projeto – Desafios e Perspectivas. Belo Horizonte, setembro de 2014.

LOPES, Francisco Willams Ribeiro. **A “Requalificação” do Patrimônio: Intervenções, Estratégias e Práticas na Praça dos Mártires (Passeio Público) de Fortaleza.** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

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.

MOURA, Dulce; GUERRA, Isabel; SEIXAS, João e FREITAS, Maria João. **A Revitalização Urbana: Contributos para a Definição de um Conceito Operativo.** Cidades- Comunidades e Territórios, Dez. 2006, nº 12/13, pp. 15-34.

PELEGRINI, Sandra C.A. **Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental.** Revista Brasileira de História. São Paulo, vol.26, nº 51, p. 115 - 140, 2006.

RODRIGUES, Francisco Luciano Lima. **Conceito de Patrimônio cultural no Brasil: do Conde de Galvéias à Constituição de 1988.** In: Patrimônio Cultural: Da Memória ao Sentido do Lugar/ Org. Clerton Martins. São Paulo: Roca, 2006.

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.

SOUZA FILHO, Carlos Frederico Marés de. **Bens culturais e sua proteção jurídica**. 3º ed. (ano 2005), 6º reimp./ Curitiba: Juruá, 2011.

VARINE, Hugues de. **Os usos do patrimônio**. In: As Raízes do Futuro: O Patrimônio a Serviço do Desenvolvimento Local. Tradução de Maria de Lourdes Parreiras Horta. Porto Alegre: Medianiz, 2012.

ZAMIN, Frinéia. **Patrimônio Cultural do Rio Grande do Sul - A Atribuição de Valores a uma Memória Coletiva Edificada para o Estado**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande de Sul, 2006.

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.

5.2 Documentos

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).

LEI Nº 608: **Estabelece Normas para Concessão do Uso de Cômodos do Mercado Público Municipal**. Câmara Municipal de Jaguarão. Dezembro de 1964.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). **Extrato de Termo de Compromisso**. Diário Oficial da União – Seção 3, Nº 58, quarta-feira, 26 de março de 2014.

5.3 Sites

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

Concluído o Projeto de Restauração do Mercado Público de Jaguarão. Disponível em: <http://www.jaguarao.rs.gov.br/>, acesso em: 20/08/2017.

Prefeitura Municipal de Jaguarão. **Contrato de Prestação de Serviços** – Empresa Brasil Arquitetura Ltda. Secretaria da Fazenda, agosto de 2010.

Prefeitura Municipal de Jaguarão. **Contrato de Prestação de Serviços** – Marsou Engenharia Ltda. Concorrência Pública nº 005/2014 – Processo Protocolo nº 8804/2013 – 18755.

Prefeitura Municipal de Jaguarão. **Programa de necessidades e usos do Mercado Público Municipal de Jaguarão**. Elaborada pelo gabinete do prefeito José Claudio Ferreira Martins, enviado para a Superintendente do IPHAN no RS, Ana Lúcia Goelzer Meira., sem data.