

Requalificações do Patrimônio Urbano: Uma análise da Revitalização do Mercado Público de Pelotas, RS, na percepção dos permissionários, usuários locais e turistas.

Alice Islabão Lopes

Resumo: A cidade em que vivemos é lugar de memória, sonhos, encontros, espaço de lutas, solidão, desigualdades e diferenças. É um lugar de ligação e de socialização entre os indivíduos e os grupos sociais. Nas cidades, os espaços públicos são lugares privilegiados para a vida coletiva, para a sociabilidade, a civilidade, a ordem pública. Assim, a recuperação das áreas centrais e dos espaços públicos passa a receber uma atenção especial dos governos locais em função de um novo conceito de projeto urbano, baseado nas funções de centro financeiro, de consumo e entretenimento. As políticas de requalificação têm sido percebidas sob diferentes aspectos: como instrumento de adequação das cidades às demandas do capital por novos espaços para sua reprodução e, muitas vezes, tais transformações se sobrepõe as aspirações do próprio lugar e, também, como a possibilidade de fortalecimento de identidades, expressão de sociabilidade e criação de lugares, a partir dos quais são reivindicados antigos e novos direitos de cidadania, inclusive os de participar de decisões que afetam diretamente bairros, praças, ruas. Neste ínterim, o trabalho versa sobre uma proposta de pesquisa, que tem por objetivo analisar a requalificação do patrimônio urbano a partir da revitalização do Mercado Público de Pelotas, RS, na visão dos partícipes da experiência, ou seja, permissionários, usuários locais e turistas. Como objetivos específicos, o estudo pretende identificar quais os significados, usos e apropriações atribuídos pelos permissionários, usuários locais e turistas ao Mercado Público de Pelotas, após sua revitalização; verificar se os permissionários, usuários locais e turistas percebem o mesmo como patrimônio Cultural urbano e, a visão dos permissionários, usuários locais e turistas sobre a requalificação do Mercado Público de Pelotas.

Palavras-chave: Requalificações, Patrimônio, Urbano.

O objeto escolhido para o estudo, trata-se do Mercado Público de Pelotas, o mais antigo remanescente no país, e um dos únicos cinco mercados tradicionais gaúchos ainda existentes, sendo eles, os de Porto Alegre, Rio Grande, Itaqui e Jaguarão.(BRUNO, 2010).

O Mercado Público de Pelotas é um prédio histórico tradicional da cidade de Pelotas/RS. Foi construído no período compreendido entre (1846 - 1850), com o objetivo de tornar a cidade desenvolvida e próspera. (SANTOS, 2014). Desde a inauguração exercia sua função com intensa atividade comercial.

O local chamava a atenção pela beleza, despertando os comentários de vários viajantes que passaram pela cidade e que registraram em seus diários que o Mercado de Pelotas era superior ao Mercado de Porto Alegre e o de Rio Grande e comparado ao Mercado da Candelária do Rio de Janeiro (SANTOS, 2014). Segundo o relato de um viajante irlandês Michael G Mehall, “O lugar tem um ar de opulência, comércio ativo e crescente importância, o que é plenamente justificado pelo conhecimento de que ele é o centro principal da produção ou comércio de exportação nesta parte do Brasil”. (SANTOS 2014, p. 41)

O Mercado Público de Pelotas, nesta época, além de exercer sua função como exímio centro comercial, também proporcionava atividades de lazer e entretenimento para a população local, como espetáculos e exposições cinematográficas. Em 1912, o mercado sofreu a primeira grande reforma, a qual modificou a fisionomia do prédio, foi construído o principal símbolo do Mercado atualmente, uma imponente torre metálica, cujo material veio da Alemanha, um novo relógio foi colocado na estrutura, já que o antigo nunca funcionou. “A torre metálica de 23 metros de altura, índice da Torre Eiffel parisiense. Monumento popular no simulacro de Belle Époque que florescia em Pelotas” (BRUNO, 2010, p.28)

Após esta reforma, ocorreram mais algumas modificações arquitetônicas no prédio, mas a principal mudança foi à perda gradativa de sua função, tanto que, segundo Antunes; Hallal (2016), entre as décadas de trinta e quarenta, o então Prefeito de Pelotas José Julio Barros, afirmou em entrevista concedida ao diário popular que o Mercado estava inadequado as necessidades atuais, elaborando um novo projeto onde foi decidido pela administração do Mercado, centralizar o tráfego de ônibus no local, com a construção de um abrigo, ponto de dispersão para várias linhas, como a do Capão do

Leão, sendo que o ponto de ônibus em frente ao mercado, trazia mais movimento ainda ao lugar.

Em 1969, um incêndio atinge o Mercado, o fato foi relevante na história e tradição do Mercado, marcando a história do povo pelotense. Após o ocorrido, foi defendida a destruição do Mercado Público, seguindo ideais vigentes no País, que defendiam um projeto de desaparecimento dos tradicionais Mercados Públicos em busca da modernização. A ideia de destruição do mercado de Pelotas, ganhava força, ancorada na deteriorização física e social nesse espaço urbano e no seu entorno e na “distorção” em suas funções. “Igualmente é junto ao Mercado Pelotense, que se localizam os terminais de ônibus urbano, que vem agravar ainda mais essa decadência do comércio original”. (SANTOS, 2014, p. 116).

Mesmo com tais argumentos, o projeto de destruição do Mercado Público de Pelotas não foi adiante, e no dia 4 de maio de 1985, o mesmo é tombado como patrimônio histórico do município. No entanto, esse fato não alterou sua condição de degradação, que persistiu ao longo dos tempos.

Em 2002, a Prefeitura Municipal de Pelotas realizou uma parceria com o Governo Federal, por meio do Instituto de Patrimônio Histórico Artístico Nacional - IPHAN para a requalificação do seu centro histórico. Através do Programa Monumenta, oito projetos do Município foram contemplados, inclusive o Mercado Público de Pelotas que recebeu o maior financiamento.

O Monumenta é um programa estratégico do Governo Federal, com recursos do Banco Interamericano de desenvolvimento e parceria da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). “Seu conceito é inovador e procura conjugar recuperação e preservação do patrimônio histórico com desenvolvimento econômico e social” (IPHAN, 2006, s/p). Assim, as obras de recuperação da parte interna e externa do Mercado Público iniciadas em 2002, foram concluídas em 2012, dez anos depois, quando ocorreu sua reinauguração no dia 20 de dezembro. (SANTOS, 2014).

O Novo Projeto do Mercado Público acarretou transformações, não só na parte arquitetônica do prédio, como mudanças estruturais e organizacionais.

JUSTIFICATIVA E REFERENCIAL TEÓRICO

A cidade em que vivemos é lugar de memória, sonhos, encontros, espaço de lutas, solidão, desigualdades e diferenças. É um lugar de ligação e de socialização entre

os indivíduos e os grupos sociais. É também espaço de imaginação e de representação.

Conforme Dencker, (2003) constitui o cenário e os bastidores onde transcorre a vida cotidiana em suas buscas e contradições. A cidade é uma soma de significados, dominados pelos cidadãos, que constituem referências para a memória e as culturas locais. As relações sociais referidas a um determinado lugar, estabelecidas por grupos e classes fazem surgir uma memória social. (VIEIRA, 2002). Essa memória social é abarcada pela cidade. Assim, “é essencial o cultivo da memória urbana, a cidade é um composto de pedras e tijolos acumulados, e de costumes e afetos praticados pela população urbana”. (CANEVACCI, 1990.p.17).

Nas cidades, os espaços públicos são lugares privilegiados para a vida coletiva, para a sociabilidade, a civilidade, a ordem pública. O espaço público é o lugar de encontro dos indivíduos uns com os outros, de encontro também com o exercício da cidadania, permitindo desenvolver e consolidar a vida em comunidade. São os espaços públicos que dão a qualquer conglomerado urbano a possibilidade de várias experiências espaciais, em termos de vivências humanas e de prazer estético, onde se possibilitam e se exercitam a escolha e a liberdade. (GRINOVER, 2007) .

No entanto, na cidade contemporânea, o aumento da segregação espacial e a crescente desigualdade social têm sido agravados pelas políticas econômicas neoliberais, que preconizam cortes nos gastos públicos com programas sociais compensatórios. Este tem sido, segundo Borja (1998) o cenário para o incremento da violência, que acaba por criar um temor pelo uso do espaço público, por não ser um espaço considerado protegido ou protetor. Para ele, o espaço público, em alguns casos tem sido pensado somente como via de circulação, ou ainda, ocupado territorialmente por “classes perigosas”, como os imigrantes, os pobres e os marginais.

O medo da violência tem gerado respostas que acentuam a segregação das classes sociais, por meio do isolamento, da criação de espaços enclausurados para a moradia, o lazer e outras atividades. Criando-se assim cidades muros, condomínios fechados, shopping centers. O outro lado dessa mesma moeda é a guetificação dos pobres, é um apartheid social e o declínio do espaço público, de encontro, do convívio com as diferenças, onde se expressa a diversidade, se produz o intercâmbio e se aprende a tolerância. (BORJA, 2003; CALDEIRA, 2004)

A “morte” do espaço público ou sua difícil sobrevivência nas cidades contemporâneas tem sido um tema recorrente nas análises que tratam das

transformações do espaço urbano. A renovação dos centros históricos é relevante na prática do projeto urbano porque trouxe consigo as primeiras reflexões sobre como intervir na cidade existente e, fundamentalmente, porque foi uma transição da atenção do edifício-monumento para os espaços “entre” os prédios: do interior ao exterior, do edifício à rua, da arquitetura ao espaço público. (SERPA, 2013).

A noção de patrimônio urbano surge como detonador da renovação urbana durante os anos oitenta, alinhada com os ideais de recuperação dos valores simbólicos da cidade antiga. As primeiras intervenções começaram motivadas pelas declarações de patrimônio histórico da humanidade outorgadas a vários centros coloniais. (VESCINA, 2010)

Desta forma, os centros históricos das primeiras fundações coloniais que, de alguma maneira, tinham resistido à modernização, entraram em competição para integrar o grupo seletivo de sítios patrimoniais.

Por muitas décadas, os centros históricos das cidades latino-americanas sofreram um processo de degradação físico-ambiental e de esvaziamento, como consequência da descentralização de funções comerciais e de serviços, do incremento da cultura do automóvel, dos interesses imobiliários e de políticas habitacionais antiurbanas que levaram a uma desvalorização da “cidade antiga”. (VESCINA, 2010)

De acordo com Peixoto (2009), a recuperação física e ambiental ocorre especialmente nos centros históricos das cidades, pelo fato de que este tecido urbano é formado por habitações antigas, além de que a recuperação contribui para o equilíbrio social, com atividades culturais e turísticas, e, portanto, a valorização e conservação de patrimônio localizado no centro é uma tarefa coletiva. No entanto, deve-se ressaltar que a intervenção urbana decorre, na maioria das vezes, de decisões políticas, do poder público e setores do capital, favorecendo a especulação imobiliária e do capital financeiro e comercial.

Assim, a recuperação das áreas centrais e dos espaços públicos passa a receber uma atenção especial dos governos locais em função de um novo conceito de projeto urbano, baseado nas funções de centro financeiro, de consumo e entretenimento. Os espaços ganham características de exibição, de espetáculo. “A qualidade do espaço local ganha uma outra dimensão, aliada à mobilidade crescente do capital”. (VIEIRA, 2002) Desta forma, as requalificações dos espaços tornam-se elementos importantes na competição entre cidades, atraindo capital e pessoas de classe média e alta. A articulação das

intervenções urbanas com vistas à revitalização das áreas centrais das cidades tendem a torná-las convidativas do ponto de vista turístico e comercial, por meio da ressignificação social dos espaços urbanos (SERPA, 2013).

Gondim (2007) alerta ainda, que as requalificações seriam “estratégias” para disciplinar o consumo do espaço urbano, onde os usuários seriam selecionados pelo tipo de atividades promovidas nos espaços requalificados, incompatíveis com os recursos da população de baixa renda. Assim, o que em um primeiro momento pode muito se assemelhar a um processo de resgate de valores históricos, culturais e arquitetônicos, traz, junto, interesses de revalorização imobiliária, de investimentos e lucros. Isto porque a revalorização, ao mesmo tempo em que pode introduzir melhorias no centro, pela recuperação física da área e seu embelezamento urbanístico e arquitetônico, pode também significar a exclusão de uma parcela significativa da sociedade, aquela parcela que não está adequada às exigências preconizadas para a área. (VIEIRA, 2002)

Gagliardi (2011), explica que as políticas de requalificação têm sido vistas como instrumento de adequação das cidades às demandas do capital por novos espaços para sua reprodução e, muitas vezes, tais transformações se sobrepõe as aspirações do próprio lugar e, ainda, as requalificações do patrimônio histórico e cultural aliadas aos melhoramentos da infra-estrutura da malha urbana, propiciam um novo espaço atrativo às práticas de consumo cultural através da construção de centralidades em espaços degradados e marginalizados, transformando estes locais em segmentos de mercado, sendo que a apropriação cultural desses espaços se dá através do fluxo de capitais.

Essas transformações nos espaços, através das políticas de enobrecimento do espaço urbano ganham características de um mercado voltado para as classes mais altas, com serviços como restaurantes, galerias de arte, bares, lojas, resultando, em grande parte dos casos, em uma apropriação quase privada do espaço público. O resultado é o acúmulo de tentativas que têm sido feitas em cidades de todo o mundo no sentido de recuperar antigas áreas de valor histórico e cultural que estão atualmente degradadas, mas que conseqüentemente quase sempre provocam a expulsão dos habitantes da área, principalmente nos casos de construções de centros culturais com o intuito de incrementar o turismo e inserir a cidade no mercado de bens simbólicos dentro da economia global.

Neste sentido, menciona Arantes (2009), que na requalificação de centros históricos tem prevalecido critérios de intervenção que reforçam a dimensão estética

monumental e os sentidos alegóricos dos bens patrimoniais, uma estratégia econômica e com fins turísticos, tendo na imagem de seus centros históricos, agora renovados e polidos, um elemento fundamental de marketing. No entanto, algumas críticas têm apontado para os custos sociais da renovação dos centros antigos com ênfase na “imagem”, onde os mesmos acabariam servindo como figuração da realidade, dado seu caráter de espetáculo e a qualidade urbanística dos seus espaços, frequentemente contrastando com o restante da cidade, representando uma ideia abstrata de qualidade de vida que os residentes não experienciam e com a qual, na maioria das vezes, não se identificam. Estão, por isso, mais orientados para funcionar como cartão de visita das cidades e menos como espaço onde uma identidade vivida e partilhada se desenvolve. (GONDIM, 2007)

Gagliardi (2011) também destaca a tendência do patrimônio enquanto espetáculo, e ainda, de o turismo figurar como orientador das requalificações urbanas. No entanto, para a autora, o espaço urbano usufruído pelo turista por consequência das inúmeras oportunidades de uso e leitura que permite pode ser percebido para além do espaço mercadoria. Neste sentido, Leite (2004) afirma que por mais que se condicione um espaço para uma utilização específica, e usuários selecionados, a possibilidade de reinventar usos e leituras da cidade permanece. Assim sendo, a cidade pode então recusar a homogeneidade imposta por certos tipos de planejamento, pois enquanto algumas cidades permitem a transformação de seus significados históricos em um segmento de mercado, outras se recusam a denominar seu patrimônio de mercadoria cultural.

Assim, segundo Leite (2007) e Gagliardi (2011), a requalificação urbana, apesar de fortemente influenciada por interesses definidos pelo mercado de bens culturais, também pode se vincular a possibilidade de fortalecimento de identidades, expressão de sociabilidade e criação de lugares, a partir dos quais são reivindicados antigos e novos direitos de cidadania, inclusive os de participar de decisões que afetam diretamente bairros, praças, ruas. Nesta perspectiva, o presente trabalho versa sobre os processos contemporâneos de requalificações patrimoniais urbanas, e, de que maneira são percebidos pelos partícipes da experiência, tomando como base para o presente estudo, os Mercados Públicos Tradicionais, pois são espaços públicos por excelência, ou seja, neles deve ser possível interagir de maneira livre, porque são lugares acessíveis a toda população, seja local ou flutuante e independente de sua posição social (VARGAS, 2001).

Nesta perspectiva, o presente trabalho versa sobre os processos contemporâneos de requalificações patrimoniais urbanas e de que maneira são percebidos pelos partícipes da experiência, tomando como base, para o presente estudo, os Mercados Públicos Tradicionais, pois são espaços públicos por excelência, ou seja, neles deve ser possível interagir de maneira livre, porque são lugares acessíveis a toda população, seja local ou flutuante e independente de sua posição social (VARGAS, 2001).

Os Mercados Públicos merecem destaque pelo importante papel econômico e social a partir do século passado, e pelo novo elemento característico que introduziram na paisagem urbana.

O mercado surgiu na cidade com a função primordial de um local de venda de variados produtos, e com uma função sociocultural: um sítio de encontro e reunião de pessoas, transformando-se num espaço importante na formação da cidade. É na civilização grega que o mercado começa por surgir como elemento estruturante da cidade. (BENÉVOLO, 2001). A queda do Império Romano provocada pelas invasões bárbaras implicou o declínio do urbanismo, fundado pelos gregos e adaptado pelos romanos.

Na Idade Média, a formação da cidade era espontânea, despreocupada, tanto a nível da construção como do urbanismo. A cidade medieval era uma cidade compacta, sendo o mercado constituído por ruas de artesões especializados, pois estes vendiam os objectos que fabricavam, mercadores ambulantes que vendiam bens de necessidade regular, como por exemplo, os alimentos. Era uma sociedade rural, isto é, a cidade crescia com o desenvolvimento de relações mercantis. Inicialmente, parte da população encontra-se no mundo rural, enquanto a outra se refugiava nas cidades, o que levou a uma crescente massa de artesões e mercados. Com o passar dos anos, o desenvolvimento das cidades promoveu e acelerou as mudanças nos campos, logo a cidade feudal, que se originava segundo uma economia auto-suficiente, passou a ser uma cidade mercantil que importava viveres e matérias-primas e exportava os produtos da indústria e do comércio. (TERRA, 2015)

No renascimento surgem os mercados cobertos, resultado de uma mudança simbólica e espacial ocorrida na organização das cidades renascentista e barrocas. Já nos séculos XIX e XX, a Revolução Industrial veio alterar o percurso dos eventos em todo o mundo. Na cidade industrial, o comércio era autônomo e realizava-se num determinado local. A divisão entre o fabrico e a venda permitiu a expansão do comércio

retalhista, o qual se fazia no piso térreo dos edifícios localizados nas ruas mais conceituadas da cidade. Naturalmente, o artesanato decresce e a venda de rua passou para os mercados públicos de forma a responder às necessidades de higiene, indispensáveis à transação de produtos alimentares. Em alguns casos, principalmente nas cidades menores, o comércio encontrava-se nos arruamentos do tecido antigo, e os novos estabelecimentos surgiam em praças, arruamentos retilíneos e largos, marginais ou mesmo exteriores ao que se passou a chamar Centro Histórico. (TERRA, 2015)

Com este breve histórico, percebe-se que o Mercado Público é uma forma de intercâmbio de produtos encontrada em cidades desde a antiguidade e, se hoje tem continuidade no espaço, isto certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas. Todas as culturas adotaram esta forma de

troca de produtos e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca com certa frequência, do deslocamento possível nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência (PINTAUDI, 2006).

Conforme Pintaudi (2006), para que algo exista no tempo e no espaço, deve possuir uma forma resistente, que tenha sentido e ter a capacidade de se modificar ao mesmo tempo em que se perpetua na memória dos indivíduos. O tempo não é reversível, mas o espaço pode ser alterado de forma que não se perca no tempo espacial. O que ocorre geralmente, no caso dos mercados públicos, é uma ruptura, a partir do século XX, com a estrutura comercial utilizada no passado, pois atualmente estes mercados têm como concorrentes estabelecimentos como os supermercados, os hipermercados e os shopping centers.

Os mercados sofreram paulatinamente com a depreciação de seus espaços e o desvirtuamento de suas operações ao longo dos tempos, no entanto, hoje, “apesar de avariados, estão todos tombados, se não legalmente pelas autoridades, afetivamente pela população” (GONDIM, 2007. P.2), por esse motivo configurando como referenciais únicos no contexto urbano das cidades, testemunhos da evolução dos tempos.

Lefebvre (1991) ao tratar a produção do espaço afirma que: o que sustenta, determina e conduz a produção (e reprodução) do espaço é a confluência de oposições entre como é

percebido, concebido e como é vivido o espaço, pelos diversos agentes sociais em interação.

Assim, percebe-se que as vivências, os usos e os signos, são também fatores determinantes da permanência física dos lugares no espaço urbano, ao contrário do que se imputa às ações, intervenções e planos urbanísticos como seus únicos determinantes. Neste ínterim, este estudo tem por objetivo geral analisar a requalificação do patrimônio urbano a partir da revitalização do Mercado Público de Pelotas, na visão dos partícipes da experiência, ou seja, permissionários, usuários locais e turistas.

Como objetivos específicos, o estudo pretende identificar quais os significados, usos e apropriações atribuídos pelos permissionários, usuários locais e turistas ao Mercado Público de Pelotas, após sua revitalização; verificar como e se os permissionários, usuários locais e turistas percebem o Mercado Público de Pelotas como patrimônio Cultural urbano; verificar a visão dos permissionários, usuários locais e turistas sobre a requalificação do Mercado Público de Pelotas.

FONTES

O estudo recorrerá a fontes primárias e secundárias. A abordagem em fonte secundária servirá como condição de embasamento da construção do estudo, visualizada na tipologia bibliográfica.

A pesquisa bibliográfica, conforme Gil (2009, p. 44), consiste na “análise das diversas posições acerca de um problema”, ou seja, buscam-se materiais já elaborados como obras, livros, artigos, entre outros, que contenham as informações necessárias para formulação dos capítulos teóricos, na pesquisa. A pesquisa bibliográfica serve para fundamentar a base teórico-conceitual verificada nos materiais que previamente receberam tratamento científico e é referenciada em publicações como periódicos, livros, revistas científicas e estudos acadêmicos, a exemplo de monografias, dissertações e teses (TRIVIÑOS, 2011).

Assim, o estudo utilizará do embasamento teórico presente em livros, artigos e teses de autores, como SERPA (2010), VIEIRA (2002), GONDIM (2006), GAGLIARDI (2002), já utilizados para composição do referencial teórico do projeto, além de outras referências teóricas sobre conceitos sobre o espaço público e seu novo paradigma de desenvolvimento urbano.

Além disso, buscar-se-á identificar trabalhos já publicados sobre requalificações dos Mercados Públicos de outras regiões do Brasil. O tema Mercados Públicos, em

termos gerais possui registro bibliográfico ainda escasso, necessitando associações e enfoques múltiplos. Encontrando-se algumas monografias e dissertações nas mais variadas áreas de graduação, como arquitetura, história, antropologia. Dentre alguns autores já pesquisados, pode-se destacar Benevolo (2001) Pintaui (2006), Bruno (2010) e Santos, (2014), onde os dois primeiros abordam a história dos Mercados Públicos e seu papel ao longo dos tempos e os dois últimos sobre o Mercado de Pelotas.

Será utilizado também a pesquisa documental, que contempla a fonte de consulta em materiais que não receberam tratamento analítico, compostos por documentos oficiais, como por exemplo, o Projeto de Requalificação do Mercado Público que encontra-se junto a Secretária de Cultura do Município, relatos orais, através da pesquisa em campo empírico no Mercado Público, reportagens jornalísticas, pesquisadas nos jornais Diário Popular e Diário da Manhã, encontrados no acervo da Biblioteca Pública de Pelotas, tanto do período compreendido enquanto processo de requalificação do Mercado Público, quanto após a finalização da obra.

METODOLOGIA

Está proposta de investigação, consistirá em um estudo qualitativo, por avaliar que será a mais adequada para a temática, pelo fato desta ser indicada para trabalhos que visem mais a compreensão de aspectos subjetivos, relacionais e conjunturais, o que é difícil ser avaliado através de números. A pesquisa qualitativa de acordo com Richardson (2007, p. 90): “pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos”.

O estudo proposto, visa fazer uso do olhar de “perto e de dentro” proposto por Magnani (2010), ao invés de apenas o olhar de longe e de fora, segundo Gagliardi (2011) muito presentes na sociedade pós moderna.

Assim, busca-se analisar a requalificação do patrimônio urbano, na visão dos partícipes da experiência, identificando significado, usos, apropriações que a população local e os turistas, ou seja, os partícipes da experiência, fazem do mercado Público de Pelotas, universo escolhido como área de investigação. Deste modo, os procedimentos metodológicos, apontam para uma pesquisa de campo, entendendo o campo como uma etapa fundamental dentro da pesquisa qualitativa, sendo muito valorizado dentro das pesquisas sociais por trabalhar com gente, “com atores sociais em relação, onde o

sujeito de pesquisa se relaciona com o pesquisador, daí resulta um produto novo e confrontante tanto com a realidade concreta como com as hipóteses e pressupostos teóricos, num processo mais amplo de construção de conhecimentos”. (MINAYO, 1993, p.105).

Os dados primários, referentes à pesquisa de campo, serão coletados através de entrevistas semi-estruturadas, com um roteiro pré-estabelecido, combinando questões abertas e fechadas para atingir os objetivos da investigação.

A entrevista foi escolhida preliminarmente, como a técnica de coleta de dados empíricos porque, segundo Minayo (1993), é a técnica mais usada no processo de trabalho de campo, pois proporciona maior interação entre entrevistador e entrevistado, fornecendo tanto dados primários quanto secundários, referentes a opiniões, crenças, condutas, sentimentos, etc. Também será utilizada a observação descritiva, a fim de tentar captar o que muitas vezes as falas dos entrevistados não conseguem expor, mas demonstram através de gestos, expressões, tempo de demora para responder, enfim, uma maneira de contribuir na interpretação da entrevistas.

Também será utilizada a observação descritiva, a fim de tentar captar o que muitas vezes as falas dos entrevistados não conseguem expor, mas demonstram através de gestos, expressões, tempo de demora para responder, enfim, uma maneira de contribuir na interpretação da entrevistas. Segundo Minayo (1993, p.194), “a observação descritiva é a que se realiza de forma totalmente livre, embora o investigador de campo deva estar sempre focalizado no que constitui seu objeto de estudo”. Para o recolhimento de dados referentes aos equipamentos utilizados pelos usuários e os turistas no espaço requalificado, e com que finalidade, e também, de que maneira ambos transitam por esse espaço.

Com relação à análise dos dados coletados, a mesma será descritiva, documental e de discurso, caracterizando-se como uma triangulação analítica. O estudo parte do aporte teórico apresentado para que as informações coletadas possam ser descritas analisadas e comparadas com o olhar de fora e de longe, presente em análises estatísticas, em dados colhidos nos arquivos municipais e na literatura acerca das estratégias de requalificações urbanas contemporâneas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES ,Roberta ; HALLAL,Dalila. **O projeto de revitalização do mercado público de pelotas: algumas críticas da comunidade local**.EMICULT,2016.

BENEVOLO, Leonardo - **História da Cidade**. 3ª edição. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 2001.

BORJA, Jordi . **El espacio público: ciudad y ciudadanía**. Madrid, Electa. (2003).

BRUNO, Guilherme Rodrigues. **Mercado Central de Pelotas: A permanência no lugar do consumo**. Dissertação de Mestrado da UFPEL, 2010

CALVINO, Í. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. **Pesquisa Qualitativa: Análise de Discurso versus Análise de Conteúdo**. Texto & Contexto Enfermagem, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, out./dez. 2006.

CAVENACCI,Massimo.**Antropologia da Comunicação Visual**.São Paulo:Brasiliense,1990.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. V. 1. Artes de fazer. 4. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

DENCKER,Ada de Freitas.**Hospitalidade:Cenários e Oportunidades**.São Paulo:Thomson,2003.

GAGLIARDI,Clarissa Maria.**Intervenções Urbanas e Dinâmica Local:O processo de Requalificação do Centro Histórico de Genova ,Itália**.Tese de Doutorado:PUC,São Paulo,2011.

GEIS, Patricia; GASTAL,Suzana. **Turismo Cultural Sob o Olhar Pós-Moderno: Os Mercados Públicos em Questão**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicaçãoviii Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul – Passo Fundo – RS

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

GONDIM, Linda M. P. **O Dragão do Mar e a Fortaleza Pós-Moderna: cultura, patrimônio e imagem da cidade**. São Paulo: Annablume, 2007.

GRAMKOW, Fabiana Böhm; CAVEDON; Neusa Rolita. **As bancas de especiarias do Mercado Público de Porto Alegre e suas estratégias**. Organizações & Sociedade. V. 8, n. 22, p.1-15, sept/dez. 2001.

LEFEBVRE,Henri.**O direito a cidade**.São Paulo:Moraes,1991.

LEITE, Rogério Proença. **Contra-usos da cidade: Lugares e Espaços Públicos na Experiência Urbana Contemporânea**. Campinas-SP. UFS, 2004.

[MAGNANI, José Guilherme Cantor](#). **De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana**. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2002, vol.17, n.49, pp.11-29.

MARTINS, G. de A. **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 200.

MARX, M. **Cidade Brasileira**. São Paulo: Melhoramentos/Editora da USP, 1980.

PEIXOTO, Paulo. **A identidade como recurso metonímico dos processos de patrimonialização**. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.70, Dezembro 2004

PINTAUDI, Silvana M. **Os Mercados Públicos: Metamorfoses de um Espaço na História Urbana**. Scripta Nova Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Barcelona, v 10, 2006

ROMANO, Leonora. **Edifícios de mercados gauchos: uma arquitetura de sentidos**. Dissertação de mestrado em arquitetura e urbanismo. URGs, PO, 2004.

SÁNCHEZ, Fernanda (1999), **“Arquitetura e Urbanismo: espaços de representação na cidade contemporânea”**, Veredas, Rio de Janeiro, v. 41

SANTOS, Klécio. **Mercado Central de Pelotas 1846- 2014**. Pelotas, Frutos do Paiz, 2014.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público; as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SEVERO, Fernanda. **O Mercado de Porto Alegre: Entre a Cidade Real e as cidades ideais**. Dissertação (Pós-Graduação em História do Brasil) – Instituto de Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: PUC, 1999

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais de sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

TERRA, Paulo Martins. **Regeneração urbana e requalificação do Mercado municipal de silves**. Dissertação de Mestrado em Arquitetura. Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes. Portimão, 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação – o Positivismo, a Fenomenologia, o Marxismo**. São Paulo: Atlas, 2011.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: SENAC, 2001.

VIEIRA, Sidney Gonçalves. **O centro vive. O espetáculo da revalorização do Centro de São Paulo: sobrevivência do capitalismo e apropriação do espaço**

Tese de doutorado – Rio Claro .UNESP, 2002

TEOBALDO, Izabela Naves Coelho **A cidade espetáculo: efeito da globalização.**

Revista do Departamento de Sociologia da FLUP, Vol. XX, 2010

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação – o Positivismo, a Fenomenologia, o Marxismo. São Paulo: Atlas, 2011.