

MERCADO PÚBLICO DE XANXERÊ: INSTRUMENTO PARA DESENVOLVER A AGRICULTURA FAMILIAR

Lorena P. Waihrich*
Kelvin Henrique Paludo**
Paula Martiéli Dill Santos***

Resumo

O artigo aborda a possibilidade de implantação de um mercado público no município de Xanxerê, Santa Catarina, e a sua área abrangente, a região da Associação dos Municípios do Alto Irani (AMAI). A agricultura familiar será analisada no município, e dados ajudaram a fundamentar a carência dessa variedade de comércio em Xanxerê. Para justificar o presente tema se tomará como exemplo dois mercados públicos, de diferentes cidades, sendo um do século XIX, e o outro contemporâneo, do século XXI. Será evidenciada e analisada a arquitetura de cada um, bem como a sua importância para beneficiar a população em geral, o que é fundamental no desenvolvimento deste trabalho.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Mercado público. Xanxerê.

1 INTRODUÇÃO

Os mercados públicos fazem parte da história de muitas cidades; por meio deles o comércio se desenvolveu. Sendo antecedentes aos supermercados modernos, essas estruturas se caracterizam por acompanhar o crescimento de muitas cidades pelo Brasil, sendo, nos dias atuais, estruturas que ajudam a compor a identidade cultural desses locais.

Fundado em 27 de fevereiro de 1954, o município de Xanxerê conta com uma população de 44.128 mil habitantes (IBGE, 2010) e está situado na região Oeste do Estado de Santa Catarina (Mapa 1). Em seus 58 anos de história, Xanxerê tornou-se um polo para as cidades vizinhas de menor porte.

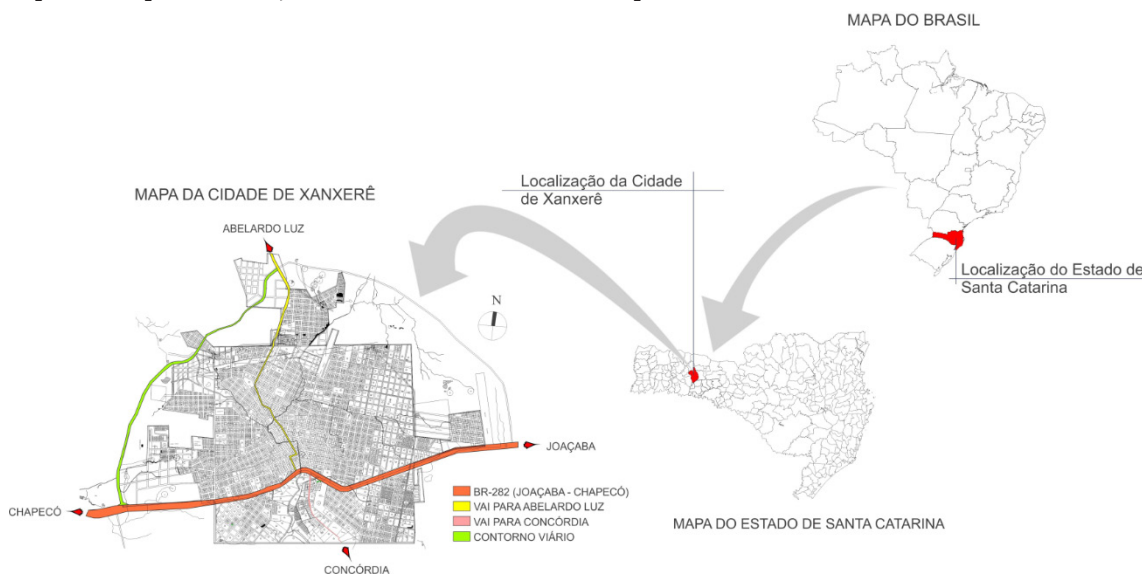
Atualmente, faz parte da região da Associação dos Municípios do Alto Irani (AMAI). A AMAI é constituída de 14 municípios e tem como objetivo o fortalecimento das capacidades administrativas, econômicas e sociais dos municípios.

*Orientadora; lorena.waihrich@unoesc.edu.br

** kelvin_paludo@hotmail.com

*** paula_dill@yahoo.com.br

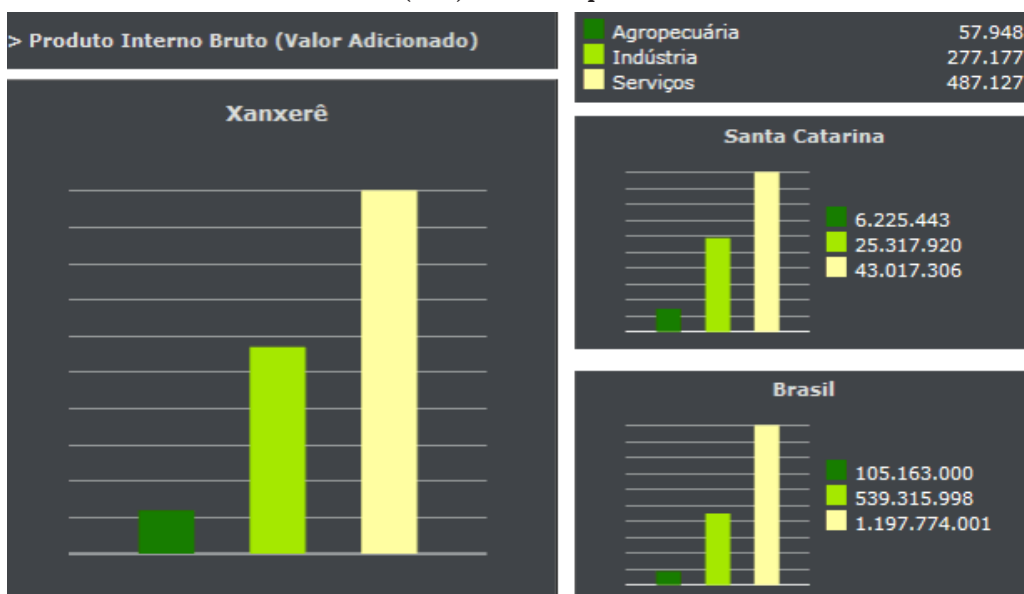
Mapa 1 – Mapa do Brasil, de Santa Catarina e do município de Xanxerê



Fonte: os autores.

A base da economia da cidade de Xanxerê está ancorada no setor primário, especialmente no plantio de milho, soja, feijão e trigo, além de apresentar forte retorno financeiro de indústrias e principalmente de serviços em geral (IBGE, 2009) (Gráfico 1). A criação de animais também se destaca, sendo uma expressiva fonte de renda para o município.

Gráfico 1 – Produto Interno Bruto (PIB) do município de Xanxerê



Fonte: IBGE (2009).

As produções agrícolas e as atividades pecuárias são favorecidas pela existência de cursos técnicos e de graduação com essa temática no município. As pequenas propriedades estão presentes em grande número, representando uma grande fatia da economia a ser explorada.

Estas propriedades têm enorme potencial para a produção e a venda direta no comércio de Xanxerê. Muitas delas já fazem uso da feira semanal como complemento aos ganhos mensais,

mas essa área pode se desenvolver mais com investimentos e organização mais adequada, uma vez que a produção é contínua.

A agricultura familiar no Brasil vem sofrendo inúmeras transformações ao longo dos anos. Esta passou de atividade de subsistência à fonte de renda com um amplo horizonte de expansão. É o que afirma Wanderley (2001, p. 21):

A agricultura familiar não é uma categoria social recente, nem a ela corresponde uma categoria analítica nova na sociologia rural. No entanto, sua utilização, com o significado e abrangência que lhe tem sido atribuído nos últimos anos, no Brasil, assume ares de novidade e renovação.

Essa tendência é validada pelo Censo Agropecuário de 2006, o qual aponta o número de 16.567.544 pessoas trabalhando em estabelecimentos agropecuários no Brasil (incluindo produtores, seus familiares e empregados temporários ou permanentes). Este número correspondia a 18,9% da população ocupada no país (87.628.961 pessoas) (INFORMAÇÕES DO BRASIL, 2012).

O crescimento da agricultura familiar nos anos 1990, também teve outro motivo: a divisão do espaço entre a produção e a industrialização agrícola. Assim como menciona Silva (1999, p. 26), “[...] a criação de empregos não agrícolas nas zonas rurais é, portanto, a única estratégia possível capaz de, simultaneamente, reter essa população rural pobre nos seus atuais locais de moradia e ao mesmo tempo, elevar o seu nível de renda.”

Isso significa que a agricultura familiar tem muito mais a oferecer do que apenas os frutos da colheita. A agroindústria enriquece a economia e amplia a gama de possibilidades para o produtor, que pode oferecer maior diversidade de produtos para a comercialização.

A agricultura familiar no município de Xanxerê tem uma grande representatividade, são 720 propriedades no interior da cidade (INFORMAÇÕES DO BRASIL 2012). Além das atividades agropecuárias, essas famílias normalmente produzem itens a serem revendidos, como queijos, geleias e doces, entre outros produtos.

A produção e a capacidade de crescimento desse tipo de agricultura tornam a instalação de um mercado público muito conveniente. Por meio dessa nova estrutura, a maior parte da produção familiar pode ser destinada a um único local, cuja infraestrutura facilita e incentiva este tipo de atividade comercial.

No mercado público, o produtor está mais protegido, além de estar focado em um só local de vendas. Este local também gera mais empregos, uma vez que a exposição dos produtos implica a necessidade de funcionários no setor de vendas, podendo ser uma alternativa de manter a família inteira de produtores rurais nessa gama de negócios.

A construção de um mercado público na cidade de Xanxerê pode ser justificada não apenas pelos índices de crescimento na agricultura familiar e em seu Produto interno bruto (PIB), mas também pela possibilidade de trazer um novo e próspero tipo de comércio no município, estando também preparado para as mudanças futuras. O mercado público trará desenvolvimento no âmbito da agricultura familiar, sendo também vantajoso ao consumidor e ao produtor, não apenas da cidade, mas também da região da AMAI.

Outra vantagem criada com a instalação de um mercado público na cidade de Xanxerê é a preparação para o crescimento dos próximos anos, estando o município, assim, pronto para transformações. O mercado público também impulsionará o comércio mediante preços mais baixos que os usuais em supermercados, sendo, portanto, vantajoso tanto para o produtor quanto para o consumidor.

A pesquisa parte da metodologia comparativa entre dois exemplos de mercados públicos já instalados anteriormente. O primeiro deles, o Mercado Público de Porto Alegre, escolhido por sua história e por representar um mercado que cresceu e acompanhou o crescimento da cidade, sendo hoje um símbolo, exercendo funções econômicas e de memória histórica. O segundo, o Mercado Público de Chapecó, representante recente desse tipo de atividade econômica, que não traz o cunho histórico-cultural.

Essa comparação tem como objetivo mostrar as características necessárias em um novo mercado público, e o que ele pode se tornar no contexto da cidade em longo prazo. Tal comparação permite perceber melhor as funções econômicas e as necessidades de infraestrutura em cada um dos casos.

2 RESULTADOS E DISCUSÕES

Os mercados públicos têm origem nas antigas feiras de troca de produtos, normalmente estas aconteciam nas praças das cidades, antes de terem local permanente. Para Munford (1982, p. 84), o que faz com que o mercado tenha:

[...] um lugar permanente na cidade é a população suficientemente grande para oferecer um bom meio de vida a mercadores que têm ligações distantes e produtos caros, e suficiente produtividade local para permitir que os excedentes das oficinas urbanas sejam oferecidos à venda em geral.

Portanto, esta cidade tinha, então, requisitos importantes para se constituir em um centro de trocas de mercadorias, de informação, financeiro, de modelos culturais e artísticos, sem falar das outras funções que desde logo estão presentes nas cidades como a administrativa, educacional e religiosa (CALABI, 1993, p. 30). O mercado público, já nos primórdios do capitalismo, era uma forma de centralizar o comércio em um determinado local, com a finalidade de facilitar o controle sobre as trocas de mercadorias ali efetuadas, bem como das fontes abastecedoras de produtos.

Um fator da sobrevivência desses locais é a facilidade de cumprir as leis sanitárias, o que é mais difícil nas feiras livres, presentes hoje em um número muito menor. Os mercados públicos são, portanto, locais de fácil fiscalização e oferecem uma estrutura fixa, cujo funcionamento não depende das condições climáticas.

3 COMPARAÇÃO

Patrimônio histórico e cultural de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, o Mercado Público foi inaugurado em 1869 para abrigar o comércio da cidade (Fotografia 1). Em 12 de dezembro

de 1979, o Mercado Público foi tombado pelo Patrimônio Histórico e Cultural de Porto Alegre, conforme a Lei n. 4.317 de 1977.

Tombado como bem cultural, passou entre 1990 e 1997 por um processo de restauração, agregando mais qualidade à sua estrutura e recuperando a concepção arquitetônica original, restaurando a estética, valorizando e maximizando espaços sociais. A reforma recuperou a percepção das arcadas, resgatou as circulações internas, criou novos espaços de convivência e implantou redes de infraestrutura compatíveis com o funcionamento do Mercado.

Foi construída uma nova cobertura que possibilitou a integração entre o térreo e o segundo pavimento. Com essas modificações, a área total do Mercado é de 15.394,04 m² (Fotografia 2). O Mercado Público também atua como espaço para manifestações culturais e comunitárias.

Fotografia 1 – Mercado Público de Porto Alegre na década de 1890



Fonte: Mercado Público de Porto Alegre (2011).

Fotografia 2 – Mercado Público de Porto Alegre em 2010



Fonte: Mercado Público de Porto Alegre (2011).

O Mercado possui, hoje, 110 estabelecimentos, com algumas das atividades: açougues, peixarias e frutos do mar, restaurantes, lancherias, pastelaria, padarias, fruteiras, verduras e legumes, artesanato regional, bomboniére, lotéricas, bancas de revistas e jornais, flora e artigos para umbanda, peixes ornamentais e produtos para aquários, cafeteria, barbearia, livraria, entre outras.

Um exemplo mais atual é o Mercado Público Regional de Chapecó, Santa Catarina, realizado pelo Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Econômico, Social e Meio Ambiente (Cidema). A construção da obra iniciou-se em 2004 e foi concluída em 2007.

O projeto do Mercado Público Regional (Fotografia 3) tem uma praça de alimentação com palco para apresentações culturais, um espaço para livraria, loja de discos, banca de revistas, local de leitura e auditório para 50 pessoas. Além disso, banheiros, área de circulação, espaço para comercialização de pescado, loja de panificados, box para artesanato e mostruário de confecções, sala de apoio a entidades, sala de equipe de informações de mercado, sala de reunião e sala para serviços gerais.

Atualmente o projeto integra os municípios de Caxambu do Sul, Chapecó, Cordilheira Alta, Coronel Freitas, Guatambu, Nova Itaberaba, Planalto Alegre, Quilombo, Santiago do Sul, São Carlos, Sul Brasil e União do Oeste.

Fotografia 3 – Mercado Público de Chapecó



Fonte: ClicRBS (2010).

Em geral, os mercados públicos, com a finalidade de sobreviverem nos tempos atuais, fazem uso da tradição e de sua história, os quais são atrativos que configuram um meio de continuar em funcionamento. Estes mercados estão sobrevivendo ao tempo por meio de renovações e restaurações periódicas.

Na instalação de um mercado público nos dias atuais, sem identidade cultural anterior, o apelo e o foco devem ser diferenciados dos mercados públicos tradicionais.

Mesmo os antigos mercados hoje possuem outras opções como restaurantes e apresentações artísticas que ajudam a movimentar e a manter os ares boêmios de épocas passadas. O desa-

fio em uma nova estrutura é dar o foco certo para que o local possa, no futuro, fazer parte da identidade do lugar, tendo como ponto de partida a sua eficiência imediata no setor econômico.

4 PROPOSTA DE MERCADO PÚBLICO EM XANXERÊ

Propõe-se que as instalações físicas deste mercado público deva respeitar o Plano Diretor do município de Xanxerê bem como o Código de Obras (Lei Complementar BLB n. 3.430/12 - Art. 34, áreas não residenciais), sendo preferencialmente instalado em algum local próximo ao centro da cidade. A edificação deve conter as seguintes instalações: sanitários, depósitos, administração, lojas, café ou restaurante, doca e espaço para apresentações.

5 CONCLUSÃO

O motivo de realizar um empreendimento como este na cidade de Xanxerê pode ser justificado pelos seus índices de crescimento e pela possibilidade de trazer uma nova e próspera variedade de comércio para o município. Um pré-requisito para que isso ocorra é a instalação do mercado público no centro da cidade, com a finalidade de auxiliar na divulgação e despertar a curiosidade, dando o impulso inicial dessa atividade comercial distinta dos mercados usualmente encontrados no município.

Atualmente, os mercados públicos têm a função de oferecer um atendimento diferenciado ao consumidor, mais pessoal, com possibilidade de negociação e preços fixos mais baixos que os supermercados. Nesses locais, o próprio produtor pode fazer a função de vendedor, sendo conhecedor da mercadoria que oferece.

Um mercado público na cidade de Xanxerê teria função semelhante ao também recente Mercado Público de Chapecó: a atividade comercial. Esse é o foco da instalação de uma estrutura como essa no município: desenvolver a economia, beneficiar o consumidor e, principalmente, apresentar uma nova e eficiente perspectiva ao produtor rural.

REFERÊNCIAS

CALABI, Donatella. *“Il Mercato e la Città”*. Venezia: Marsilio, 1993.

IBGE. Censo Agro 2006: IBGE revela retrato do Brasil agrário. 2006. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 out. 2012.

IBGE. Município de Xanxerê. 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 out. 2012.

INFORMAÇÕES DO BRASIL. Censo Agropecuário 2006 de Xanxerê (SC). 2012. Disponível em: <<http://www.informacoesdobrasil.com.br>>. Acesso em: 2 out. 2012.

MERCADO PÚBLICO DE PORTO ALEGRE. Mercado Público de Porto Alegre. 2011. Disponível em: <<http://www2.portoalegre.rs.gov.br>>. Acesso em: 8 out. 2012.

