

## MERCADO PÚBLICO DE PELOTAS: DIFICULDADES E PERSPECTIVAS

JULIANA MENDES PETER<sup>1</sup>; INARA ROSANI VAHL<sup>2</sup>; CRISTIANE BERSELLI<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [jumpeter@hotmail.com](mailto:jumpeter@hotmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [inaravahl@hotmail.com](mailto:inaravahl@hotmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [cristiane.berSELLI@gmail.com](mailto:cristiane.berSELLI@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Os Mercados Públicos são partes vivas da história e da cultura de uma cidade. A presença destas instituições no meio urbano permite a interpretação de alguns aspectos, peculiaridades e contextos sociais desenhados pela história local, pelos hábitos dos cidadãos e pela disponibilidade de oferecer produtos genuínos.

ARAÚJO e BARBOSA afirmam que historicamente mercados e feiras “adquiriram uma importância muito grande que ultrapassa seu papel comercial, transformando-se, em muitas sociedades, num entreposto de trocas culturais e de aprendizado, onde pessoas de várias localidades congregavam-se estabelecendo laços de sociabilidade” (2004, p. 2).

Ainda que os Mercados possuam notória relevância urbanística e cultural, sua permanência e funcionamento podem restar ameaçadas pela concorrência dos estabelecimentos privados que possuem formas mais modernas de armazenagem, higiene e infraestrutura.

Entende-se que a alimentação é uma necessidade básica e fundamental ao homem, assim a segurança alimentar preocupa cada vez mais órgãos internacionais como a Organização Mundial da Saúde (OMS) e a Organização Mundial do Turismo (OMT). No contexto de destinos turísticos a promoção da segurança, além de manter a integridade física dos turistas se estende também à saúde, deve-se garantir a segurança alimentar dos sujeitos. (MANFUGÁS, 2014).

Diante disso, o presente trabalho tem por objetivo trilhar as condições e as perspectivas do Mercado Público de Pelotas, com dados e percepções coletados em uma visita realizada na data de 04/06/2019, para desenvolvimento de pesquisa de campo para disciplina de Técnicas Higiênicas e Sanitárias no Manuseio de Alimentos, com base na Resolução RDC nº 216/2004 da ANVISA, onde diz que o Manual de Boas Práticas e POPs (procedimento operacional padrão), são obrigatórios e devem ficar disponíveis aos funcionários e autoridades sanitárias (ANVISA, 2004).

Foi realizada uma visita interna e externa pelos corredores do Mercado Público, verificando as irregularidades por sua extensão, com registros fotográficos das bancas, área central e arredores do Mercado, registrando as deficiências, os pormenores e os aspectos positivos. Cabe salientar que dentro das áreas das bancas não foi realizada verificação pois necessitaria de permissões de cada estabelecimento.

Com traços tradicionais bem marcados, identificou-se que, por mais que os hábitos estabelecidos ao longo do tempo sejam respeitados e mantidos, o local ainda carece de melhorias e modernizações. O atendimento personalizado, que por vezes poderia ser impessoal, confere ao espaço uma significação de casa. A aceção de um ponto turístico higienizado pelo Poder Público, mas que ainda

exala os odores fortes das peixarias populares. A representação que identifica o Mercado como um recolhimento traz à lembrança um tempo que passa mais devagar.

Neste sentido, buscou-se desvendar o funcionamento, as particularidades do ambiente e a cultura organizacional deste, identificando as peculiaridades pertencentes e fatores históricos ligados ao modo operacional e como são tratadas as irregularidades que se revelam na administração das bancas do Mercado, evidenciando significativas irregularidades, como também saber quais são as perspectivas de melhoras e disponibilidade financeira perante o Poder Público que é responsável pelo espaço.

## 2 - METODOLOGIA

A presente pesquisa empírica com abordagem qualitativa (GERHARDT; SILVEIRA, 2009; GIL, 2008), quanto aos seus objetivos se apresenta como exploratória e descritiva. A técnica de coleta de dados consistiu em entrevista semiestruturada (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Assim, foi agendada uma visita a Diretora do Turismo de Pelotas, responsável pela administração do Mercado Público, a fim de colher mais informações e levantar as perspectivas de melhoras, parcerias e investimentos públicos e privados no Mercado Público de Pelotas.

## 3 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo informações passadas pela Diretora do Turismo da Prefeitura Municipal de Pelotas, na visita realizada na data de 13/09/2019, a administração do Mercado, no ano de 2017, firmou um convênio com o Sebrae em um projeto denominado “Projeto de Turismo Cultural”, dando o aporte financeiro para contemplação de cinquenta bancas do Mercado. Diante desta possibilidade oferecida, quarenta e sete empreendedores mostraram interesse em participar, contando com programa de acompanhamento, cursos de marketing, boas práticas em alimentos e requalificação de cardápios oferecido pelo Sebrae. A Diretora relatou que atualmente somente nove empreendedores participam do Projeto. Além disso, a Prefeitura firmou parceria com o Curso de Gestão Ambiental da UFPEL para que fosse realizado o descarte correto do lixo.

A diretora relata que os alunos do curso trabalharam por um ano fazendo análise de todo o material que era descartado nas bancas. A parceria foi encerrada pois os graduandos não obtiveram grandes resultados devido a resistência dos empreendedores em participar. Além disso, a Prefeitura ofereceu um curso de tratamentos dos resíduos. Outra tentativa, por parte do Poder Público, foi de constituir uma Associação dos Permissionários, mas de novo o interesse dos empreendedores foi nulo.

Ainda segundo ela, os permissionários possuem um caderno de obrigações fixado no edital de concorrência e, quando uma norma deixa de ser cumprida, o zelador, que é contratado através de um serviço terceirizado e é responsável por fiscalizar o cumprimento das normas, deve reportar ao Poder Público para que este notifique ou multe o empreendedor. A diretora afirma que muitos preferem pagar a multa a seguir as normas estabelecidas e que a última instância de sanção é dada pela Vigilância Sanitária.

Ainda que essas atribuições de controle não sejam da Prefeitura, a diretora argumenta que a ideia do Poder Público é contribuir ativamente para tornar o

Mercado um case de sucesso, mas que a resitência oferecida pelos permissionários torna tudo mais difícil e que é importante que haja cobrança da população para pressiona-los a cumprir as normas estabelecidas e o Mercado tenha funcionamento pleno.

#### 4 – CONCLUSÃO

Em virtude aos fatos mencionados, reforça-se o papel do Mercado no contexto histórico, turístico e econômico da cidade. É preciso que haja conscientização da necessidade de melhoramentos como modernidade, limpeza, infraestrutura e que isso conte com aporte financeiro público e privado e de parcerias com outras instituições públicas para fomentar o desenvolvimento do turismo local. É importante destacar que os permissionários precisam estar dispostos a colaborar para este desenvolvimento para que isto reflita em ganhos com mais vendas. O olhar do Poder Público voltado para a valorização e resgate do local é indispensável, mas não pode ser o único. A magnitude e importância deste importante símbolo precisa contar com a cooperação de toda a sociedade.

#### 5 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, P. C. A; BARBOSA, L. R. Feira, lugar de cultura e educação popular. In: **Revista “Nova Atenas” de Educação Tecnológica**. Volume 07, Número 02, jul/dez/2004. Acessado em: 14 de setembro de 2019.

ANVISA. Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. DOU. **Diário Oficial da União**; Poder Executivo, DF, p.25, 16 set. 2004. Acessado em 10 de set. 2019. Online. Disponível em: <https://bit.ly/2oeLvth>

MANFUGÁS, J. M. et al. Higiene alimentaria, una necesidad en las instalaciones turísticas que brindan servicio de alimentos y bebidas. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, n. 2014\_06, 2014

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editorada UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008