

## O Mercado Público de Porto Alegre<sup>1</sup>

LAURA BLESSMANN<sup>2</sup>  
LISETE GHIGGI<sup>3</sup>

Centro Universitário Metodista IPA, Porto Alegre, RS

### RESUMO

O presente trabalho reúne um conjunto de jornais murais, produzido no 2º semestre de 2013, com texto e projeto gráfico dos alunos das disciplinas de Projeto Experimental 1 e Projeto Gráfico I, sob a supervisão de dois professores, em encontros semanais. Ambas disciplinas se propõem a oferecer ao aluno a oportunidade de vivenciar os processos do cotidiano de um jornal impresso, ao estimular a produção de reportagens, com o propósito de resgatar ou construir histórias sociais. O produto final é exposto nos murais da instituição e nos locais relacionados ao tema. O tema gerador da série de murais de 2013/2 envolve o mercado Público de Porto Alegre, uma construção centenária repleta de história.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mercado Público; história; incêndios, bancas.

### 1 INTRODUÇÃO

Quando a proposta é resgatar histórias, fatos e dados, vale analisar se a iniciativa se reveste de caráter sócio-cultural. Se a resposta for sim, cabe verificar se a notícia tem elementos estruturais para se transformar em uma reportagem, e essa decisão está muito vinculada à natureza de cada fonte e à força que a informação possui de se transformar em assunto de interesse público. E foi com este espírito que analisamos o potencial de informações que poderíamos obter com uma série de reportagens sobre a fortaleza histórica de Porto Alegre e dos gaúchos: o Mercado Público.

O tema ganhou ênfase com mais um histórico incêndio, o qual destruiu parte do andar superior do prédio, na metade do ano de 2013. A escolha justificou os sentimentos de ‘perda’ e ‘paixão’ de quem sente orgulho do espaço, peculiar para os porto-alegrenses, localizado no coração da Capital dos gaúchos. Ao optarmos pelo tema, os sentimentos foram canalizados

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria JO 14, modalidade: Jornal Mural

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 2º Semestre do Curso de Jornalismo, email: [laurablesmann@hotmail.com](mailto:laurablesmann@hotmail.com)

<sup>3</sup> Professor orientador do curso de Jornalismo, email: [lisete.ghiggi@metodistadosul.edu.br](mailto:lisete.ghiggi@metodistadosul.edu.br)

para a produção jornalística como forma de homenagem ao mais antigo comércio da Capital, uma fortaleza erguida próxima ao Guaíba, o rio que ladeia a nossa Porto Alegre.

## **2 OBJETIVO**

Este trabalho se propõe a exercitar o jornalismo, em especial a arte do impresso. Com um tema gerador que partiu da própria turma, os demais passos seguiram a rotina de um jornal que busca disseminar a cultura e aproximar-se da sociedade.

Em plena era digital e com tantas facilidades para os jornalistas, seguimos praticando a arte de pesquisa e da busca de fontes, pois não há mudanças no jornalismo que tenham acabado com a apuração da informação direta, independente de novas tecnologias. A perspectiva abordada foi ampla, e levou em conta a história antiga, bem como a contemporaneidade dos assuntos.

O objetivo, portanto, desse trabalho é oferecer aos leitores informações jornalísticas (texto) com atrativos para manter a atenção do leitor (arte gráfica e fotos). A produção do jornal mural em sala de aula é uma alternativa de mídia que exercita a pesquisas de pautas para as reportagens, de fontes e do contato com elas. É também um laboratório que testa as inúmeras variáveis do jornalismo e exercita alternativas para solucionar problemas do cotidiano de uma sala de redação. Todo o trabalho se volta para a qualificação dos jovens jornalistas que estarão nos diferentes veículos de comunicação.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Os jornais murais estão entre as mais antigas formas de comunicação. A Acta Diurna é o primeiro jornal conhecido no Ocidente, e a sua criação foi uma iniciativa do líder e general romano Júlio César, em 69 a.C, com o intuito de divulgar os principais acontecimentos da República. Através de tábuas que eram fixadas nos muros das principais localidades, Júlio César divulgava as notícias e decisões tomadas em seu Império Romano.

Utilizado na área da comunicação organizacional, o jornal mural estimula a circulação da informação e do conhecimento. E ao aliar texto, fotos e arte gráfica ao local em que é exposto,

se constitui numa importante ferramenta da comunicação. Em nossa instituição, cada um dos jornais murais é impresso em papel brilhante, em cores e tamanho A1.

Vários elementos teórico-práticos embasaram a nossa ação, desde a escolha do tema, o levantamento de dados, a apuração dos fatos, a busca das fontes, a ética, os imprevistos, e até os novos rumos que as histórias captadas podem dar à proposta. E como o objeto de trabalho é o jornal do tipo ‘mural’, onde não há espaço para muitas informações, há sempre a necessidade de selecionar as informações de maior relevância.

Nos fundamentos teóricos da comunicação, podemos abordar a construção de modelos da realidade, que variam conforme a percepção dela. O resultado de uma consulta à fonte, portanto, reside na intenção que essa fonte atribui ao repórter. Muniz Sodré consegue explicar a importância de um dos mais importantes e completo gêneros do jornalismo:

A reportagem, onde se contam, se narram as peripécias da atualidade, um gênero jornalístico privilegiado, seja no jornal nosso de cada dia, na imprensa não cotidiana ou na televisão, ela se afirma como o lugar por excelência da narração jornalística. E é mesmo, a justo título, uma narrativa, com personagens, ação dramática e descrições de ambiente, separada entretanto da literatura por seu compromisso com a objetividade informativa. Esse laço obrigatório com a informação objetiva, vem dizer que, qualquer que seja o tipo de reportagem (interpretativa, especial etc), impõe-se ao redator o “estilo direto puro”, isto é, a narração sem comentários, sem subjetivações. (SODRÉ, M., FERRARI, 1986, p. 9-10).

A fonte é fundamental para uma apuração bem executada. Trata-se do resultado de uma pré pauta. A rotina de um jornal varia conforme sua circunstância. Jornais *online*, por exemplo, não possuem rotina definida. Há plantonistas, jornalistas com enfoques “quentes”, informações de agendas, eventos públicos, etc. Devem-se ponderar as notícias mais importantes e libertá-las com rapidez – características da Internet e do mundo dinâmico. Outro elemento importante do jornalismo *online* é o caráter ininterrupto. Tem-se, nesse meio, a possibilidade de atualização das notícias constantemente. Para tal, é necessária pela menos uma pessoa que vire a noite na redação.

Apurar um fato é a parte mais prazerosa da profissão. Procurar informações necessita curiosidade e capacidade de observação. Jornalista deve ser um “chato” que suspeita de tudo.

A desconfiança é o único meio de garantir credibilidade a notícia, permitindo a veracidade dos fatos e o choque de conteúdos. Apurado um assunto, aparecem dúvidas na cabeça do jornalista. A primeira refere-se ao material. Terá sido suficiente? Ele só se saberá isto no momento em que o jornalista se sentar para começar a escrever. Porém, para garantir que nada tenha se perdido durante a apuração, é melhor que ele se certifique durante sua realização. Uma boa pesquisa anterior é um começo. Em entrevista ou vistos de fontes sempre surgem “outros lados da história”. Esses fenômenos são fundamentais para o sucesso ou o fracasso de uma reportagem. Não somente eles, pois é importante também a análise da provável repercussão da história, visões de bastidores, a descrição mais fiel possível do fato à realidade, levantamento de dados e entrevistas, testemunhos, etc. Fatores essenciais regidos primariamente pela ética. Sem eles, até pode haver apuração, mas ela não terá esgotado todos os recursos possíveis e isso pode ser fatal nesse meio.

A convergência de informações e os dados com entrevistas se constituem na forma mais pura de se obter materiais pertinentes a uma reportagem. Mas sobre a entrevista, o modo como ela se desenhará diz muito sobre o resultado final da equação gerada pela conversa. O repórter deve levar em conta diversos elementos na hora de bater um papo com um entrevistado, começando pelo bom senso, ética e incisão, mas sem ferir o espaço individual do outro. É com ética e respeito que se conseguem algumas das melhores informações.

Contribuir para a construção e resgate da história da comunidade é um dos objetivos do jornalismo, que está a serviço de sua comunidade, e, portanto,

A participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se sujeito de atividades de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tende a agregar novos elementos à sua cultura. (PERUZZO, 1998, p. 11)

E foi através do somatório desses elementos que ocorreu a produção do conjunto de ‘Jornais Murais’ da turma de jornalismo do Centro Universitário Metodista IPA, no segundo semestre de 2013. A partir dos conceitos teórico-práticos trabalhados em sala de aula nas diferentes disciplinas que norteiam o semestre, contemplando a transversalidade, os alunos

partiram em busca de pautas, fontes, dados e uma apuração objetiva, como se exige de uma produção jornalística impressa.

O trabalho desenvolvido resgata, então, histórias do Mercado Público de Porto Alegre e presta um serviço à cultura local. Muitos dos fatos relatados não estão nas agendas turísticas tradicionais, mas nem por isso são menos importantes no contexto cultural e histórico do centenário Mercado Público de Porto Alegre.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O método utilizado nas disciplinas que norteiam os jornais murais é dedutivo, isto é: parte do geral ao particular. Trata-se de um método que valoriza o acadêmico ao permitir que na busca de dados para a sua pauta ele assuma a posição de investigador e de pesquisador. Ele “permite ao pesquisador caminhar do conhecido para o desconhecido com uma margem pequena de erro”. (Mezzaroba e Monteiro, 2003, pg 65). Entretanto pode reservar boas surpresas no seu transcorrer. Este método possibilita, então, que se obtenha informações inéditas, novidades ou notícias.

Dentre as inúmeras sugestões levantadas com a turma buscou-se um tema gerador que pudesse oferecer alternativas de pautas para os diferentes murais, com enfoque jornalístico e ênfase no interesse público. Levou-se em consideração o tipo de pesquisa - de natureza exploratória e explicativa, e a coleta inicial de informações foi feita através da Internet em sala de aula, no Centro Universitário Metodista IPA. Após o encaminhamento das pautas, os trabalhos foram desenvolvidos através do contato constante com as fontes, seja ao vivo, por email ou por telefone.

A escolha do tema gerador: **Mercado Público de Porto Alegre** foi motivada pela repercussão do seu último incêndio, em 2013, o que despertou nos alunos a curiosidade de conhecer e contribuir com a história deste patrimônio dos porto-alegrenses. O trabalho experimental se desenvolveu de forma individual ou grupo.

O conjunto de murais costuma ficar exposto em locais estratégicos, onde o público pode apreciar e ler com tranquilidade as informações. É distribuído em todos os prédios do Centro Universitário Metodista IPA, bem como nos locais associados à temática. Em relação a esse

conjunto em análise, pretende-se afixá-lo no mês de maio de 2014, em local a ser determinado pela administração do Mercado Público de Porto Alegre

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO<sup>4</sup>

*“O Mercado Público é um forte. Uma fortaleza construída junto ao lago Guaíba pela força do operário branco e do escravo negro. Um templo de convívio, boemia e tradição, abençoado por todas as divindades, na inesgotável comunhão de aromas e sabores, crenças e cores. Um palácio democrático, que suporta tempestades, incêndios e conspirações, pois nele habita a alma do povo”.* **Rafael Guimaraens**

**Segue a descrição dos 10 murais que abordam a temática: Mercado Público de Porto Alegre.**

**Mariane Soares e Rubem Rocha** mergulharam na história para relatar os fatos mais importantes do Mercado Público no decorrer dos seus *144 anos de História*.

**Everton Calbar Junior, Roberto Nunes e Roberto Valle**, impressionados com o incêndio que destruiu a parte superior do Mercado em junho de 2013, resolveram pesquisar sobre as causas e circunstâncias dos três **Incêndios** que acometeram o Mercado Público ao longo de sua história.

**Tatiane Lopes de Moura** adorou acordar bem cedo e acompanhar o movimento da grande família do Mercado Público para iniciar o seu dia. Ela visitou várias vezes ao Mercado para conversar com os turistas e clientes que por lá circulavam para captar suas impressões sobre o mercado mais democrático da cidade. *O Mercado é público, pode entrar!*

**Filipe Chagas** foi atrás de uma testemunha da história do Mercado. E encontrou Aquilino Hilário Toniollo. *A História Viva do Mercado!*

*Os demais murais destacam bancas mais antigas e tradicionais do Mercado Público, selecionadas pelos próprios alunos, de acordo com a sua identificação com cada uma delas.*

**Suellen Santos** escolheu a *Japesca*, banca especializada em peixes e demais frutos do mar. A única entre as bancas pesquisadas que se destaca por suas ações sociais. Foram inúmeras as visitas para chegar ao produto final projetado.

**Danielle Anhaia e Graziella Silva** optaram pelo *Gambrinus*, para mergulhar na história do Mercado Público e da boemia, e entender o que faz um restaurante se manter como referência há mais de cem anos.

**Cindi Calistro** quis saber por que a cafeteria **Café do Mercado** faz tanto sucesso que já se espalhou por outros espaços no próprio Mercado e fora dele.

---

<sup>4</sup> [http://universoipa.metodistadosul.edu.br/ajor/impressos/cat\\_view/220-20132.html](http://universoipa.metodistadosul.edu.br/ajor/impressos/cat_view/220-20132.html)

**Caroline Vanzella e Laura Blessmann** foram conhecer de perto a **Banca do Holandês**, que há mais de 90 anos se destaca na venda de frios, e que se consagra com a oferta das tradicionais ‘provas’ dos seus principais produtos, o que garante a satisfação dos clientes com as suas compras.

**Luigi Bitencourt de Lima** foi o primeiro a concluir o mural. Ele escolheu a **Banca 40**, porque é freguês e curte os sorvetes com salada de frutas, carro chefe de uma das mais antigas bancas de frutas do Mercado.

**Rafael Brito**, acompanhado de sua câmera, foi persistente e voltou ao Mercado vários dias para conseguir informações sobre a **Banca 33**, especialista em erva-mate, produto típico dos gaúchos que curtem o chimarrão. Com atendentes que pouco sabiam sobre a sua história, ele obteve boa parte das informações a partir de suas observações e de bate-papo com fregueses.

## 6 CONSIDERAÇÕES

O trabalho foi desenvolvido em conjunto por alunos do curso de Jornalismo (2013.02) do Centro Universitário Metodista IPA 2013. Será representado pelo aluno líder, que mostrará o resultado do trabalho empreendido pela turma, produzido ao longo do semestre, e que inclui: produção de pautas, a busca de fontes, captação de informações e elaboração do texto, além de inserir a sua produção em um projeto gráfico.

O conjunto de murais se desenvolveu de acordo com os conhecimentos adquiridos nas disciplinas que atuam de forma transversal com Projeto Experimental e Gráfico 1, de modo a deixar o trabalho completo, atraente e atemporal para ser compartilhado com seus leitores.

As produções se encontram no site do curso de Jornalismo: Universo IPA. E o link de acesso ao conjunto de Jornais Murais 2013.2, com o tema: Mercado Público está em: [http://universoipa.metodistasul.edu.br/ajor/impressos/cat\\_view/220-20132.html](http://universoipa.metodistasul.edu.br/ajor/impressos/cat_view/220-20132.html)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE FLEUR, Melvin Lawrence e BALL-ROKEACH. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

DIZARD, Wilson. **A comunicação em massa na era da informação**. Rio de Janeiro: 2 ed. Jorge Zahar Editor, 2000.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 4º ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: 14 ed. Editora Cultrix, 2005.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista, o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2002.

MEZZAROBA, Orides; Monteiro, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia de pesquisa no direito**. São Paulo: Saraiva, 2003.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: RJ: Vozes, 1998.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: 7 ed. Editora Vozes, 2005.

**Link de acesso às produções do conjunto de Jornais Murais 2013.2 com o tema: Mercado Público de Porto Alegre:**

**[http://universoipa.metodistadosul.edu.br/ajor/impressos/cat\\_view/220-20132.html](http://universoipa.metodistadosul.edu.br/ajor/impressos/cat_view/220-20132.html)**