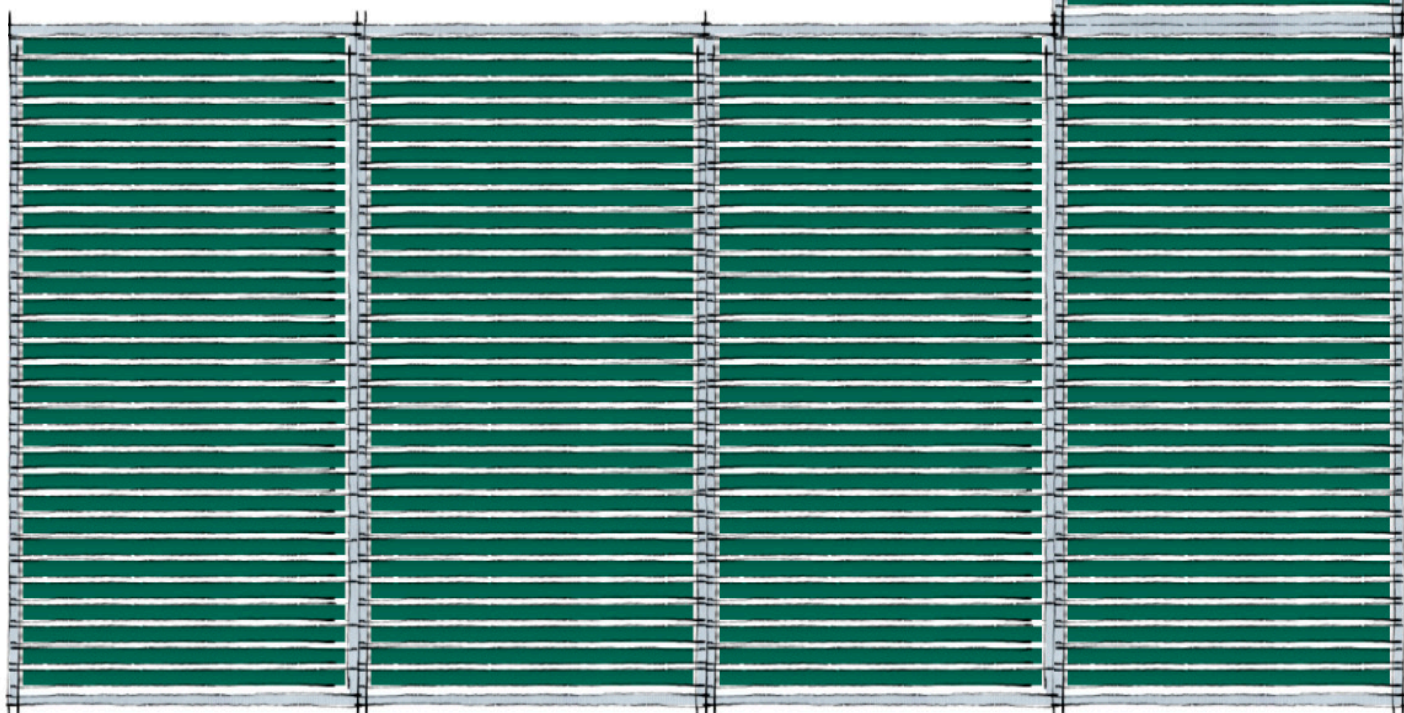


meu
mercado
FORTALEZA

por Mariana Lopes Ferreira Muniz



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE TECNOLOGIA
DEPARTAMENTO DE ARQUITETURA E URBANISMO
TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO

meu
mercado
FORTALEZA

MARIANA LOPES FERREIRA MUNIZ

ORIENTAÇÃO:
PROFA. DRA. BEATRIZ HELENA NOGUEIRA DIÓGENES

FORTALEZA
2018

MARIANA LOPES FERREIRA MUNIZ

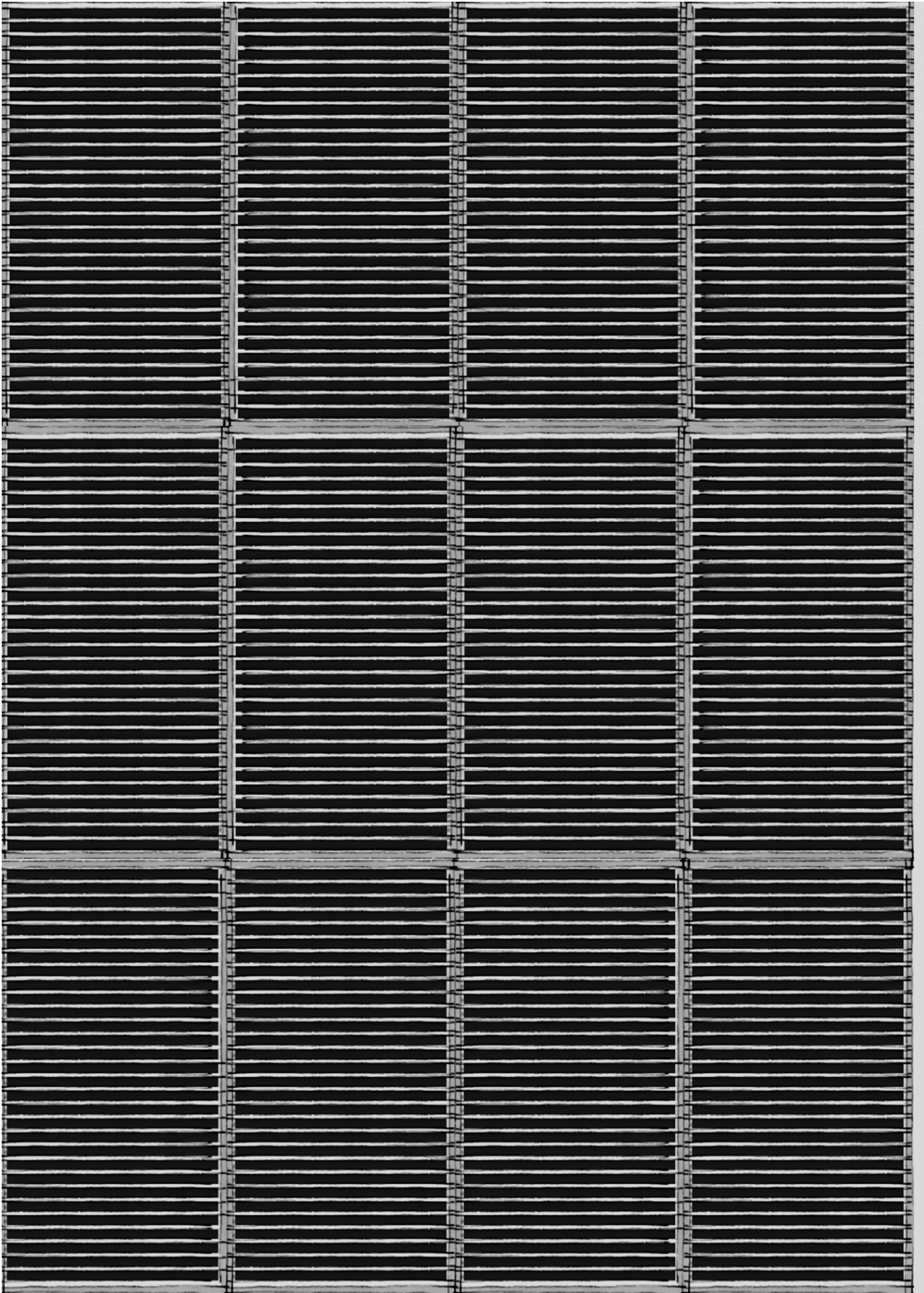
meu
mercado
FORTALEZA

BANCA EXAMINADORA

PROFA. DRA. BEATRIZ HELENA NOGUEIRA DIÓGENES
ORIENTADORA

PROF. DR. RENAN CID VARELA LEITE
PROFESSOR CONVIDADO

ARQUITETO RICARDO MURATORI
ARQUITETO CONVIDADO



À minha avó, meu maior exemplo de dedicação e amor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente a Deus, pela minha história construída até aqui, por tornar possível minha formação como pessoa e profissional de uma maneira construtiva e feliz. Pelo dom da vida, por ter chegado onde cheguei com saúde, perseverança e muito aprendizado. Por ter colocado em meu caminho pessoas incríveis e situações das mais diversas que contribuíram para a minha formação.

Em seguida, agradeço a minha família. Inicialmente aos meus avós, Dona Rosinha e Seu Belino, que desde muito cedo me incentivaram a acreditar nos meus sonhos e me educaram com muito amor e dedicação. Em memória, mais especificamente, dedico o presente trabalho à minha avó, Maria Rosa, exemplo de mulher, mãe e esposa, inesquecível. À minha mãe, Célia Augusta, por sempre dizer que tudo vai dar certo, por me educar e cuidar de mim, me incentivando sempre; aos meus irmãos, Ana Paula, Carla e Luizinho, pelo apoio e companheirismo. Agradeço a minha Tia e madrinha Jacqueline, por ser incansável em sua dedicação a minha formação, sempre com muito amor e preocupação.

Ao meu querido e amado esposo, meu melhor amigo, Alano. Não poderia ser feliz como sou se não fosse por tê-lo ao meu lado, sempre pronto para ajudar no que for preciso, animando os meus dias e me fazendo acreditar que nosso futuro será brilhante. Por todos os anos de paciência e incentivo, inclusive nas horas mais difíceis, me deixando com a certeza de que fizemos a escolha certa!

Agradeço à minha Tia Maninha, sem ela eu não teria chegado aqui, sua generosidade e conselhos sábios, com um grande coração, sempre disposta a ajudar. Aos meus queridos sobrinhos - Ivo, o qual sinto imensa falta e lembro com muita ternura, Yan, Júlio, Maria Clara - minha afilhada amada, João, e também o pequeno guerreiro Heitor. Sou grata ao meu Tio Paulinho, um artista de mão cheia que sempre me inspirou com seus infinitos dons. Agradeço também a minha sogra, Ana, por sempre estar conosco, nos apoiando em tudo. Aos demais Tios e Primos, Cunhados que sempre estão presentes, incentivando e torcendo pelo meu sucesso.

A minha orientadora Beatriz, por toda paciência e tempo dedicado a este trabalho. Por sua disponibilidade e ensinamentos durante as nossas conversas e encontros. Agradeço por todas as sugestões, resoluções de problemas e por sempre acreditar na minha capacidade.

Aos meus amigos, que são muitos para nomear, mas não posso deixar de citar alguns que foram essenciais no processo de produção deste trabalho - Amanda, Josy e Lia, principalmente na fase final, nas últimas semanas vocês foram minha família e o escritório - Confi - minha segunda casa, obrigada por toda ajuda e

apoio na elaboração do projeto, sem vocês eu não teria conseguido. Amigas que a Arquitetura me deu e que vou levar pra vida inteira, vocês são incríveis meninas!

Sou muito grata pelos dias felizes e de muito aprendizado ao lado dos meus queridos companheiros de trabalho no Studio1: Samanta, Rochelle, Cláudio Félix - meu fotógrafo de arquitetura em Rotterdam, Tayná, Arlanio e ao meu chefe, André Monte, por sua compreensão e carinho de sempre.

Agradeço a todos os amigos que essa estimada Escola me proporcionou; em especial: Manu, minha amiga do coração, desde o início sempre ao meu lado; Bia, por todas as conversas sem fim, nas horas boas e ruins; aos amigos: Ianna, Natália, Cibele, Thais, Lucas, Arthur, Olivia e Wynie, pelo companheirismo, apoio e ajuda durante todo o curso; e a todos aqueles que fizeram de alguma forma o cotidiano de projetos e estudo mais agradável e fácil de levar.

A todos os meus professores da UFC que contribuíram para minha formação. Sempre preocupados em fazer uma Arquitetura e Urbanismo para pessoas, com muita sensibilidade e pensamento crítico. Agradeço por todos os valores e aprendizados aqui vividos. À Professora Zilsa, pelo carinho e disponibilidade, e ao Professor Ricardo Fernandes pelo apoio e ajuda no que foi preciso para a conclusão do curso.

Agradeço aos membros da banca, Muratori e Renan por aceitarem prontamente o convite para participarem deste processo, pela paciência e conversas construtivas.

Por fim, sou grata a todos que, de alguma forma, contribuíram para que essa etapa tão importante fosse finalizada! Deu certo!

RESUMO

O conteúdo aqui apresentado faz parte de um Trabalho Final de Graduação que teve como objetivo a elaboração de um projeto arquitetônico para um Mercado Gastronômico na cidade de Fortaleza.

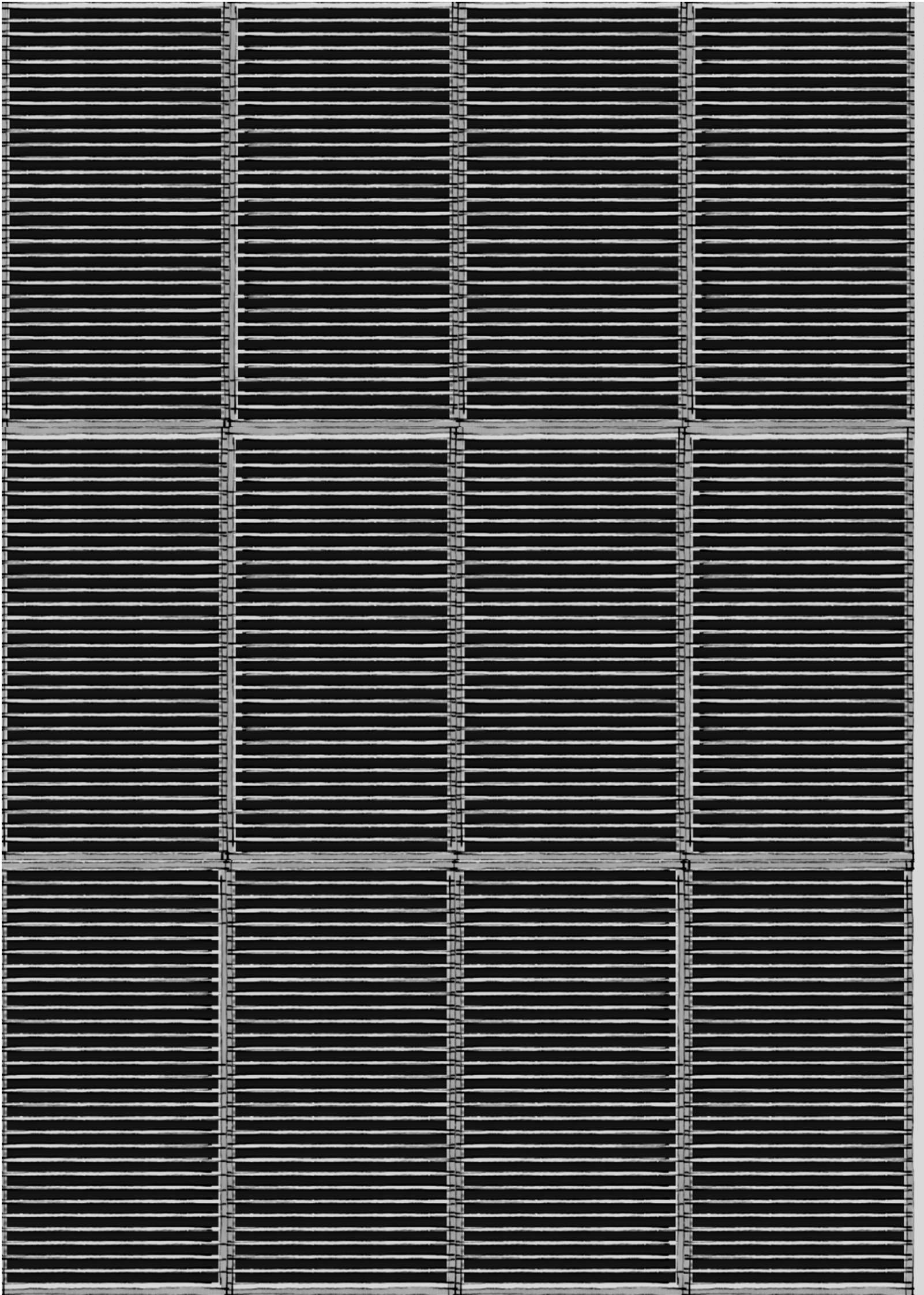
A ideia surgiu a partir de uma análise sobre a falta de equipamentos na cidade que possam contribuir com o fortalecimento, integração e visibilidade da gastronomia e de seus profissionais.

Desta forma, o projeto arquitetônico visa suprir essa carência e contribuir para o turismo, desenvolvimento e exposição da gastronomia em Fortaleza, além de incentivar, através da arquitetura, a integração do espaço construído com seu entorno.

Palavras-chave: Gastronomia, Mercado, Turismo, Arquitetura.

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	13
1.1	INTRODUÇÃO	14
1.2	OBJETIVOS	14
1.3	JUTIFICATIVA	15
1.4	METODOLOGIA	16
2	O TEMA	19
2.1	O MERCADO NA HISTÓRIA	20
2.2	O CONCEITO DE FOOD HALL	22
2.3	CENÁRIO GASTRONÔMICO LOCAL	25
3	REFERÊNCIAS	29
3.1	TIME OUT MARKET	30
3.2	EATALY	33
3.3	CHELSEA MARKET	36
3.4	MARKTHAL	38
4	O LUGAR	45
4.1	O TERRENO	46
4.2	MOBILIDADE E ENTORNO	48
4.3	LEGISLAÇÃO	50
4.4	O MERCADO DOS PINHÕES	51
5	O PROJETO	57
5.1	MEMORIAL DESCRITIVO	58
5.2	PREMISSAS PROJETUAIS	59
5.3	PROGRAMA DE NECESSIDADES	60
5.4	PARTIDO E ELEMENTOS ESTÉTICOS	61
5.5	ACESSOS, RECUOS E O ENTORNO	63
5.6	COZINHAS	65
5.7	PÁTIO CENTRAL E CIRCULAÇÃO	68
5.8	SERVIÇOS, ADMINISTRAÇÃO E APOIO	69
5.9	ESTRUTURA, COBERTA E MATERIAIS	69
5.10	ORIENTAÇÃO E FACHADAS	71



1

apresentação

1.1 | INTRODUÇÃO

A gastronomia em Fortaleza vem ganhando destaque crescente. Novos restaurantes surgem com frequência, adaptando diversos tipos de culinária, nacional e internacional, ao consumo local, inclusive utilizando produtos regionais. Além disso, os estabelecimentos já tradicionais, procuram manter o costume da “cozinha típica” e isso vem sendo bastante valorizado pelo público alvo exigente, formado tanto pelos fortalezenses quanto por turistas. Ultimamente nota-se a presença de ingredientes e receitas que antes não eram tidas como comerciais, sendo encontradas somente em locais específicos ou em refeições do cotidiano.

Pensando nisso o presente trabalho final de graduação trata da elaboração de um projeto para a criação de um equipamento cultural, comercial e turístico, exclusivamente gastronômico, intitulado Meu Mercado Fortaleza, ao lado do Mercado dos Pinhões – situado na quadra entre as Ruas Nogueira Acioli, Tenente Benévolo, Gonçalves Lêdo e a Praça Visconde de Pelotas, no bairro Centro, Fortaleza.

1.2 | OBJETIVOS

Objetivando-se um projeto focado no desenvolvimento de um espaço para a apreciação da culinária local, pensou-se em um ambiente que visa fortalecer a oferta já consolidada de estabelecimentos gastronômicos existentes na cidade. Com o intuito de valorizar o entorno e estimular a convivência dos frequentadores, o local escolhido é estratégico, com apelo turístico e patrimonial.

Especificamente, usando como suporte a forte cultura do “sair para comer”, pretende-se propor um edifício que abrigue diversos elementos que fazem da culinária forte atrativo no cotidiano de Fortaleza. Sendo possível assim, ocupar a grande lacuna da ausência de um ambiente exclusivamente voltado para o consumo da gastronomia.

O Meu Mercado foi pensado como um grande espaço que unirá a cozinha típica local, incluindo também os principais nomes da gastronomia da cidade, já reconhecidos pelos moradores e apreciados pela população em geral. Ou seja, uma maneira de conferir a ideia de pertencimento através do costume do “de comer”. O ideal é oferecer primordialmente o que é estimado pelo público, restaurantes já renomados, locais conhecidos por sua comida, pratos que fizeram história e receitas amadas e replicadas, tudo o que estiver relacionado à gastronomia fortalezense num único lugar.

1.3 | JUSTIFICATIVA

A principal justificativa para o projeto é a recente tendência mundial das experiências gastronômicas como atrativo turístico e a notável ausência de um local na cidade de Fortaleza com essas características tendo moldes de mercado gastronômico. Com o intuito de valorizar o turismo urbano na cidade deu-se a escolha do local, ao lado do Mercado dos Pinhões – tradicional símbolo do patrimônio histórico local. Pretendeu-se criar um percurso que direcione o transeunte para conhecer o edifício tombado e um pouco mais da gastronomia que faz parte do cotidiano da cidade.

Fortaleza é uma cidade com forte apelo turístico e possui diversos polos gastronômicos espalhados por várias regiões, podendo ser citar aqui o Polo Gastronômico da Varjota, que tem cerca de 110 bares e restaurantes instalados, que faz da área hoje, o maior polo gastronômico da capital, reconhecido em lei e apropriado pela cidade segundo a ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes). Além disso, na cidade, se tornou cada vez mais comum a apreciação culinária e a grande frequência de visitantes em busca de boas refeições, dando origem a bairros com alto número de restaurantes e bares, como o caso do bairro Montese, o bairro Centro, e também o bairro Messejana. Existem também algumas regiões com forte apelo gastronômico como o entorno do Lago Jacarey, a região próxima à Avenida Edilson Brasil Soares, a Pracinha da Cidade 2000 e as já conhecidas internacionalmente, barracas da Praia do Futuro.

Não podemos deixar de citar os Mercados Públicos existentes na cidade: Mercado São Sebastião, localizado no Centro da cidade, e o Mercado dos Peixes, remodelado recentemente e localizado na Avenida Beira Mar.

Porém, como dito anteriormente, não existe na cidade um local específico, de forte apelo turístico e com moldes contemporâneos de Mercado, voltado principalmente para a apreciação e valorização da experiência da gastronomia em geral. Foi pensando nisso e visando somar ao crescimento do turismo urbano em Fortaleza que se chegou a ideia de desenvolver um projeto como o que é aqui apresentado.

1.4 | METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do presente trabalho, inicialmente buscou-se realizar levantamento de dados e pesquisa, por meios de visitas a vários polos gastronômicos e conversas com especialistas no assunto.

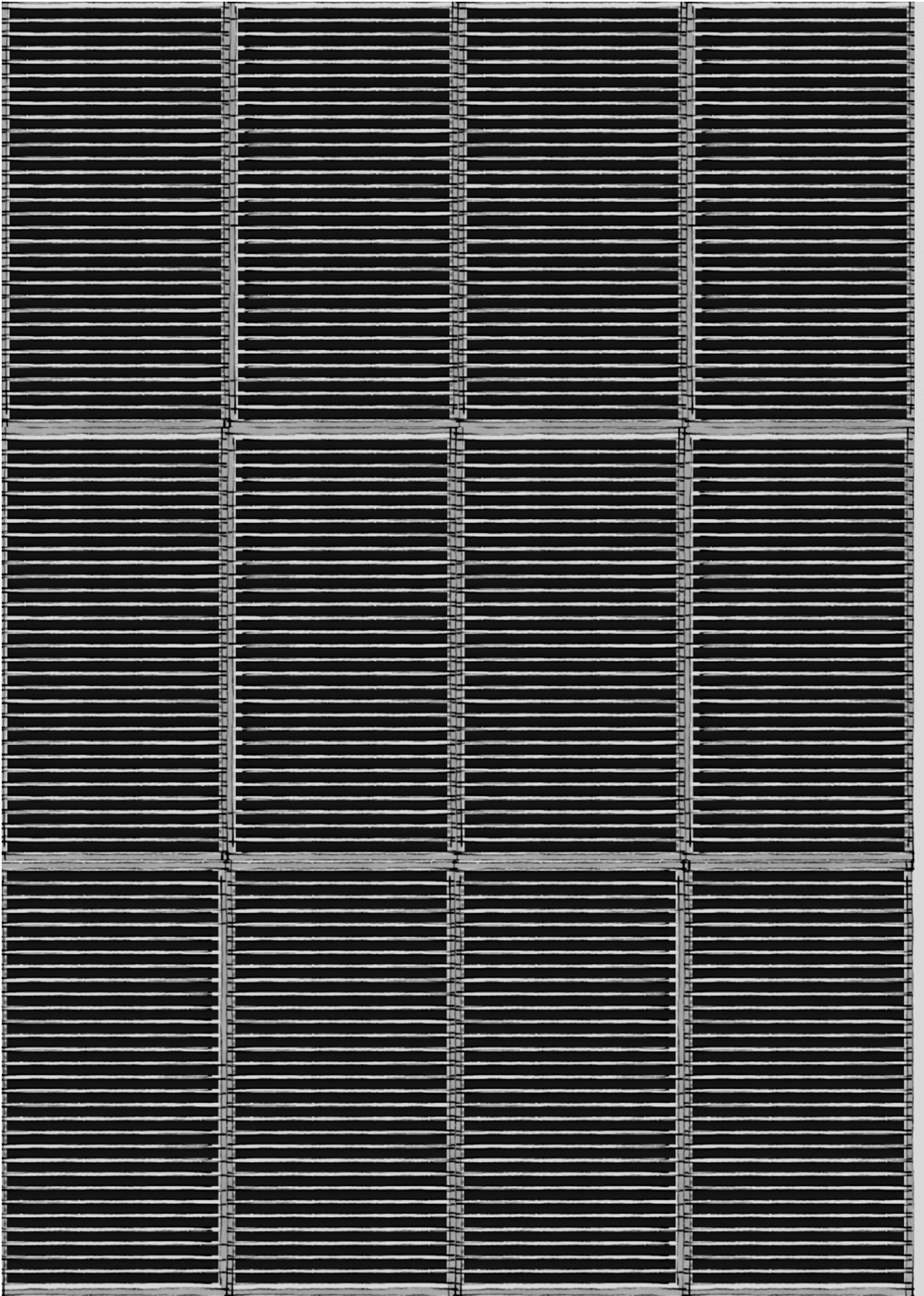
Ainda como pesquisa de campo foram feitas visitas a edifícios usados mais à frente como referência: o empório Eataty em São Paulo e o Mercado Time Out em Lisboa, observando-se a arquitetura e o conceito de projeto de cada um deles.

Considerando a ideia projetual, foi realizada entrevista com o arquiteto Ricardo Muratori, responsável por diversos projetos arquitetônicos dentro do tema Mercado Público, nesses inclui-se o novo Mercado dos Peixes. Além dele, foi entrevistada a jornalista e especialista em Marketing e Gastronomia, Izakeline Ribeiro, responsável pelo blog Sabores da Cidade e grande incentivadora do fortalecimento da culinária local, com o intuito de abordar o tema e suas necessidades de forma mais específica.

Após as entrevistas foi iniciado o levantamento bibliográfico, com a leitura de publicações pertinentes e a busca por correlatos em projetos que, de alguma forma, se relacionassem com a tipologia de mercado, focada principalmente na gastronomia.

Passada essa etapa inicial, foi feita a localização de um terreno, ao lado do Mercado dos Pinhões, que permitisse cumprir as premissas do projeto, traçadas a partir dos estudos anteriormente citados. São elas: localização com forte apelo turístico e acessível, integração com o entorno, interação entre os usuários e necessidades projetuais. Só então, definiu-se o programa de necessidades e, em seguida, foram determinados os princípios e as diretrizes que o projeto deveria seguir.

Finalizadas essas etapas, foi iniciada a concepção de formas e volumetrias, até chegar a forma definitiva que será abordada mais à frente. Seguiram-se, assim, os estudos do terreno, da legislação vigente, dos espaços a serem projetados e da estrutura a ser utilizada. Em paralelo, o projeto foi sendo elaborado, procurando sempre estar de acordo com as premissas inicialmente traçadas.



2

o tema

A gastronomia torna-se um exemplo de referência social, os hábitos alimentares constituem um enraizamento, uma identidade cultural, que pode ser analisada como tantos outros fatores na formação social e cultural. Os modos de preparo, determinados ingredientes, temperos e pratos, constituem o patrimônio cultural dos povos (CALDAS, 1986).

Considerando esses conceitos iniciais, adicionados às justificativas de projeto, faremos um breve histórico geral do tema, seguido de uma visão mais local do cenário atual no qual se encontra a gastronomia

2.1 | O MERCADO NA HISTÓRIA



FIGURA 01.
Representação em gravura do Gran Bazaar em Instanbul, 1838.
Fonte: <http://www.arkofcrafts.com/en/grand-bazaar-istanbul-engraving>

A tipologia de mercados públicos é umas das mais antigas na história da arquitetura, constituindo muitas vezes um espaço público propriamente dito e um importante elemento da vida social em diversas épocas e períodos distintos da história. Pode-se destacar os Bazaars árabes, a Ágora grega, os mercados e fóruns romanos, as praças e feiras medievais, até os edifícios de mercado mais modernos. (VARGAS, 2001)

Após a Idade Média, com o grande desenvolvimento comercial europeu, surgem os chamados halles (derivado do francês, sala, grande vão de uso coletivo). Configurados como grandes espaços cobertos com forte influência romana, apresentando-se como galerias em volta de uma espécie de pátio retangular ou quadrado, dividido muitas vezes em naves, nos moldes da basílica romana,

possuindo ou não um andar superior. As lojas dos Halles vendiam diversos tipos de produtos, de mercadorias de abastecimento básico a itens de sobrevivência, não só alimentícios (CALABI 1993).

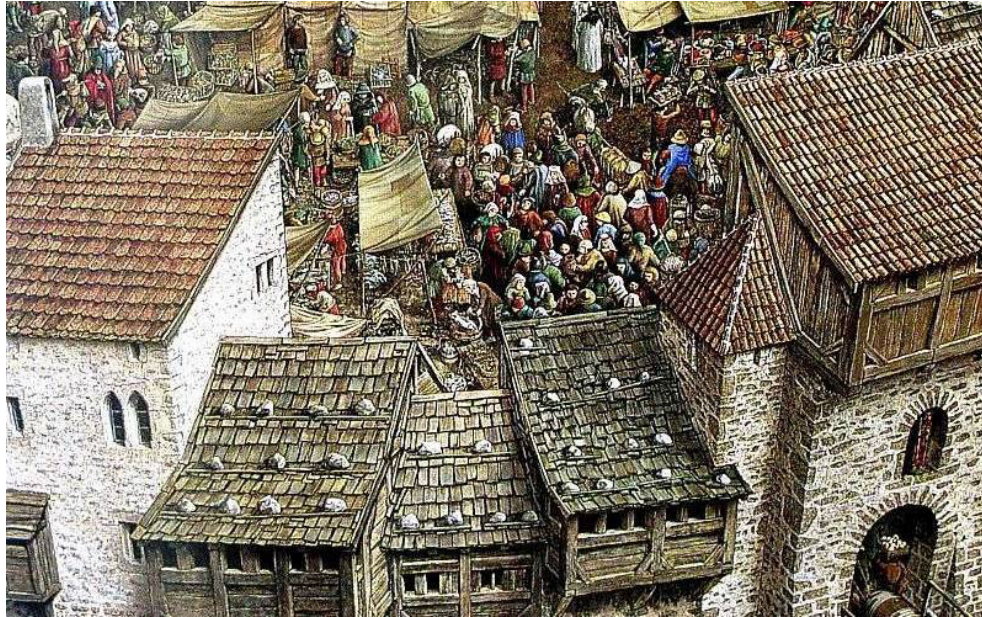


FIGURA 02.
 Representação em pintura - Feira Medieval
 Fonte: <https://blogdaarquitectura.com/como-era-urbanismo-das-cidades-europeias-durante-o-periodo-medieval/>

Essa diversidade de produtos e o aumento do poder de compra das sociedades tiveram como consequência o desenvolvimento do mercado em diversos países, não só na Europa, mas inclusive nas ex-colônias, como Brasil e EUA, o que resultou na disseminação dos edifícios de mercado público pelo mundo (CALABI 1993).

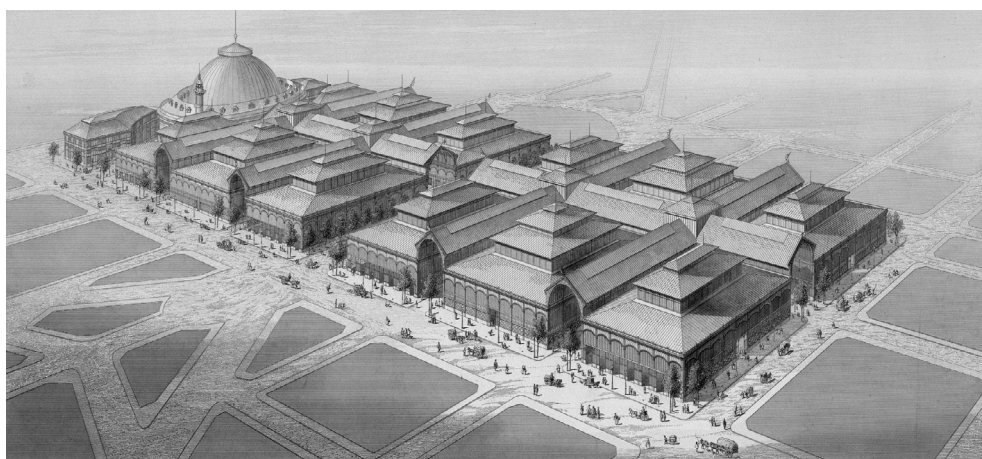


FIGURA 03.
 Perspectiva do Halles de Paris, por Victor Baltard, 1863
 Fonte: https://www.archithese.ch/de/ansicht/massiges-blaetterdach-fuer-die-der-metropole?page_g2862=4

A necessidade de troca induz ao encontro. E o encontro acontece onde existe o fluxo de pessoas que, por sua vez, cria o lugar do mercado. No entanto, esse fluxo pode ser estabelecido por razões outras que não a simples necessidade de abastecimento, como na entrada das cidades, nos pontos de passagem obrigatória, locais de acontecimentos políticos ou religiosos, eventos esportivos e artísticos, etc. Todas essas atividades coexistem e criam um espaço propício ao aparecimento do mercado. (VARGAS, 2001)

Com o passar dos anos, novos tipos de serviço foram sendo incluídos nos mercados públicos, mas, ao mesmo tempo, a tipologia adquiria outras configurações por conta dos novos usos, surgindo galerias e arcadas. E depois, evoluindo para os magazines e lojas de departamento, até o surgimento dos shoppings centers.

Mesmo com o desvio na tipologia original de mercados públicos, muitos ainda sobrevivem atualmente, por vezes com um outro tipo de abordagem, não só focada no abastecimento básico da população, mas também na parte gastronômica, a qual tem ganho crescente importância na sociedade atual. Mesmo os mercados mais famosos do mundo e mais tradicionais contam hoje com espaços voltados para alimentação e o preparo de refeições no próprio local (VARGAS, 2001).

Segundo Josimar Melo, especialista em gastronomia, jornalista, crítico gastronômico, colunista do Jornal Folha de São Paulo, o costume de comer fora de casa por prazer, como um ato cultural, e não simples necessidade, surgiu na França pouco antes da Revolução Francesa. Lá nasceram as primeiras corporações de ofícios: queijeiros, padeiros, açougueiros e os que vendiam temperos. Com a evolução das corporações, os produtores começaram a montar suas lojas nos interiores dos novos edifícios de mercado que surgiam a todo momento nas principais cidades do mundo.

2.2 | O CONCEITO DE FOOD HALL

Um food hall é basicamente um local de união entre criações e ingredientes gastronômicos de todos os cantos do mundo, todos muito selecionados e almejados por quem entende de culinária. No início, já comuns na Itália, eles eram mais raros em outros lugares do mundo e localizavam-se apenas nas cidades mais importantes. Porém, com a tendência gourmet e o costume de comer bem em qualquer lugar, essa espécie de empório, ou mercado, tornou-se uma verdadeira "febre". Atualmente, os food halls são um símbolo de inovação. Situados em ambientes diferenciados, de construções modernas a antigas estações de metrô, eles muitas vezes recebem assinaturas de renomados arquitetos e planejadores. Tornaram-se um passeio obrigatório em viagens, além de já serem adotados por quem quer ter facilidades no acesso à culinária gourmet e ingredientes selecionados no dia-a-dia.

Para o desenvolvimento do Meu Mercado Fortaleza utilizou-se o conceito de espaço gastronômico, baseado nos Food Halls britânicos como por exemplo o Convent Garden, em conjunto com o conceito de mercado voltado para venda de alimentos e serviço de refeições em pequenos quiosques muito comum mundo afora.

A escolha do modelo britânico é conveniente ao fato do conceito de Food Hall ter origem na Inglaterra, como espaços integrados às operações das lojas mais tradicionais de departamentos, como Harrolds e Selfridges. Sua concepção inicial oferecia operações diversas de alimentos, numa proposta mais orientada para boutiques de alimentação, criando uma nova área de interesse, experiência, entretenimento e compras dentro das grandes lojas tradicionais de departamentos.

Sua expansão no mercado europeu foi marcante e fez parte da estratégia de ampliar a oferta de serviços através de alimentos prontos para consumo, no negócio tradicional do varejo. Além das inglesas, foram e são marcantes as operações francesas da Galleries Lafayette, Printemps, da italiana Rinascente, da espanhola El Corte Inglés, da alemã Kaufland ou da mexicana Palacio del Hierro, cada uma delas mais ou menos ambiciosas em sua proposta. Assim como as japonesas, alocando grandes espaços para essa alternativa de ampliar o poder de consumo dos seus frequentadores.

A evolução do conceito nos Estados Unidos foi marcada pela convergência de dois movimentos simultâneos. De um lado, os consumidores ampliando a participação em seus dispêndios dos alimentos prontos e preparados para consumo e de outro, os shopping centers em busca de alternativas para ocupar espaços anteriormente usados pelas tradicionais lojas de departamentos, em franco declínio e redução de suas áreas de vendas.

Disso resultou, em muitos shopping centers, novos espaços alocados para essas categorias e o mercado imobiliário, atento a esse movimento estratégico, criou novas áreas, independentes ou vinculados a centros comerciais diversos, dedicados a alimentos e bebidas, nessa concepção mais abrangente que caracteriza os atuais Food Halls, evolução ambiciosa das antigas praças de alimentação.

No cenário atual, os Food Halls representam a maturidade dos espaços, integrando alimentos e bebidas do Foodservice, com entretenimento, lazer e diversão, combinação que representa cada vez mais nos dispêndios dos consumidores. Esse comportamento do consumidor, em especial para as novas gerações Millennials e Z, também está presente nas gerações anteriores, em busca de um estilo de vida mais leve e melhor equilibrado entre trabalho, lazer e diversão.

Assim, ampliaram-se as alternativas de espaços dedicados ao Food Hall, integrados a centros comerciais e de hospitalidade, ou independentes, criando

uma nova geração de conceitos, especialmente nos grandes centros urbanos e de turismo, como Chelsea Market, Todd English Food Hall, Grand Central Station, Time Out Market, Convent Garden em Londres e a rede Eataly presentes em diversas cidades, tidos hoje como referência desse novo conceito.



FIGURA 04

Convent Garden, Londres por Henry Kellner

Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:COVENT_GARDEN_MARKET_BUILDING_7482_pano_12.jpg

Poderiam ser ainda citados, de alguma forma, Puerto Madero em Buenos Aires e Place des Vosges em Paris, além da evolução, especialmente na Europa nos formatos tradicionais de lojas de departamentos que, em busca de seu reposicionamento ampliaram e diferenciam os Food Halls, como exemplos espontâneos ou planejados dessa tendência. Esse conceito representa uma possibilidade de redesenho de espaços urbanos alinhados com as novas tendências e demandas de mercado e público.



FIGURA 05

La Place Royale Café, Place de Vosges, Paris

Fonte: <http://www.parismarais.com/en/going-out-in-paris/selected-restaurants/gourmet-gastronomical-restaurants/la-place-royale.html>

2.3 | CENÁRIO GASTRONÔMICO LOCAL

Fortalecendo a justificativa do turismo pra o desenvolvimento do presente trabalho , é mantida a ideia de que os pratos regionais e os pratos típicos podem ser um atrativo a mais para o turista, que busca em suas viagens, junto com o alimento e a satisfação de suas necessidades básicas de nutrição, conhecer um pouco mais sobre a cultura e a história da localidade visitada.

Devido ao aspecto cultural, o que se come, passa a representar o modo de ser e viver de grupos sociais que se identificam pelo estilo de alimentação adotada. Segundo Reinaldo Dias, em seu livro Sociologia do Turismo, de 2003, a alimentação passa a ser não apenas a reposição de nutrientes necessários à vida humana e sim, a representar grupos sociais com diferentes hábitos alimentares.

O turismo gastronômico apresenta-se então, como uma situação em que o viajante é capaz de compreender a cultura e o modo de vida dos povos em que se visita com o auxílio das demonstrações culinárias.

Fortaleza possui forte apreço pela sua culinária, tanto a tradicional quanto as novidades gastronômicas que estão sempre sendo adaptadas ao paladar do público alencarino. E não é apenas esse o motivo de crescimento do setor, de acordo com estudo inédito de Empregabilidade no Turismo, produzido pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o setor de alimentação, junto ao de hospedagem foram os que mais geraram empregos formais no turismo no Ceará em 2017, com 773 postos, maior número do Nordeste.

Soma-se a isso informação cedida pela Secretaria do Turismo do Ceará que a alimentação está entre os principais gastos dos turistas que visitam o Estado, superando até mesmo as despesas com hospedagem. De 2010 a 2015, os gastos dos turistas com alimentação injetaram na economia estadual cerca de R\$ 6,7 bilhões.

Segundo a Prefeitura de Fortaleza como forte investimento no setor foi pensado o novo Polo Gastronômico da Varjota. A região histórica tem atraído um grande número de bares e restaurantes, o que possibilita um incremento na economia a partir da demanda local e do fluxo turístico. Requalificações, como novas calçadas, novo piso, iluminação, reordenamento do trânsito, entre outras, já estão previstas.

As principais ruas da região, Ana Bilhar e Frederico Borges, concentradoras da maior parte dos estabelecimentos da área, serão remodeladas e darão prioridade para pedestres e ciclistas. Além disso receberão diversas intervenções de modernização e urbanismo, como parklets, cruzamentos em elevado, alargamento de calçadas, jardineiras de proteção, área de embarque e desembarque, piso diferenciado,

acessibilidade, iluminação, reordenamento de tráfego, entre outros. A expectativa é que, além das melhorias para os moradores, também seja desenvolvido um novo polo de turismo na Capital, por meio da geração de renda e empregos. O projeto está sendo financiado pelo Banco Latino Americano de Desenvolvimento.



FIGURA 06.

Fartura Fortaleza - Fernanda Moura/ Tribuna do Ceará

Fonte: <http://tribunadoceara.uol.com.br/diversao/gastronomia/fartura-fortaleza-tem-ingressos-esgotados-e-se-consagra-como-sucesso-gastronomico/>

Para divulgar e popularizar ainda mais o cenário gastronômico no país vários eventos, festivais e concursos são realizados por todo Brasil, muitas vezes com premiações, votados pelo público ou por especialistas e críticos da área.

O mais recente deles foi o festival Fartura Fortaleza, em sua quarta edição na cidade. Segundo os organizadores da Plataforma Fartura – Comidas do Brasil, o evento que acontece em diferentes regiões do país, foi pensado para promover e desenvolver a gastronomia nacional, reunir e integrar produtos, produtores, chefs, indústria, mercados e, claro, os apreciadores da boa mesa.

Tanto no Fartura Fortaleza, quanto nas edições de Belo Horizonte, São Paulo, Porto Alegre e no Festival Cultura e Gastronomia Tiradentes, o público se conecta com música boa, diversão e experiências gastronômicas com chefs de todo Brasil, através de diversas receitas e muita história para compartilhar. Na edição de Fortaleza a curadoria nacional é assinada pela jornalista Luiza Fecarotta e a curadoria local pela chef confeitadeira Lia Quinderé.

Em maio de 2018, aconteceu em Fortaleza, mais especificamente no Mercado dos Pinhões o lançamento da 13ª edição do Brasil Sabor, maior festival gastronômico do mundo (registrado no Guinness Book).

Com o tema "Original do Brasil", o evento é realizado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), e se estendeu até o dia 03 de junho nos restaurantes

participantes. Os municípios de Aquiraz, Aracati, Trairi e região do Cariri também receberam o festival. Nestas cidades, os clientes puderam degustar pratos em 45 restaurantes com preços que variam entre R\$ 10 e R\$ 59. Na capital, os ingredientes escolhidos são carne de sol e atum, que estarão presentes nas receitas do Medit Bistrô (Atum tataki); Carneiro do Ordones (Carne de sol Ordones); Artesanal Restaurante (Risoto cangaceiro); Bistrô das Saladas (Risoto Ondas do Mar); Divina Comida (Strogonoff de carne de sol); Cantinho do Frango (Carne do Sol do Cantinho), dentre outros.

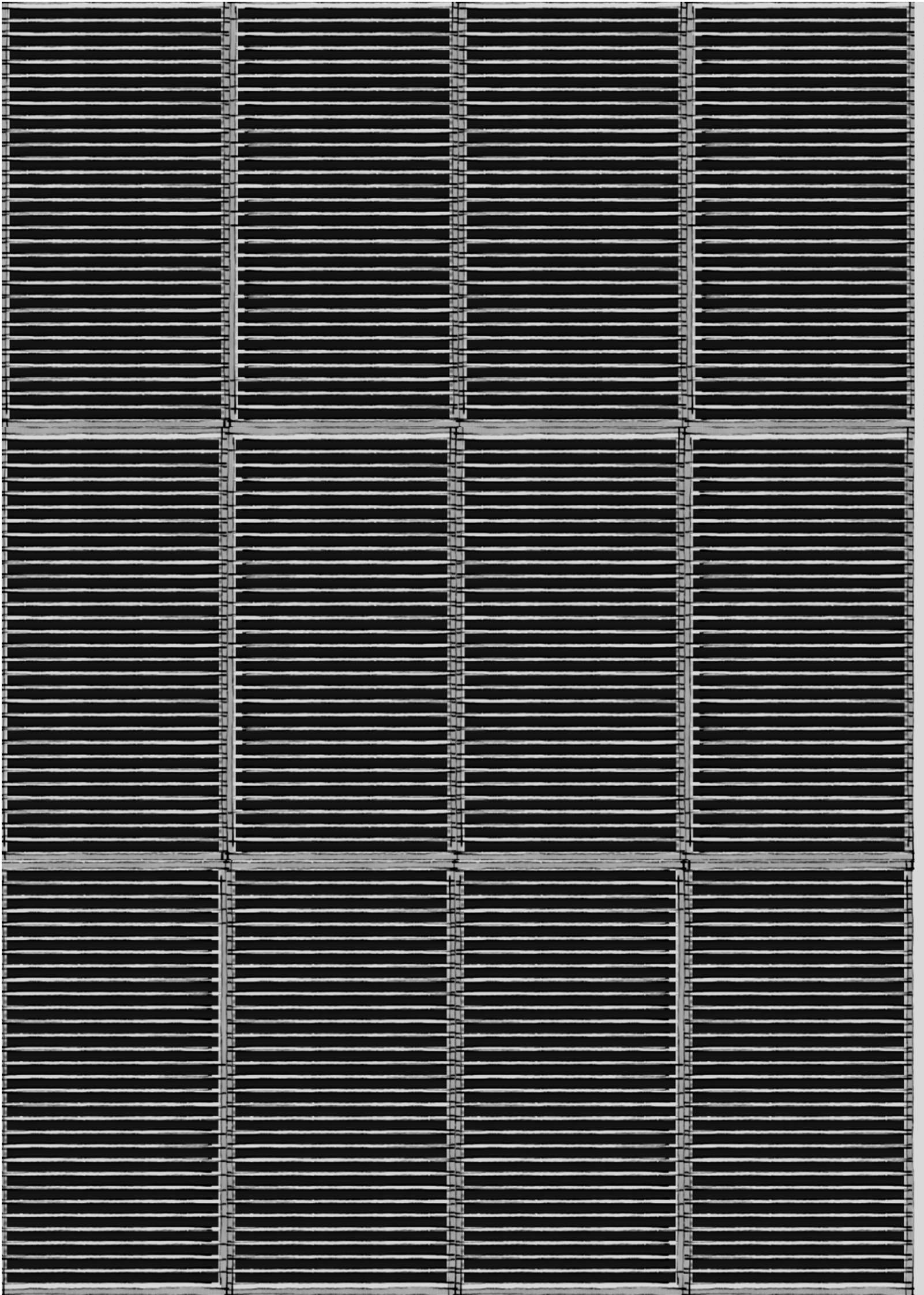
Em 2017, foram 528 estabelecimentos participantes no país inteiro, número que promete ser ainda maior este ano, graças ao sucesso da última edição. Para o presidente da Abrasel Ceará, Rodolphe Trindade, quem ganha é o consumidor, que pode apreciar pratos criados especialmente para o evento, priorizando ingredientes regionais como o atum e a carne de sol, vendidos a preços promocionais.

Na capital, o Festival Brasil Sabor contou com o apoio da Prefeitura Municipal de Fortaleza, Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal da Cultura, Secretaria de Pesca, Agricultura e Aquicultura, Instituto Centro de Ensino Tecnológico (Centec) e da Associação dos Chefes de Cozinha do Ceará (ACC); e com patrocínio nacional da Ambev.

Mais uma iniciativa de valorização da gastronomia brasileira que movimentou a cena local que desde o ano de 2011 também acontece na cidade de Fortaleza, é o Concurso Comida "di Buteco". De cunho nacional, desenvolvido em Minas Gerais, sua primeira edição foi há quase 20 anos atrás. Funcionando como uma competição onde os votos definem um ranking dos participantes e cujos 20% últimos colocados perdem o direito de participar no ano subsequente. E o público tem todo o mês do concurso para visitar quantos "butecos" quiser, comer, votar e ajudar a eleger os melhores "butecos" do Brasil.

Além dos já citados, existem grandes eventos como o da Revista Veja que todos os anos premia os melhores estabelecimentos do setor gastronômico, divididos em diversas categorias. Os ganhadores e os concorrentes são listados no reconhecido Guia Veja Comer&Beber publicado todos os anos pela Editora Abril.

Há também a já conhecida premiação do blog Sabores da Cidade comandado pela jornalista Izakeline Ribeiro, que elege seus lugares preferidos todos os anos e abre a votação para o público auxiliar na escolha dos vencedores. Leitores e convidados se unem a equipe do site, participando da seleção dos locais em Fortaleza e proximidades. No total, são 75 indicados, com cinco estabelecimentos em cada uma das 15 categorias, sendo elas: o melhor pão, a melhor experiência Gastronômica, Chef do Ano, O Doce da Emoção, O Nordeste no Prato, A Pedida do Dia, De Frente Para o Mar, Aquele Café, A Pizza Preferida, O Sanduíche e Sorvete Imperdível.



3

referências

3.1 | TIME OUT MARKET - LISBOA



FIGURA 07

Edifício do Mercado da Ribeira, Time Out Market por Helena Dall'Antonia

Fonte: <https://www.viajenaviagem.com/2014/11/mercado-da-ribeira-o-novo-espaco-gastronomico-moderninho-de-lisboa/>

O edifício atual antes abrigava o tradicional Mercado da Ribeira, o qual foi reformado e restaurado em 2014, após passar por licitação na qual foi vencedora a Revista Time Out. Seguindo um conceito criado originalmente pela equipe da revista responsável pelo desenvolvimento do Time Out Market, apenas as melhores ideias e negócios de Lisboa - de acordo com a equipe editorial - podem ficar no mercado por períodos de uma semana a três anos. Basicamente, se é bom vem na revista, se é ótimo vai para o mercado físico.

De acordo com a equipe do escritório de arquitetura responsável pelo projeto, Aires Mateus Arquitetos, o conceito de mercado público norteou as soluções arquitetônicas já pensadas, e a tarefa foi a de requalificar o espaço de forma inovadora, mas atendendo aos princípios do projeto, sem nunca descuidar das linhas tradicionais do Mercado original. Após intervenção e revitalização do espaço foram instalados restaurantes, lojas, quiosques e um grande salão de mesas compartilhadas. São cerca de 7 mil metros quadrados com capacidade para 800 lugares sentados e mais 250 em área de esplanada.

Ao todo são 24 restaurantes, 8 bares, mais de uma dezena de espaços comerciais e uma sala de espetáculos, tudo com o melhor de Lisboa (o melhor bife, o melhor hambúrguer, o melhor sushi ou os melhores espetáculos, entre outros), de um lado; acompanhados por alguns dos vendedores de carne, peixe, fruta e flores mais conhecidos (e antigos) da cidade, do outro. entre os restaurantes se destacam

3 assinados por chefs premiados com estrelas Michelin. E no primeiro piso do mercado está o Pap'agorda, icônico restaurante de Lisboa que durante 35 anos esteve no pitoresco Bairro Alto.

E à comida tradicional, o food hall lisboeta ainda alia uma inédita oferta cultural - com eventos que vão do teatro, a concertos e exposições - com vista para o mercado tradicional e para o food hall; uma escola de cozinha (Academia Time Out), uma aceleradora criativa (Second Home), uma discoteca (Rive-Rouge) e mais de uma dezena de espaços comerciais, tudo com o melhor de Lisboa.



FIGURA 08
 Planta Esquemática Time Out Market Lisboa
 Fonte: <https://foodandwineportugal.com/Lisbon-Food-Market-Map>

Hoje, em conjunto, ambos os lados se podem gabar de ter transformado o edifício, a zona e até o bairro inteiro do Cais do Sodré num fenômeno de visitantes, de dia e de noite, de forma mais precisa em 2017, o número de visitantes subiu dos 3,1 milhões, do ano anterior, para 3,6 milhões.



FIGURA 09
Time Out Market - Lisboa
Fonte: Arquivo Pessoal

Sendo este o espaço da cidade com mais afluência em Lisboa, afirmam os seus responsáveis. A título de curiosidade tem-se como exemplo, que num só dia, o Chef Miguel Castro e Silva chegou a vender 130 doses de Bacalhau à Brás, a Chef Marlene Vieira, 275 Polvos à Lagareiro, e a Manteigaria Silva, 57 patas de presunto inteiras; a Marisqueira Azul serviu 7.000 ostras num mês e o Pap'Açorda 410 pastéis de massa tenra numa noite, todos considerados pratos típicos e muito apreciados pelos portugueses.

A identificação com tal projeto se deu principalmente pelo conceito de food hall focado na culinária típica da cidade como também na valorização do edifício do antigo mercado, sendo feito restauro e alterações compatíveis com o projeto original. Além da motivação turística e econômica envolvida, a qual foi essencial para justificativa da execução.

3.2 | EATALY - SÃO PAULO



FIGURA 10

Fachada Eataly São Paulo Foto: Gladstone-Campos

Fonte: <http://www.revistahoteis.com.br/sao-paulo-ganha-o-maior-mercado-de-gastronomia-e-produtos-artesanais-italianos-do-mundo/>

A união das palavras eat do inglês, comer e Italy, Itália. Trata-se de uma rede italiana responsável pelo complexo de restaurantes e mercado de ingredientes essencialmente frescos e locais. Baseia-se no conceito de Slow food (alimento sustentável), possui restaurantes temáticos e se tornou um verdadeiro empório gastronômico, com mercados em várias partes do mundo.

De acordo com informações concedidas pelo site do Eataly, o seu conceito foi criado em 2004 e depois de 3 anos de pesquisa e planejamento, foi aberta sua primeira loja em Turim, na Itália, em janeiro de 2007. Desde 2004, o Eataly criou e comprou ações de empresas de alimentos e bebidas de alta qualidade e hoje tem ou é parceiro de mais de 19 empresas que produzem ou distribuem alimentos italianos, incluindo: água, bebidas não alcoólicas, vinhos, carnes frescas, carnes curadas, queijos, massas, doces, assim como uma agência voltada ao turismo gastronômico. Essas empresas fornecem aproximadamente 25% dos produtos da mercearia, enquanto os outros 75% são fornecidos por mais de 2 mil produtores.

Presente em vários países, inclusive EUA e Brasil, a rede conta com 38 lojas em 4 continentes. Toma como ideia central seguir o Manifesto Eataly com 10 pontos ao estilo mandamentos da boa cozinha: De acordo com a empresa a ideia por trás do Eataly é muito simples: reunir todos os alimentos, principalmente de origem italiana, de qualidade sob o mesmo teto, um lugar onde você pode comer, comprar e aprender.

Pelo fato de São Paulo ser o lugar onde mais há italianos fora da Itália, a sede lá conta com 4.500m², 22 setores, incluindo uma grande adega, 768 lugares em 7 restaurantes separados por temas, sendo o Brace, o mais sofisticado deles. Segundo Jovita Torrano, arquiteta, diretora e sócia fundadora do escritório Espaço Novo, a ideia é que o cliente possa aprender sobre os produtos brasileiros e italianos, mas também consumir, experimentar e comprar para fazer em casa.

Cada restaurante presente no mercado tem um design próprio, que dialoga com sua especialidade – peixe, pizza, carne ou massa. O último andar tem uma cobertura de vidro retrátil que possibilita mesas a céu aberto no principal bar e restaurante.

O grande vazio central do edifício integra os três pavimentos, possibilitando a visualização dos diversos restaurantes, convidando ao passeio e promovendo o encontro. O acesso entre eles é feito pelas escadas rolantes e por dois elevadores panorâmicos.



FIGURA 11

Eataly São Paulo Foto: Ricardo Bassetti

Fonte: <https://www.galeriadaarquitectura.com.br/slideshow/newslideshow.aspx?idproject=2933&index=2>

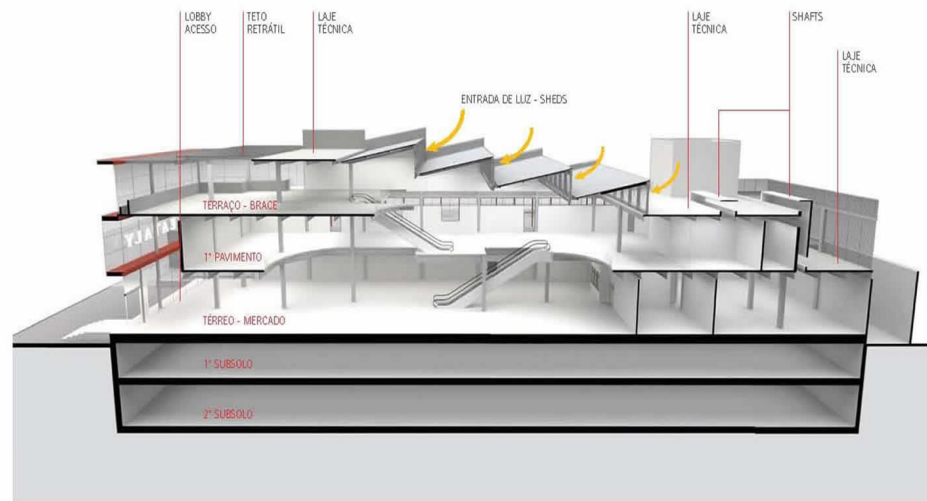


FIGURA 12
Eataly São Paulo, corte esquemático
Fonte: <https://www.galeriadaarquitetura.com.br/slideshow/newslideshow.aspx?idproject=2933&index=2>

O mercado paulista possui mais de 7.000 produtos italianos ou de produtores locais, que seguem as receitas tradicionais. A loja ainda conta com um espaço dedicado a workshops e eventos. Fica no Itaim Bibi e foi projetada pelo arquiteto italiano Carlos Piglione em conjunto com o escritório brasileiro Espaço Novo. Segundo o escritório responsável, o conceito do projeto arquitetônico é o de “shopping gastronômico” sendo pensado como uma caixa de vidro sustentada por vigas metálicas vermelhas, homenageando o MASP de Lina Bo Bardi, símbolo da cidade.

Jovita Torrano afirma que a arquitetura precisa ser descontraída, para que o cliente entre e fique à vontade. No Eataly ele pode circular como em um museu, conhecendo o espaço. É um projeto generoso em questão de ambientes e informações.

A escolha do Eataly São Paulo como projeto de referência se deu principalmente por conta do conceito de trazer o melhor da gastronomia em um só lugar. Arquitetonicamente falando, a referência se deu por parte do estilo industrial, com estrutura mista (metálica e concreto), instalações aparentes e por possuir um conceito mais aberto e amplo, fortemente presente na edificação.

3.3 | CHELSEA MARKET - NY



FIGURA 13

Cheelsea Market, fachada, site Oficial (fotógrafos: Sarah Dorio, Colin Miller, Michael Harlan Turkell, Edible Manhattan, and Katherine Slingluff)

Fonte: <http://chelseamarket.com/>

Próximo ao Rio Hudson, na área de Manhattan conhecida como Meatpacking District, o Chelsea Market tornou-se, em apenas quinze anos, um dos maiores espaços de comida (food hall) cobertos do mundo, com mais de trinta e cinco stands, que vão de sopa a nozes, vinhos a café e queijos a cheesecakes. Atrai em torno de 6 milhões de visitantes nacionais e internacionais por ano e é um dos destinos mais visitados e de maior circulação na cidade de Nova York segundo a revista Time Out. O Chelsea Market é um mercado de bairro com uma perspectiva global.

A área sempre foi o locus da comida na cidade, começando com os índios Algonquinos, que negociavam seu jogo e plantações nas margens do rio Hudson no mesmo local. Os trens da High Line serviam antigamente os açougues atacadistas que ladeavam as ruas sob os trilhos e resfriavam suas provisões com blocos de gelo do rio Hudson. A National Biscuit Company (mais conhecida como Nabisco, onde o biscoito Oreo foi inventado) instalou ali sua fábrica - agora recuperada como o mercado de Chelsea - para aproveitar a banha de açougueiros no século XIX. A arquitetura de tijolos e madeira, mercado um caráter despojado e único são destaques da arquitetura do espaço. Para quem gosta de comida e até turistas casuais, é possível entrar no mercado de um lado da manhã e não sair do outro até a hora do almoço, sem ficar entediado - e certamente sem passar fome.

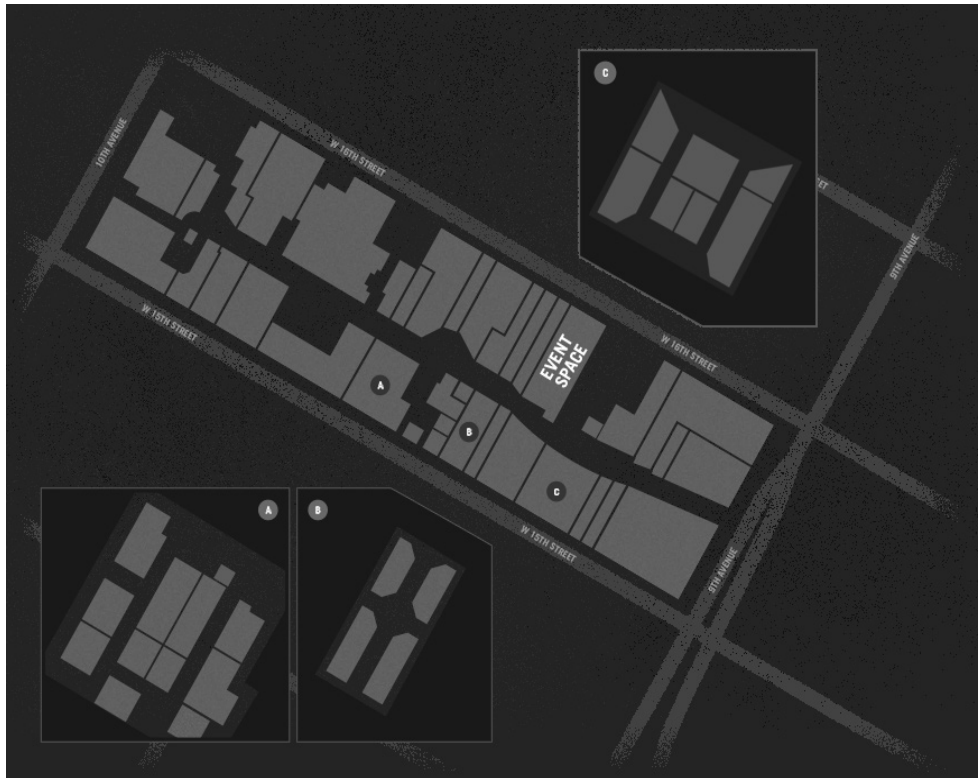


FIGURA 14
Planta diagramada, Chelsea Market
Fonte: <http://www.chelseamarket.com/index.php/About/map/chelsea-market-map>



FIGURA 15
Chelsea Market, internamente, site Oficial (fotógrafos: Sarah Dorio, Colin Miller, Michael Harlan Turkell, Edible Manhattan, and Katherine Slingluff)
Fonte: <http://chelseamarket.com/>

O Chelsea Market é um destino que chama atenção pela diversidade e variedade de restaurantes de várias nacionalidades, assim como as lojas que vendem produtos típicos e utensílios de cozinha. Uma prática interessante é o fato de um estabelecimento comprar ingredientes de seus vizinhos, tornando a relação entre eles quase simbiótica. Por conta dessa relação, esse edifício foi tomado como referência de uso e função para o projeto do Meu Mercado.

3.4 | MARKTHAL - ROTTERDAM



FIGURA 16
 Relação do Markthal Rotterdam com o entorno do Binnennrotte, por Daria Scagliola+Stijn Brakkee
 Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/758495/markthal-rotterdam-mvrdv/5431b0c-0c07a80548f0005bf-markthal-rotterdam-mvrdv-photo>

Com projeto do escritório holandês MVRDV, o edifício - maior mercado coberto da Holanda - fica em um lugar histórico de Rotterdam, junto ao Binnenrotte, próximo da estação Blaak e do maior mercado ao ar livre do país. Este projeto consta de um enorme espaço fechado no nível da rua, rodeado por um edifício residencial em forma de arco. Sua forma, seu interior colorido e sua altura tornam o Markthal um grande espetáculo.

O edifício possui raízes históricas: está situado junto a igreja medieval Laurenskerk, à beira do antigo rio Rotte. Este rio foi modificado no final do século XIX, sendo desviado para construção de uma linha de trem em direção ao sul de Mosa. Ao transformar esta antiga linha em um túnel subterrâneo nos anos 90, surgiu no lugar uma grande praça onde acontece, duas vezes por semana, um mercado ao ar livre.



FIGURA 17
 Markthal Rotterdam, detalhe vedação fachada, por Cláudio Félix
 Fonte: Arquivo Pessoal

O novo edifício procurou criar um importante impulso para a feira ao ar livre de Binnenrotte, e contribuiu também para melhorar a economia urbana. O Markthal reforça a conexão entre o Leste e o centro da cidade. Uma vez finalizada a construção, a prefeitura iniciou a reurbanização de Binnenrotte, com mais áreas verdes e espaços para terraços, a fim de convertê-lo em um lugar mais atrativo e animado, também nos dias em que não há funcionamento. Após a reurbanização, aos poucos a feira ao ar livre vem sendo reconfigurada e seus caminhos agora se conectam diretamente às entradas do Markthal, para permitir que o público possa facilmente entrar e sair do edifício, criando maior integração entre os dois mercados, externo e interno.

Em outubro de 2004, a equipe Provast e o escritório de arquitetura MVRDV venceram um concurso organizado pela cidade de Rotterdam para a concepção e construção de um mercado municipal em Binnenrotte. O município queria estender o mercado ao ar livre existente com a adição de uma cobertura, já que, de acordo com as rigorosas normas europeias, no futuro, a venda ao ar livre de alimentos frescos e refrigerados não será mais permitida. Além disso, o município queria aumentar a quantidade de habitantes no centro da cidade, a fim de criar mais capacidade para os serviços na área. O programa exigiu, então: habitação, estacionamento e um mercado - o que demandou uma solução óbvia: duas lajes residenciais com um hall de mercado economicamente viável no vão central.



FIGURA 18
Markthal Rotterdam por Daria Scagliola+Stijn Brakkee
Fonte: <https://www.architectural-review.com/today/markthal-in-rotterdam-by-mvrdv/8674309.article>

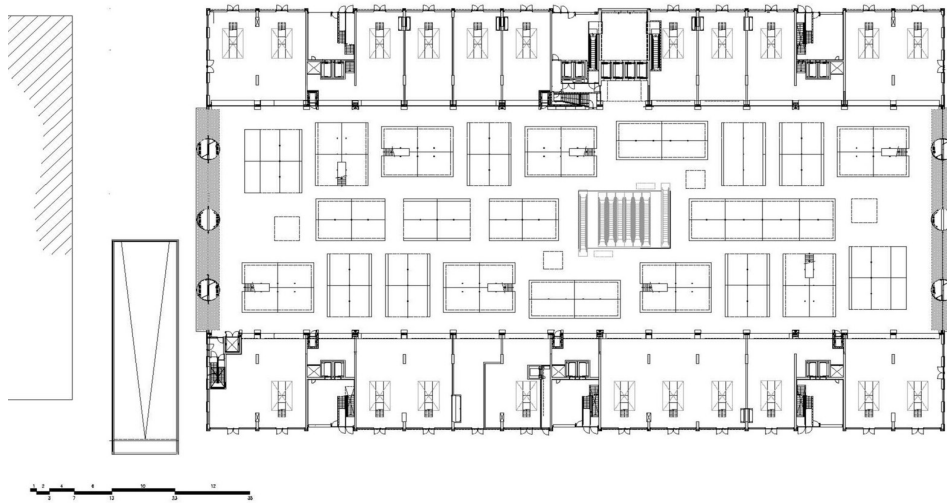


FIGURA 19
Markthal Rotterdam, desenho técnico, planta baixa pavimento térreo
Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/758495/markthal-rotterdam-mvrdv/5431b0d-3c07a809a0e000544-markthal-rotterdam-mvrdv-floor-plan>



FIGURA 20
Markthal Rotterdam, desenho técnico, planta baixa primeiro pavimento
Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/758495/markthal-rotterdam-mvrdv/5431b-101c07a80c9ea000525-markthal-rotterdam-mvrdv-floor-plan>

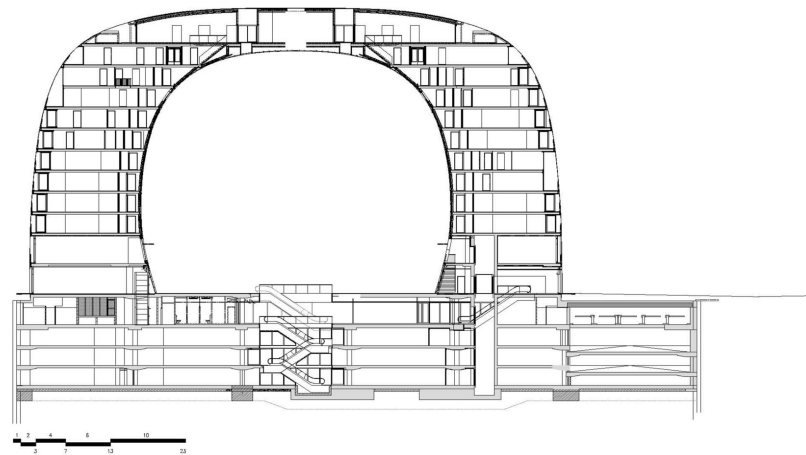
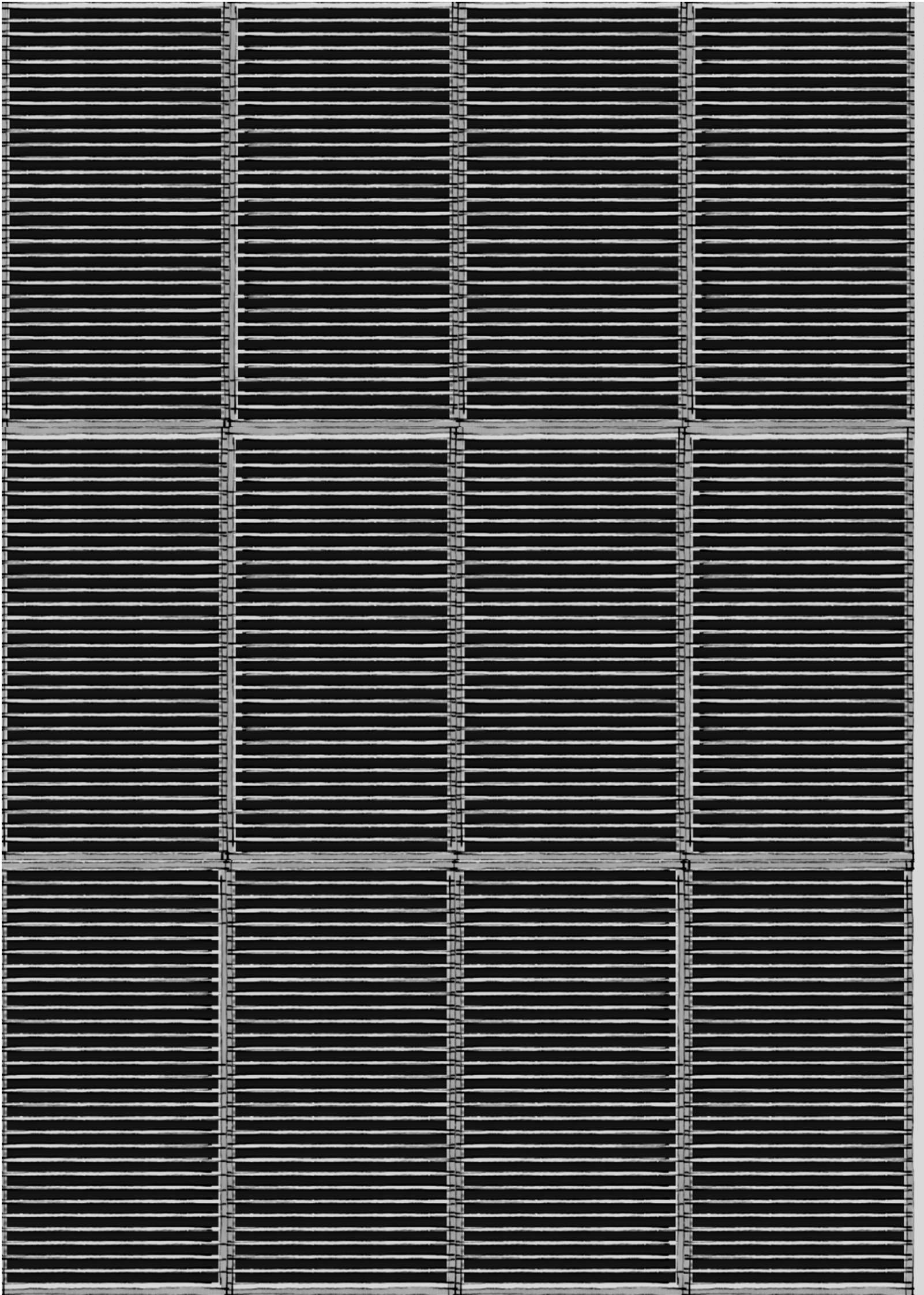


FIGURA 21
Markthal Rotterdam, desenho técnico, corte
Fonte: elaborado pela autora.

Provast e MVRDV presenciaram no Sul da Europa que este tipo de mercado normalmente acontece em edificações muitas vezes escuras, introvertidas e com pouca conexão com a área urbana circundante e buscaram evitar isso. O Markthal em Rotterdam constituiu um impulso importante para o desenvolvimento do bairro "Laurenskwartier", reforçando o lado leste do centro da cidade. Era necessário um edifício público, aberto e acessível. A equipe decidiu, então, simplesmente girar o volume residencial e o mercado, gesto que possibilitou a criação de um espaço maior, com duas grandes aberturas voltadas para a cidade. A fim de tornar mais eficiente a construção, a forma curvilínea foi escolhida. Foi criado um núcleo de elevador tradicional, adicionando um pouco de área para os andares mais baixos, criando um espaço extra de varejo. O volume do arco acabou sendo de 120 metros de comprimento, 70 metros de largura e 40 metros de altura.

O exterior do Markthal é executado em pedra natural cinza, a mesma que as calçadas, para enfatizar o seu interior e criar uma conexão com a área da feira tradicional já existente. O mercado é um edifício sem fachada posterior e por todas as partes existem entradas e janelas. Por isso, todo o fornecimento para o mercado, lojas e estabelecimentos é feito nos pavimentos subterrâneos.

O projeto é único, não apenas pela forma e tamanho, mas especialmente pela maneira como as diferentes funções são combinadas. A preocupação com o entorno e a valorização da simbiose entre as funções do edifício foram fortes determinantes na escolha dele como referência projetual, além de sua peculiar forma estética e dos materiais utilizados em sua execução.



4

o lugar

4.1 | O TERRENO

O terreno escolhido para a intervenção projetual está localizado no bairro Centro, porém muito próximo à Praia de Iracema, Meireles e Aldeota. Mais especificamente situado na quadra entre as Ruas Nogueira Acioli, Tenente Benévolo, Gonçalves Lêdo e a Praça Visconde de Pelotas, onde está localizado o Mercado dos Pinhões.

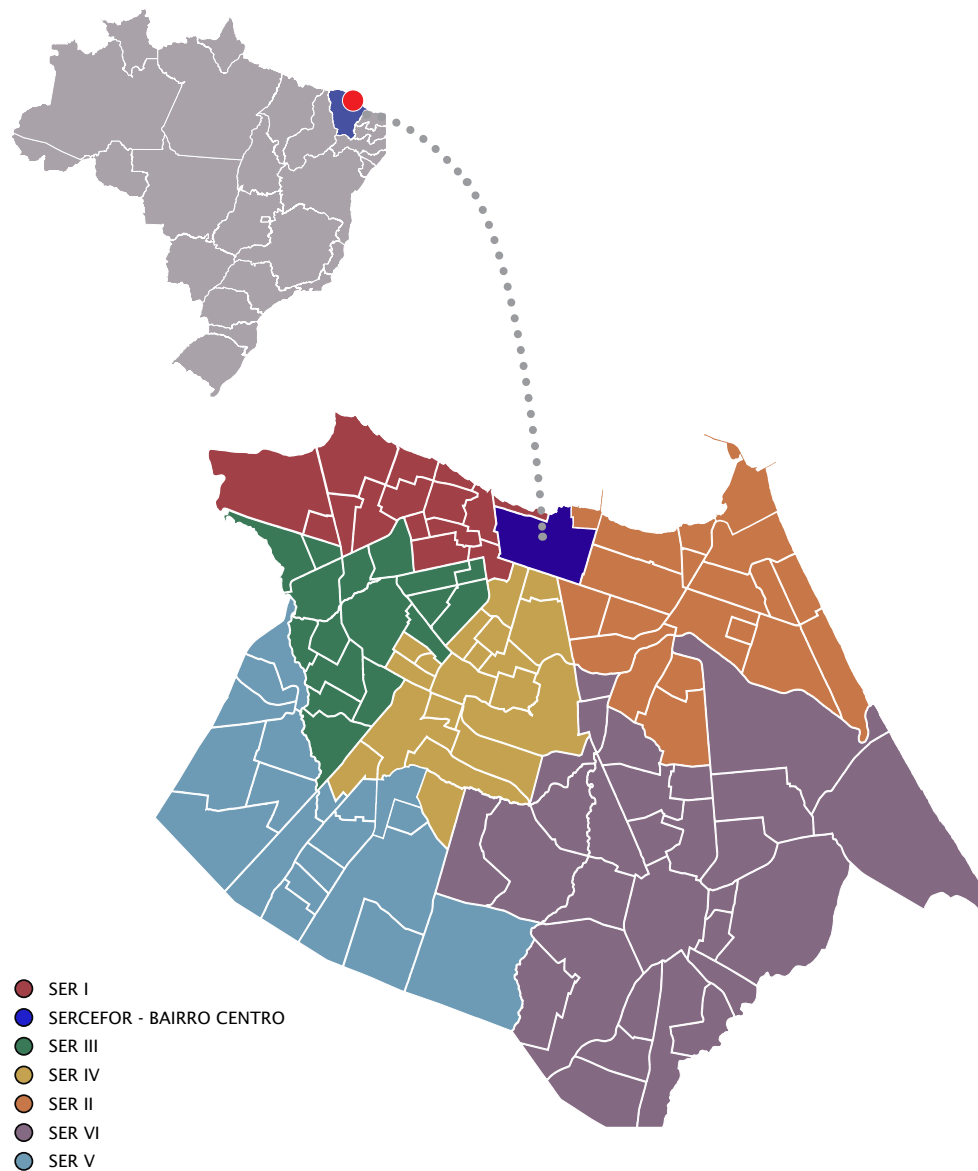


FIGURA 22
Mapa localização com a relação Brasil - Ceará - Fortaleza - Regionais - Centro
Fonte: elaborado pela autora.

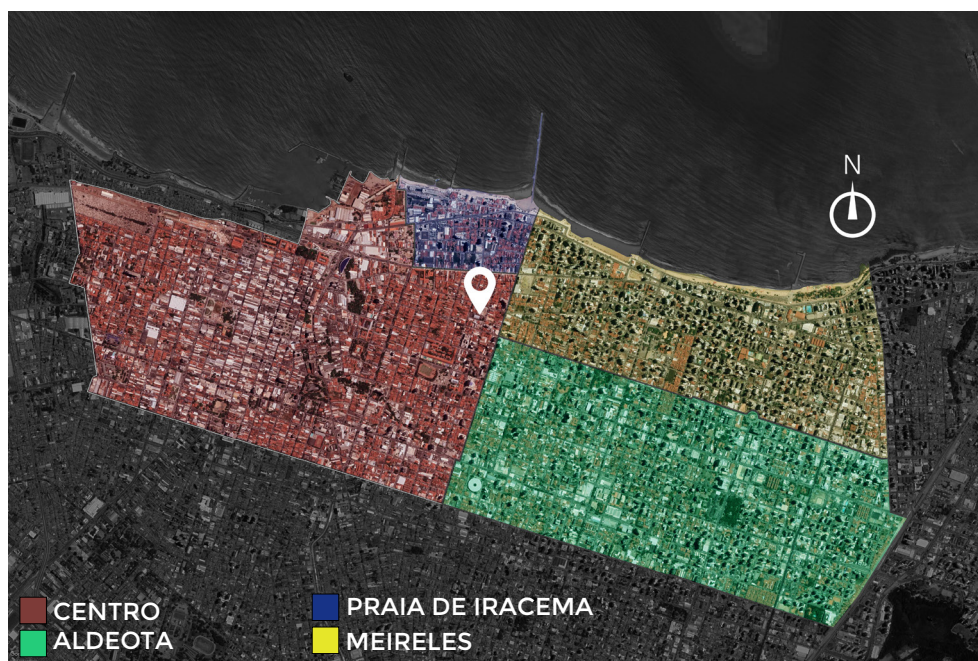


FIGURA 23
Mapa localização do terreno em relação aos bairros próximos
Fonte: elaborado pela autora.

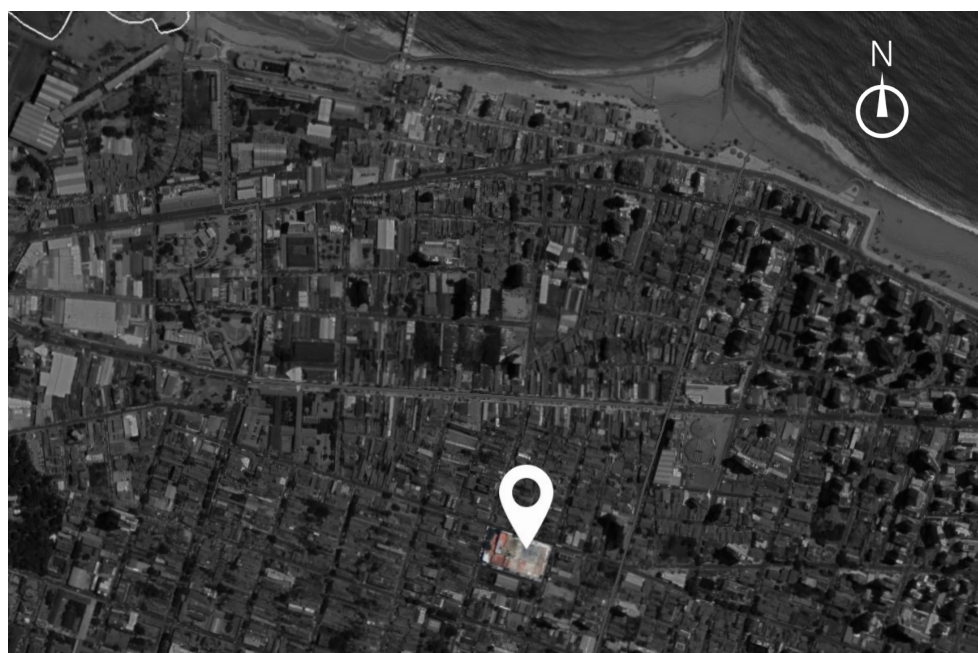


FIGURA 24
Mapa localização do terreno em relação ao entorno
Fonte: elaborado pela autora.

A justificativa do apelo turístico e a proximidade com os Pinhões foram razões motivadoras para a escolha do terreno. Parte da quadra hoje possui um vazio urbano e as poucas edificações ainda presentes são antigas, sendo algumas desabitadas, outras usadas para comércios e serviços e algumas residenciais.

O local é praticamente plano, com aproximadamente 3 metros de diferença de cota ao longo da sua profundidade, resultando numa inclinação de pouco mais de 2%, que foi resolvida em projeto com a praça de acesso seguindo o desnível do terreno. Possui uma área de 6208,7 m², tendo 56,82 m de largura e 109,25 m de profundidade.

A intervenção foi pensada para toda a quadra, com a edificação apenas em parte dela, sendo usado o restante do terreno como praça de acesso e contemplação do entorno. Foi considerada também uma relação com o Mercado dos Pinhões, inclusive no que diz respeito ao gabarito do edifício.

4.2 | MOBILIDADE E ENTORNO

Na página ao lado estão representados mapas com o terreno destacando sua relação com entorno. No que diz respeito a mobilidade, foi utilizado um raio de aproximadamente 600 metros, por conta do índice de caminhabilidade. Estão destacadas as paradas de ônibus próximas e estações do Bicicletar.

No mapa seguinte os pontos de interesse turístico próximos estão numerados, num raio de 1000 metros do terreno. São identificados diversos atrativos comerciais e turísticos, o que estimula o uso e justifica o equipamento com o mesmo perfil.

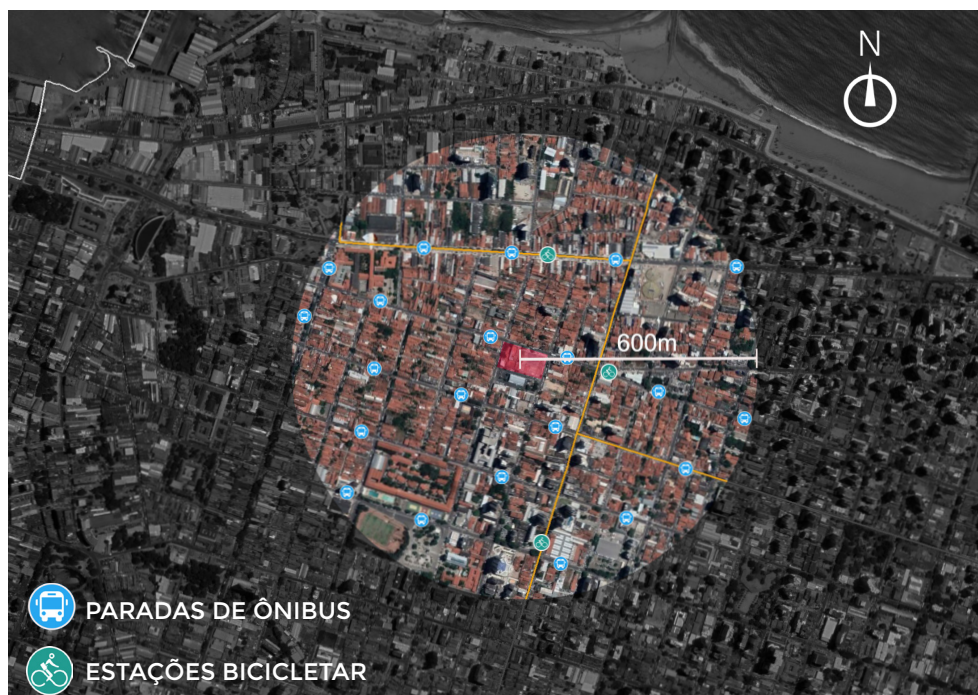


FIGURA 25
Mapa dos pontos de acesso por mobilidade no entorno do terreno, raio de 600 metros
Fonte: elaborado pela autora.



FIGURA 26
Mapa dos pontos turísticos próximos ao terreno, raio de 1000 metros
Fonte: elaborado pela autora.

4.3 | A LEGISLAÇÃO

O terreno está localizado no bairro Centro sob responsabilidade administrativa executiva da prefeitura de Fortaleza a partir da Secretaria Executiva Regional II.

Por sua metragem e uso o presente projeto se configura como Projeto Especial tendo seus parâmetros como Objeto de Estudo.

De acordo com a Lei de Uso e Ocupação do Solo da cidade de Fortaleza, o terreno escolhido como objeto de estudo está localizado em Zona de Ocupação Prioritária I (ZOP 1). Porém desde da publicação da Lei complementar nº236 de Agosto de 2017, o terreno está inserido mais especificamente em Zona Especial de Dinamização Urbanística e Socioeconômica (Zedus) – Centro , trecho 2.

Segundo a Secretaria Municipal de Urbanismo e Meio Ambiente a Zedus possui localização privilegiada, com infraestrutura completa e importância histórica e arquitetônica. Visa a revitalização através do estímulo ao Uso Residencial, de lazer, saúde e educação além do comércio e serviço, descrição a qual se adequa o projeto proposto aqui.

Identificam-se os seguintes parâmetros de ocupação para Zedus – Centro, de acordo com o anexo 4.3 da LUOS:

I	ÍNDICE DE APROVEITAMENTO BÁSICO	3.0
II	ÍNDICE DE APROVEITAMENTO MÁXIMO	4.0
III	ÍNDICE DE APROVEITAMENTO MÍNIMO	0.20
IV	TAXA DE PERMEABILIDADE	30%
V	TAXA DE OCUPAÇÃO	60%
VI	TAXA DE OCUPAÇÃO DE SUBSOLO	60%
VII	ALTURA MÁXIMA DA EDIFICAÇÃO	95m

FIGURA 27
Tabela com parâmetros de ocupação do terreno em Zedus, de acordo com anexo 4.3(Luos)
Fonte: elaborado pela autora.

Em relação a classificação viária o terreno está localizado entre vias locais. Porém, é interessante identificar como via próxima coletora a Rua João Cordeiro, como via comercial a Av. Monsenhor Tabosa, a Rua Costa Barros como via arterial II e a Av. Dom Manuel como via arterial I.

4.4 | MERCADO DOS PINHÕES

A cidade de Fortaleza do final do século XIX possuía um intercâmbio comercial contínuo com a Europa, o que fez com que informações sobre novos produtos chegassem aqui com bastante rapidez, além da utilização dos serviços de correios, telégrafos e telefonia. O processo de desenvolvimento econômico teve como produto impulsionador o algodão. (CAPELO FILHO; SARMIENTO, 2003)

Apesar das sucessivas secas do final dos anos 1800 (1877-79, 1888, 1900 e a Grande Seca de 1915) poucos períodos na vida intelectual de Fortaleza foram tão ativos quanto os anos finais do século XIX, marcados por lutas em favor da extinção do cativo, conseguida quatro anos antes do 13 de maio, e caracterizados pela efervescência e pela atualização artística, particularmente no terreno da literatura e também da pesquisa histórica. (CASTRO, 1993)

É nesse contexto histórico, que a ideia de um mercado público em Fortaleza com uma tecnologia nova, ou seja, estruturas metálicas em ferro, foi, ainda em 1873, aventada pela Câmara Municipal de Fortaleza. A iniciativa, contudo, só veio a se concretizar mais de duas décadas depois. O acúmulo de capital advindo do comércio exterior abriu caminho para que essas inovações tecnológicas aqui chegassem.

Durante a grande Exposição de Paris, em 1889, apresentou-se ao mundo o que havia de mais moderno na indústria siderúrgica aplicada à engenharia, ou seja, a Torre Eiffel, a Casa das Máquinas e outras construções. Passados oito anos, um exemplar dessa nova tecnologia foi edificado em Fortaleza: o Mercado da Carne. (CAPELO FILHO; SARMIENTO, 2003)

Bem tombado municipal a partir do decreto 12.368 de 31 de março de 2008, O Mercado de Ferro, ou melhor, o antigo Mercado da Carne, iniciado no governo de Bezerril Fontenelle, foi inaugurado em 18 de abril de 1887, no primeiro mandato de Accioli.

O mercado, constituído por dois pavilhões ligados por uma avenida coberta, fora resolvido com uma elegante estrutura metálica. Fabricado na França por Guillot Pelletier, de Orleans, de acordo com o projeto do arquiteto Lefèvre, era exageradamente tido na cidade como "o mais belo e talvez o mais confortável da América do Sul" (A República, 1887).

A característica que certamente marca a arquitetura do ferro é sua portabilidade, ou seja, a facilidade de seu transporte como demonstra o Mercado da Carne originalmente edificado na Praça Carolina (hoje Praça Waldemar Falcão) e posteriormente desmontado e remontado em lugares diferentes.

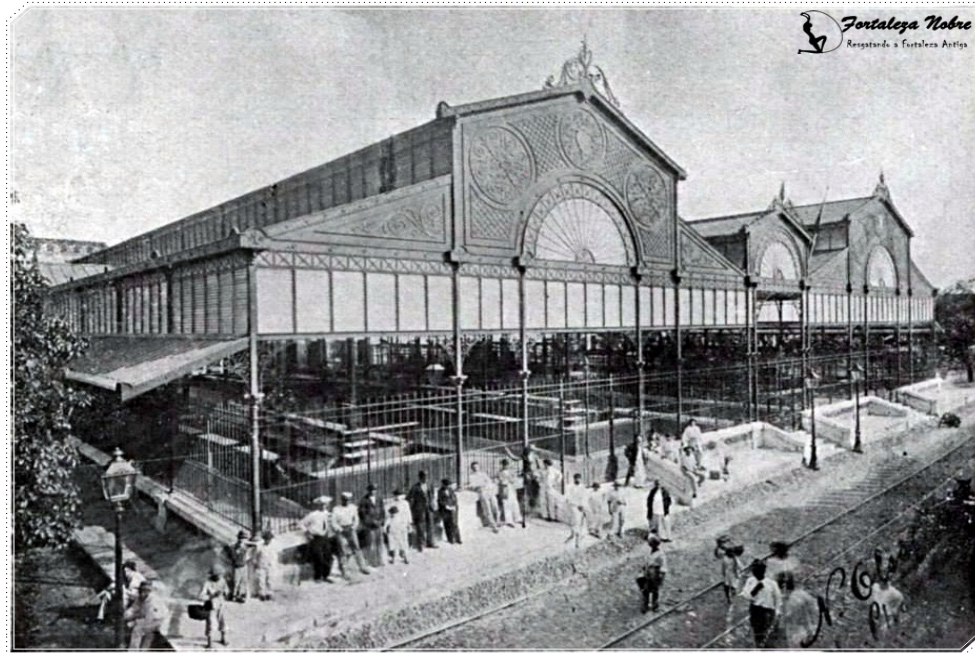


FIGURA 28

Antigo Mercado da Carne, em 1913. Acervo Nilson Cruz

Fonte: <http://www.fortalezanobre.com.br/2015/12/a-beleza-do-mercado-dos-pinhoes.html>

Em 1938 o conjunto foi bipartido, transferindo-se um dos pavilhões para a Praça dos Pinhões e outro, para a Praça de São Sebastião, este posteriormente remontado no bairro Aerolândia. Os elementos que formavam a avenida central, que interligava os dois pavilhões, desapareceram por completo.

Em 1980, alunos do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará, sob orientação do professor Liberal de Castro, fizeram levantamento detalhado do pavilhão reerguido nos Pinhões. (CASTRO, 1993)

O Mercado dos Pinhões, como ficou conhecido o pavilhão desmembrado do extinto Mercado da Carne, foi restaurado com recursos de um convênio realizado entre a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR e a Prefeitura Municipal de Fortaleza, sob a responsabilidade da Secretaria Executiva Regional II com as obras concluídas em dezembro de 1998.

Após a reforma e restauro, o local foi aos poucos ganhando novamente visibilidade, vários bares e restaurantes surgiram em seu entorno e a Prefeitura criou programações e eventos exclusivos para movimentar e estimular o uso do edifício. Além disso, duas vezes por semana realiza-se feira livre, com produtos diversos sendo vendidos tanto no interior do mercado (alimentos orgânicos principalmente), quanto na parte externa (secos e molhados).



FIGURA 29
Fotos tiradas antes do processo de restauração, por Anastácia Barroso
Fonte: (CAPELO FILHO; SARMIENTO, 2003)



FIGURA 30
Fotos tiradas durante o processo de restauração, por Anastácia Barroso
Fonte: (CAPELO FILHO; SARMIENTO, 2003)



FIGURA 31
Fotos tiradas após o processo de restauração, por Anastácia Barroso
Fonte: (CAPELO FILHO; SARMIENTO, 2003)



MERCADO DOS PINHÕES ANTES E DEPOIS DA SUA RESTAURAÇÃO



FIGURA 32
Comparativo do Mercado dos Pinhões antes e depois do Restauo, por Anastácia Barroso
Fonte: (CAPELO FILHO; SARMIENTO, 2003)

Porém, ainda assim, o Mercado talvez não tenha o destaque que merece, sendo um monumento municipal tombado localizado em região próxima a fortes atrativos turísticos da cidade, portanto, poderia receber um maior número de visitantes, tanto locais quanto turistas de passagem por Fortaleza. Foi pensando nisso que se deu a escolha do lugar para implantação do presente projeto.



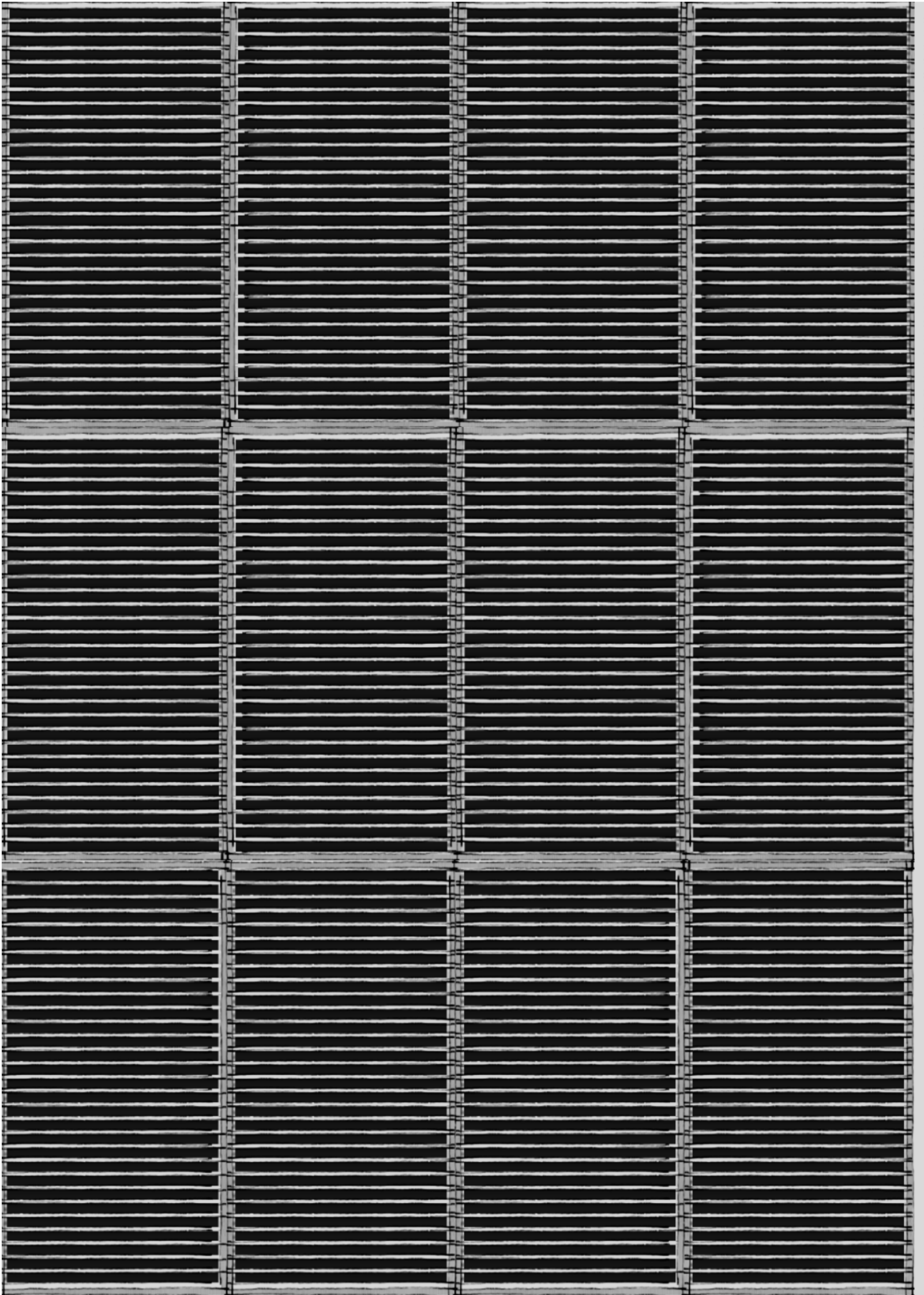
FIGURA 33
Foto atual do Mercado dos Pinhões durante pré-carnaval, por Henrique Araújo.
Fonte: <https://www20.opovo.com.br/app/divirta-se/carnaval/2015/2015/02/16/noticias-carnaval2015,3393857/fofia-de-luxo-no-mercado-dos-pinhoes.shtml>



FIGURA 34
Foto atual do Mercado dos Pinhões durante evento recente - Mercado Coletivo,
por Thiago Matine.
Fonte: <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/mercado-dos-pinhoes-recebe-feira-de-arte-e-moda-neste-sabado>



FIGURA 35
Foto atual do Mercado dos Pinhões, Fachada
Fonte: <http://mapa.cultura.ce.gov.br/espaco/84/>



5

o projeto

5.1 | MEMORIAL DESCRITIVO

O Meu Mercado Fortaleza foi pensado com o propósito de oferecer à cidade um equipamento capaz de unir, em um único lugar, todos aqueles que, de alguma forma se identificam com o melhor da gastronomia local, do chef de cozinha renomado, passando pelo cozinheiro iniciante, até o consumidor turista ou visitante local. Dessa forma, o equipamento possibilita a troca de experiências entre os usuários do espaço, incentivando a apreciação da culinária e valorização do setor.

A ideia é que o projeto seja um empreendimento que poderá ser administrado por parceria público-privada. O equipamento tem como um dos seus princípios, agregar todos aqueles que se interessam pela gastronomia. Para tal, a existência de cozinhas disponíveis para aluguel por grupos menores, que não tem um espaço físico apropriado para produção, se fez presente no programa. Soma-se a isso a implantação de um espaço multiuso disponível para os mais variados tipos de eventos. Além desses dois espaços, o pátio gourmet maior no pavimento térreo, com pé direito amplo e menor no pavimento superior, unido a um espaço tipo praça (lounge), também tem a finalidade de atrair os usuários e fomentar essa troca de experiências.

Com o intuito de atender às necessidades dos possíveis turistas que visitem o local, foram propostas algumas lojas no piso térreo para comércio de produtos típicos da cidade, como castanhas e doces, além de uma cachaçaria. Visando atender a demanda dos mais vinculados a gastronomia como ofício ou hobby, estabeleceu-se que um dos espaços de loja será voltado para venda de utensílios e produtos gourmets, com ingredientes diferenciados e exclusivos.

A escolha do local, como mencionado no capítulo anterior, deu-se a partir da ideia de colaborar com o fortalecimento do aspecto cultural do bairro, valorizando o monumento tombado do Mercado dos Pinhões e incentivando um maior uso do entorno.

5.2 | PREMISSAS PROJETUAIS

As seguintes premissas nortearam a elaboração do projeto:

- **Relação com o entorno**

- Permitir uma comunicação visual com o entorno, utilizando elementos que criem relações com o Mercado dos Pinhões, respeitando inclusive a altura da edificação tombada;
- Manutenção do maior número possível de árvores antigas existentes no passeio que circunda o terreno;
- Atrair os usuários, visitantes e turistas ao edifício com conceito de cheios e vazios. Para fortalecer essa ideia foi proposta uma Praça de acesso e contemplação e um amplo pátio central;

- **Integração dos espaços**

- Projetar amplas circulações para que sejam espaços de passagem e de permanência;
- Projetar cozinhas que permitam a comunicação com o exterior através do conceito de preparo aberto e atendimento em balcão;
- Projetar um grande pátio central com mesas que estabeleça a comunicação entre exterior e interior;

- **Conforto ambiental**

- Implantar espaços que permitam a entrada de luz e ventilação natural através de porta pivotantes de vidro e aberturas vazadas em alguns momentos nas fachadas do edifício, além do uso dos brises;
- Proteger os espaços da incidência excessiva do sol através da implantação de painéis de brises com inclinação tipo veneziana;

- **Integração entre os usuários**

- Conceber espaços que permitam a troca de experiências entre os usuários e os cozinheiros;
- Implantar um mobiliário que agregue as pessoas e permita a comunicação entre elas, como bancos, cadeiras e mesas localizados de maneira fluída;

- **Espaços flexíveis**

- Permitir a flexibilização dos espaços para melhor atender as necessidades dos usuários;

5.3 | PROGRAMA DE NECESSIDADES

ADMINISTRATIVO				
AMBIENTE	PAVIMENTO	ÁREA (m ²)	QUANTIDADE	TOTAL (m ²)
ALMOXARIFADO	1º PAVIMENTO	8,3	1	8,3
BANHEIRO PNE ADMINISTRATIVO	1º PAVIMENTO	6,7	1	6,7
COPA/REFEITÓRIO - ADMINISTRATIVO	1º PAVIMENTO	16,9	1	16,9
DIRETORIA	1º PAVIMENTO	13	1	13
ENFERMARIA	1º PAVIMENTO	13,9	1	13,9
ESTAR - ADMINISTRATIVO	1º PAVIMENTO	26	1	26
FINANCEIRO	1º PAVIMENTO	9,3	1	9,3
RECEPÇÃO ADMINISTRATIVO	1º PAVIMENTO	35,8	1	35,8
RH/DEPARTAMENTO PESSOAL	1º PAVIMENTO	11,5	1	11,5
SALA DE REUNIÃO	1º PAVIMENTO	19,7	1	19,7
SALA MARKETING/PUBLICIDADE	1º PAVIMENTO	9,2	1	9,2
SALA SUPORTE/TI	1º PAVIMENTO	10	1	10

APOIO/SERVIÇO				
AMBIENTE	PAVIMENTO	ÁREA (m ²)	QUANTIDADE	TOTAL (m ²)
ACESSO SERVIÇOS	SUBSOLO	43,7	1	43,7
ACESSO SERVIÇOS COM CONTROLE DE ENTRADA PARA ABASTECIMENTO E FUNCIONÁRIOS	TÉRREO	36	1	36
CONTROLE DE CÂMERAS	SUBSOLO	15	1	15
COPA/REFEITÓRIO - FUNCIONÁRIOS	TÉRREO	16,9	1	16,9
DEPÓSITO DE CARGAS	TÉRREO	10,15	1	10,15
DEPÓSITO DE MATERIAL DE LIMPEZA	SUBSOLO	6,6	1	6,6
DEPÓSITO DE MATERIAL DE LIMPEZA	1º PAVIMENTO	17,3	1	17,3
ESTAR - FUNCIONÁRIOS	TÉRREO	26	1	26
LIXEIRA/SELEÇÃO DE RESÍDUOS	TÉRREO	44,5	1	44,5
LIXEIRA/SELEÇÃO DE RESÍDUOS	1º PAVIMENTO	44,5	1	44,5
PORTA BANDEJAS - ILHA	TÉRREO	9,75	1	9,75
PORTA BANDEJAS - ILHA	1º PAVIMENTO	9,75	1	9,75
VESTIÁRIO - FUNCIONÁRIOS	TÉRREO	34	2	68

ÁREA COMUM				
AMBIENTE	PAVIMENTO	ÁREA (m ²)	QUANTIDADE	TOTAL (m ²)
ACHADOS E PERDIDOS	1º PAVIMENTO	11,4	1	11,4
BANHEIROS	TÉRREO	33	2	66
BANHEIROS	1º PAVIMENTO	33	2	66
BANHEIROS - PNE	SUBSOLO	7	1	7
ESPAÇO MULTIUSO	1º PAVIMENTO	258	1	258
ESTACIONAMENTO (80 vagas)	SUBSOLO	2582	1	2582
LOJAS - CACHAÇARIA	TÉRREO	21	1	21
LOJAS - PRODUTOS REGIONAIS	TÉRREO	21	1	21
LOJAS - UTENSÍLIOS DE COZINHA	TÉRREO	21	1	21
LOUNGE GOURMET	1º PAVIMENTO	120	1	120
PÁTIO MESAS	1º PAVIMENTO	698	1	698
PÁTIO MESAS CENTRAL	TÉRREO	1597	1	1597
RECEPÇÃO E INFORMAÇÕES	TÉRREO	6,7	1	6,7
RECEPÇÃO ESTACIONAMENTO	SUBSOLO	60	1	60
VARANDA MESAS	TÉRREO	360	1	360

COZINHAS				
AMBIENTE	PAVIMENTO	ÁREA (m ²)	QUANTIDADE	TOTAL (m ²)
COZINHAS TIPO 1	TÉRREO	10,9	16	174,4
COZINHAS TIPO 1	1º PAVIMENTO	10,9	20	218
COZINHAS TIPO 2	TÉRREO	10,9	8	87,2
COZINHAS TIPO 3	TÉRREO	8	8	64
ÁREA TOTAL	-	-	-	6967,15

FIGURA 36

Tabela descritiva - Programa de necessidades Meu Mercado Fortaleza

Fonte: elaborado pela autora.

5.4 | PARTIDO E ELEMENTOS ESTÉTICOS

O partido arquitetônico adotado nesse projeto foi desenvolvido através da concepção de um módulo voltado para serviços e administração na extremidade do terreno, três modelos de cozinhas distribuídos pelos pavimentos e um vão em configuração de pátio estabelecido de forma a se comunicar com todas as partes do equipamento. O edifício é composto, ainda, por escadas que conectam os dois pavimentos localizadas nas laterais, unificando o projeto como um todo.

Para desenvolvimento estético da edificação foram utilizados elementos presentes no Mercado dos Pinhões como inspiração e referência. Tais quais serão explanados a seguir.

Gabarito

Foi considerado como importante no desenvolvimento da forma e implantação do edifício, com seus níveis e pavimentos, o gabarito do Mercado dos Pinhões. Com o intuito de respeitar a importância e visibilidade do edifício tombado, que tem cerca de 13 metros de altura, o projeto se propõe a atingir um gabarito de cerca de 11,6 metros.

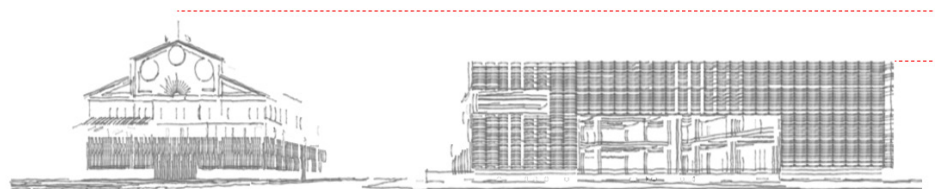
**FIGURA 37**

Diagrama relacionando os gabaritos do Mercado dos Pinhões e do Meu Mercado Fortaleza

Fonte: elaborado pela autora.

Módulo de vedação

O conjunto de venezianas fixas e vitrais tem dupla função no edifício do Mercado dos Pinhões. Por um lado, funcionam como elementos de vedação e por outro, cumprem um papel estrutural de travejar no sentido longitudinal. Inicialmente feitas em madeira, as venezianas foram substituídas por chapas de zinco na cor verde turmalina.

Usando as venezianas como inspiração de elemento estético e funcional de vedação, pensou-se em adaptar a ideia com a modulação de brises metálicos com angulação fixa para proteção solar e ventilação natural. Pintados também em tom de verde e com diferentes modulações, foram usados tanto nas fachadas do edifício, quanto nas cozinhas.

DESENVOLVIMENTO DA VEDAÇÃO EM BRISE PARA FACHADAS E ACESSO PRINCIPAL

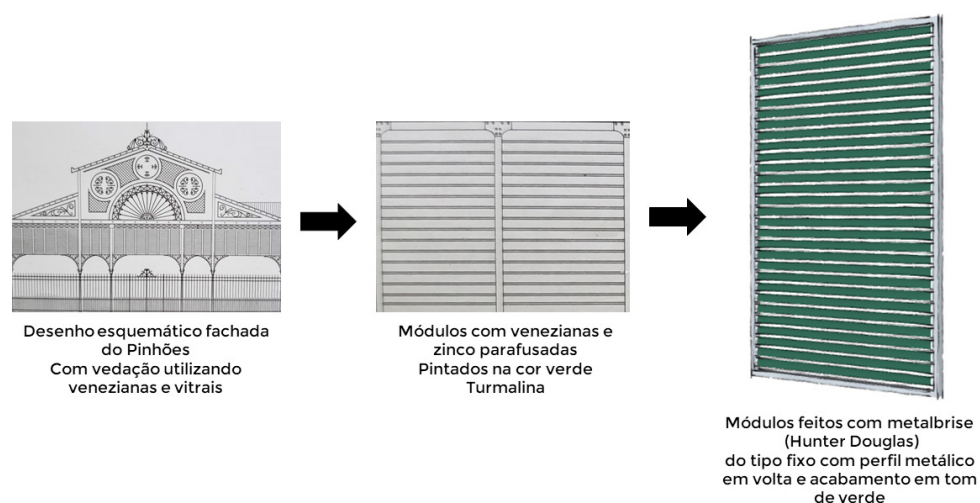


FIGURA 38. Diagrama figurando o desenvolvimento do módulo de brise utilizado no Meu Mercado a partir do desenho de elemento de vedação do Pinhões
Fonte: Elaborado pela autora.

Frontão Principal

O frontão principal em chapa de ferro, tem função estrutural e de fechamento do edifício. Possui adornos em ferro fundido, fixos e parafusados. O cume do frontão está arrematado com uma belíssima peça de serralheria que também tem a função de para-raios. Os vitrais semicirculares que formam o frontão são divididos em dezesseis partes, com duas cores, formando fachos em vermelho e amarelo, estruturados em forma de leque.

Utilizou-se como elemento de inspiração e referência aos Pinhões a figura do semicírculo presente no frontão principal e também nos frontões laterais. Usado inclusive na identidade visual para a fonte do letreiro Meu Mercado na fachada principal. Além disso, o formato em leque com fachos em duas cores serviu de inspiração para a paginação da praça de acesso proposta para o Meu Mercado.

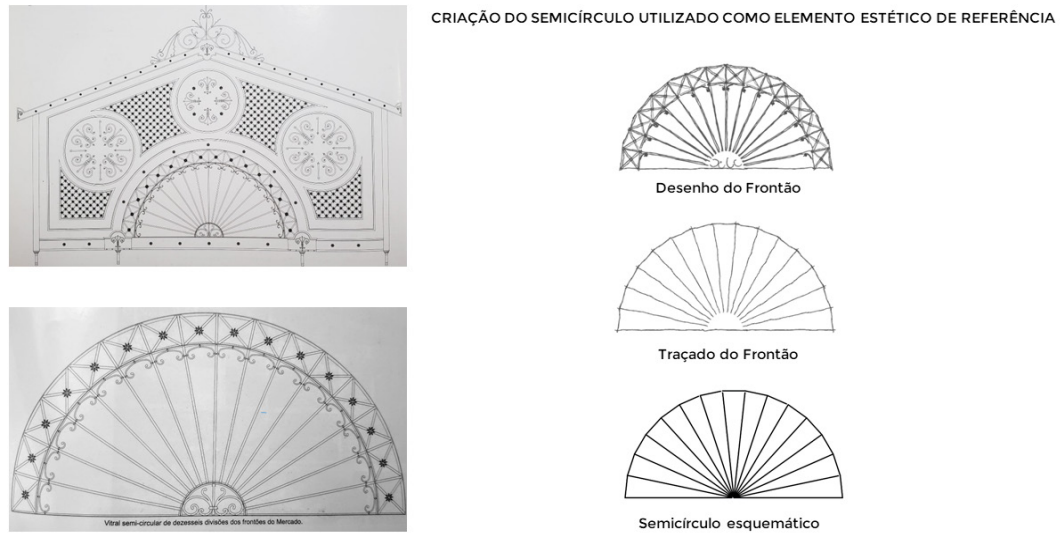


FIGURA 39
 Diagrama figurando o desenvolvimento da identidade visual para o letreiro do Meu Mercado a partir do desenho do Frontão do Pinhões
 Fonte: Elaborado pela autora.

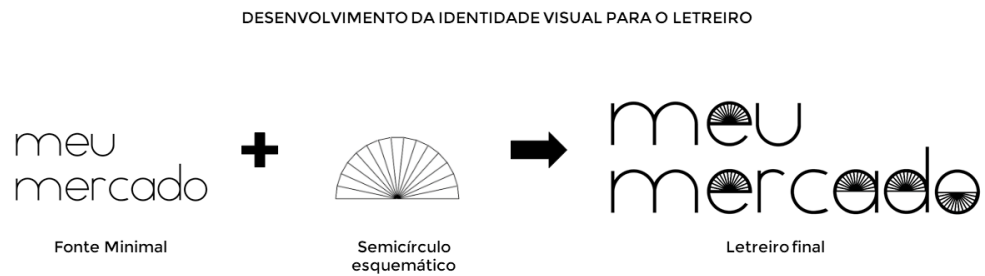


FIGURA 40
 Diagrama figurando o desenvolvimento da paginação da praça com marcação do acesso principal a partir do desenho do Frontão do Pinhões
 Fonte: Elaborado pela autora.

5.5 | ACESSOS, RECUOS E O ENTORNO

O equipamento aqui proposto em projeto possui duas frentes com acesso, uma delas direcionada ao público visitante na fachada principal, voltada para praça. Outros dois acessos de serviço estão localizados na Rua Nogueira Aciolli, um com rampa e escada voltado para a recepção e controle de entrada de entregadores e funcionários e outro apenas com escada, exclusivo para carga e descarga de lixo e resíduos.

Os recuos propostos são de três metros, sendo em sua maior parte servidos de jardim. No recuo da Rua Nogueira Aciolli, como já foi dito, estão propostos acessos de serviço e carga e descarga, além de rampa de acesso ao estacionamento no subsolo. Na Rua Tenente Benévolo a fachada é apenas de brises sem acesso e o recuo está todo ajardinado. Na lateral do edifício voltada para o Mercado dos Pinhões o recuo foi ocupado com varanda para mesas em área externa, com acesso exclusivamente feito por dentro do equipamento e rodeado por guarda corpo.



FIGURA 41
Acessos da edificação, planta de situação sem escala
Fonte: Elaborado pela autora.

A praça foi proposta com o intuito de criar uma relação de contemplação com o edifício e fortalecer a ligação visual com o Mercado dos Pinhões, através de áreas verdes e espaço amplo. Possui grandes bancos e mesas em estilo piquenique, além de um bicicletário. O acesso principal é marcado por paginação de piso, especialmente pensada para vincular o novo mercado gastronômico ao monumento tombado ao qual faz referência, como foi mostrado em diagrama no item anterior. A pavimentação da Praça foi feita em sua maior parte com piso drenante, com taxa de permeabilidade chegando a 90%. Na faixa de paginação do acesso principal foram usados blocos de pedra portuguesa, nas cores preto e branco.

Ainda em relação às intervenções do entorno do equipamento, o estacionamento do Mercado dos Pinhões foi reorganizado, com novas demarcações de vagas e a pavimentação da rua que divide os dois mercados foi refeita, sendo agora exclusiva para pedestres, o que colabora com a ideia de conexão e motivação de uso proposta aqui. A já existente, Praça Visconde de Pelotas, também terá alteração, com a integração por nivelamento de piso e exclusão da rua que antes a separava do Pinhões.

5.6 | AS COZINHAS

Todas as cozinhas possuem equipamento adequado para o preparo de diversos tipos de refeições, possuem balcão de atendimento que possibilita conceito aberto de funcionamento, no qual a equipe trabalha de forma livre e visualmente aberta ao público.

O material escolhido para execução das cozinhas foi bloco de concreto, para os balcões de atendimento, granito preto. As paredes internas são revestidas com porcelanato estilo Metro Tile na cor branca, resistente e esteticamente adequado para cozinhas. A ideia é que todo o equipamento e bancadas de trabalho tenham acabamento industrial em aço inox e que o pé direito fique propositalmente mais alto para auxílio de exaustão e entrada de ventilação, proporcionando assim, um maior conforto para os usuários. Nas cozinhas tipo quiosque o pé direito é um pouco menor, soltando o módulo da edificação, dando maior fluidez ao espaço do pátio de mesas.

Para disfarçar o pé direito alto e as instalações e tubos aparentes foi pensada uma vedação para as fachadas de atendimento dos módulos, utilizando o mesmo modelo de brise e perfil usado no exterior do edifício, porém em dimensões menores. Excluindo-se aqui o módulo do tipo quiosque pois possui maior abertura lateral e seu pé direito é menor.

Estruturas em chapas metálicas com acabamento em pintura do tipo quadro negro foram usadas para aplicação de logo adesivado, com fonte simulando escrita em giz, representando o chef ou restaurante responsável por cada módulo. Foram estabelecidas três configurações diferentes para os módulos de cozinha. Abaixo imagens e descrições de cada um.

Módulo tipo 1 - cozinhas com frente única
(L - 2.85m | P - 4m | PD - 3.95m)

Nessas cozinhas o acesso é feito através de porta que dá para uma circulação mais reservada e o atendimento em balcão é feito por uma frente única. Esse módulo têm as maiores dimensões, possibilitando a implantação de mais equipamentos e maior diversidade de uso.



FIGURA 42
 Cozinha do tipo 1, frente única - planta baixa e perspectiva
 Fonte: Elaborado pela autora.

Módulo tipo 2 - cozinhas com frente dupla
(L - 2.85m | P - 4m | PD - 3.95m)

Nessas cozinhas o atendimento acontece em balcões dos dois lados do módulo, com acesso por porta de meia altura encaixada abaixo desses balcões. Uma das frentes é voltada para a área externa onde foram distribuídas mesas ao ar livre, dimensionada de acordo com as normas do código de obras e posturas de Fortaleza. Seu acesso é pela rua Nogueira Aciolli, como mencionado e ilustrado anteriormente.



FIGURA 43
Cozinha do tipo 2, frente dupla - planta baixa e perspectiva
Fonte: Elaborado pela autora.

Módulo tipo 3 - cozinhas do tipo quiosque
(L - 3.20m | P - 2.75m | PD - 3m)

Nessas cozinhas o atendimento acontece em balcão que circunda boa parte do módulo. O acesso é feito por porta de meia altura encaixada abaixo desse balcão. Como já mencionado anteriormente, o pé direito é menor e a vedação superior é feita por laje de concreto apoiada nas paredes em bloco de concreto que são estruturais. Aqui a placa em chapa metálica circunda toda a abertura frontal, dispensando o uso dos brises.



FIGURA 44
Cozinha do tipo 3, quiosque - planta baixa e perspectiva
Fonte: Elaborado pela autora.

5.7 | PÁTIO CENTRAL E CIRCULAÇÃO

O pátio central é o ambiente que traz amplitude e fluidez ao equipamento. Foi concebido para atrair tanto os usuários dos equipamentos da edificação quanto os transeuntes das redondezas. Possui um mobiliário que o torna um espaço de permanência agradável e está, em sua maior parte, sob um grande vão coberto por telhas translúcidas que proporcionam a entrada de iluminação natural durante o dia, além de receber a ventilação natural através dos brises metálicos que vedam o edifício e painéis pivotantes em vidro, voltados para a Praça de acesso principal.

As circulações entre as mesas e os módulos de cozinhas, estão com medidas que possibilitam a passagem confortável dos usuários e adaptações na diagramação das mesas. Essas, executadas em madeira tipo pinus e traços retos e leves, possuem posições mutáveis, sendo possível o aumento da quantidade de assentos, trazendo ao espaço dinamismo e comodidade quando necessário. Foram pensados dois tipos diferentes de mesas, para com quatro ou seis assentos, sendo possível o encaixe de guarda sol no modelo menor para área externa, a céu aberto. No total, o equipamento ficou com a capacidade para cerca de 1500 usuários sentados, contando com os bancos do lounge.

As escadas metálicas laterais estão “soltas” da estrutura, encaixadas em “rasgos” na laje, com guarda corpo em seu entorno, permitindo a circulação vertical e ventilação entre todos os pavimentos. Foram estabelecidos dois elevadores, um com localização central, serve todos os usuários do edifício, e outro voltado para a parte de serviço, lixeiras e transporte de resíduos.

No primeiro pavimento a área de mesas circunda o grande vão com guarda corpo. Aqui, dois ambientes diferentes foram pensados para cada lateral do edifício. De um lado, foi destinado um espaço para mobiliário mais despojado com bancos e a vedação em brise foi interrompida, criando grandes aberturas, as quais possibilitam perspectivas visuais do entorno, voltadas para a Praça e para o Pinhões. Do lado oposto, um espaço multiuso climatizado se coloca à disposição para eventos, workshops e cursos ligados ao setor gastronômico. Por não possuir janelas na lateral que está voltada para o grande vão central essa vedação recebe um grande painel artístico, trazendo mais cor e expressão para o equipamento.

5.8 | SERVIÇOS, ADMINISTRAÇÃO E APOIO

No módulo localizado mais ao fundo da edificação, foram dispostos ambientes de apoio aos funcionários no pavimento térreo (copa, estar e vestiários) com circulação exclusiva e restrita. A entrada de funcionários e prestadores de serviço, além do controle e recebimento de cargas e insumos é feita por único acesso, já mencionado anteriormente. Para apoio de mobilidade e armazenamento, foi pensando depósitos temporários, carrinhos e elevador do tipo monta cargas.

No primeiro pavimento está localizada toda a parte administrativa do edifício, com banheiros, área de estar, copa e recepção, próprios para os funcionários ou possíveis visitantes do setor. Nesse pavimento a circulação de serviço dá acesso a laje técnica onde estão localizadas as caixas d'água, casas de máquinas dos dois elevadores e espaço para condensadores.

Por conta do número de usuários possíveis para o Meu Mercado, os banheiros foram distribuídos em quatro blocos anexos ao módulo de apoio e serviço, no térreo e no primeiro pavimento. Localizados nas laterais do edifício, cada bloco possui dois banheiros, um masculino e um feminino com cabines adaptadas em cada um.

Depósitos de materiais de limpeza foram distribuídos em locais diferentes do módulo de apoio e serviço, em diferentes pavimentos a fim de atender a demanda do equipamento. Além disso, um setor de achados e perdidos foi locado no primeiro pavimento. Uma recepção e guichê de informações está presente no térreo logo a frente do acesso principal. Os dois pavimentos, que possuem cozinhas e mesas, receberam pontos de coleta com lixeiras e porta bandejas, além de um espaço maior em formato de ilha, locado em uma das laterais do edifício, para melhor limpeza e seleção de resíduos.

5.9 | ESTRUTURA, COBERTA E MATERIAIS

O sistema estrutural escolhido para a edificação foi o metálico. Aplicou-se pilares e vigas de metal com seção em caixão para a sustentação dos pavimentos. Toda a estrutura recebeu acabamento com pintura eletrostática na cor chumbo.

O tipo de laje utilizada foi a de concreto maciça e bidirecional. Como já dito anteriormente as paredes são em bloco de concreto, e a maior parte da vedação do edifício é feita por brises do tipo Metalbrise produzido pela Hunter Douglas, com acabamento em pintura na cor verde própria para área externa e perfis metálicos

em tom neutro. A sustentação dos brises é feita através de suportes metálicos fixados nos pilares da estrutura principal do edifício, adicionado a isso possuem uma estrutura treliçada de travamento para vencer o grande vão central.

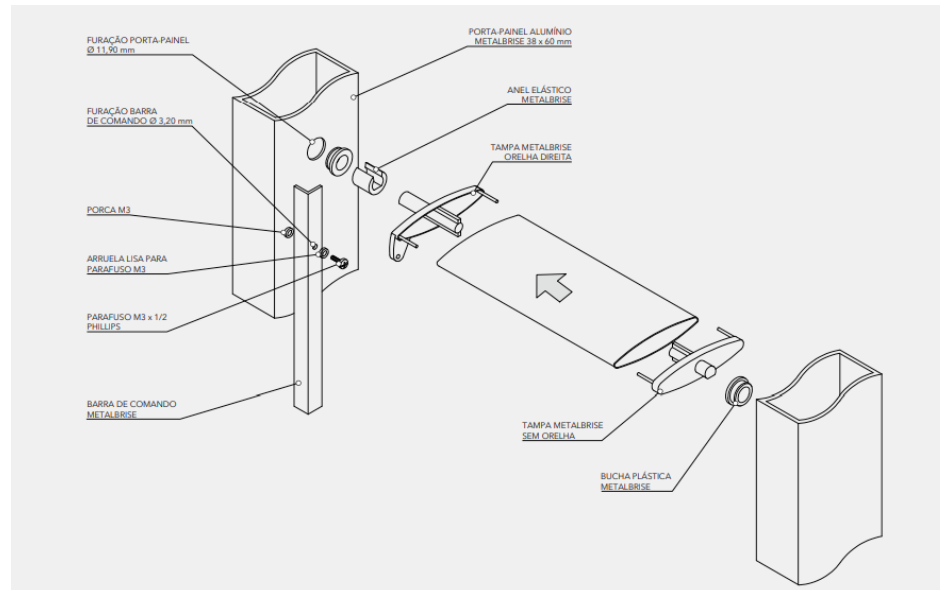


FIGURA 45
 Representação técnica via ficha técnica do Metalbrise
 Fonte: Hunter Douglas

Na fachada de acesso principal foi proposto o uso de painéis pivotantes de vidro translúcido circundados por perfil metálico, com acabamento na cor chumbo. A abertura tipo pivotante possibilita a regulagem dos painéis proporcionando maior controle de intensidade da ventilação, sendo assim, mais uma ferramenta no auxílio do conforto dos usuários.

A cobertura do equipamento possui duas águas e uma pequena laje impermeabilizada que cobre a laje técnica. A parte que cobre o vão central é formada por chapas de policarbonato alveolar translúcido que permite a passagem da luz natural, além de auxiliarem na redução do calor por terem uma camada refletiva na face exterior. O restante é composto por telha de aço trapezoidal tipo sanduíche. Essa última, tem acabamento termo acústico, possui excelente resistência mecânica e alta capacidade térmica, ideal para melhor conforto dos usuários do edifício. A sustentação da cobertura é feita por treliças metálicas.

O piso é do tipo industrial, em todo o edifício, adequado para uso intenso e de fácil manutenção. Algumas vedações e meias paredes estão revestidas em placas cerâmicas que imitam tijolinho em tom avermelhado. Nas cozinhas, as paredes internas são revestidas com porcelanato estilo Metro Tile na cor branca.



FIGURA 46
 Telha trapezoidal sanduiche
 Fonte: <http://www.telhasmontfer.com.br/>

5.10 | ORIENTAÇÃO E FACHADAS

Foi feita uma análise do percurso do sol e dos ventos em relação a implantação do equipamento e a localização do terreno. Observou-se o comportamento como representado na figura a seguir.

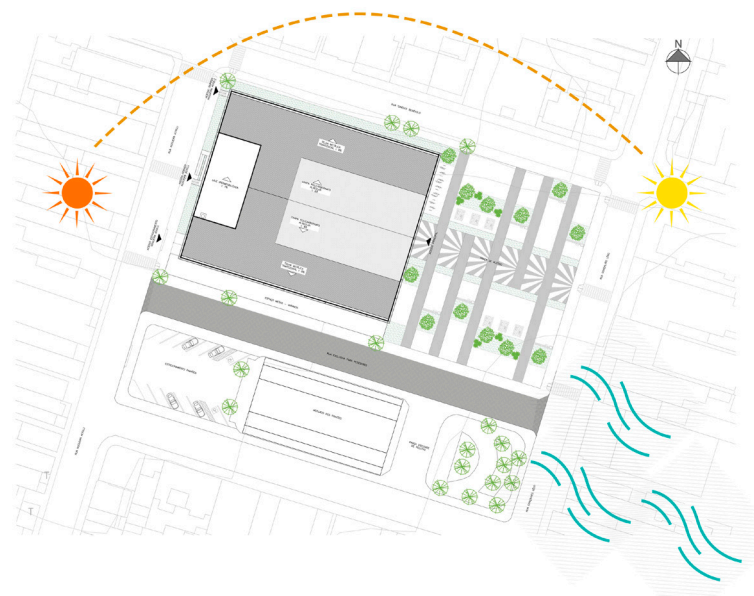


FIGURA 47
 Representação do percurso do sol e direção dos ventos em relação ao terreno e implantação do equipamento, planta de situação sem escala
 Fonte: Elaborado pela autora.

FACHADA LESTE - PRINCIPAL - Praça (Rua Gonçalves Lêdo)

Na fachada leste, está situada o acesso principal ao equipamento através de praça ampla. Foi utilizado apenas na marcação de entrada painéis de vidro móveis, para controle de ventilação, voltados para sudeste, com o intuito de aproveitar a direção dos ventos. Por conta da orientação solar não há grande prejuízo por incidência de raios UV, pois essa fachada recebe apenas o "sol da manhã". No primeiro pavimento a estrutura de brises é interrompida em um dos lados, criando uma grande janela voltada para o Pinhões e para a Praça.



FIGURA 48
Fachada Leste, acesso principal
Fonte: Elaborado pela autora.

FACHADA OESTE - SERVIÇO - Rua Nogueira Aciolli

Na fachada oeste, está situada o acesso de serviço ao equipamento através de duas entradas e também o acesso ao subsolo do edifício. Aqui, janelas altas e cobogós contribuem com a ventilação em todos os pavimentos. A estrutura de brises está presente apenas a partir do primeiro pavimento, com o intuito de auxiliar na eficiência e conforto térmico, principalmente as salas climatizadas da administração.

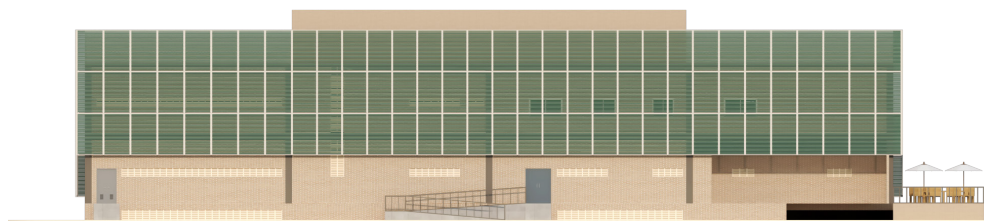


FIGURA 49
Fachada Oeste, acessos de serviço
Fonte: Elaborado pela autora.

FACHADA NORTE - EMPENA - Rua Tenente Benévolo

Para a fachada norte foi pensada uma espécie de empina, toda preenchida pelos brises, por conta da alta incidência solar e pouca ventilação. No subsolo foram propostas janelas altas, no pavimento térreo a vedação é em meia parede e no primeiro pavimento foi utilizado guarda-corpo, tudo isso com o propósito de favorecer a circulação dos ventos no edifício, proporcionando também mais sombra, melhorando assim o conforto térmico. Nessa fachada não há acesso ao Meu Mercado.

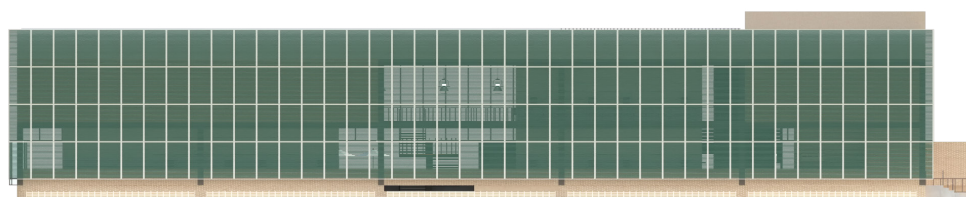


FIGURA 50
Fachada Norte, empina de brises
Fonte: Elaborado pela autora.

FACHADA SUL - VARANDA - Rua de pedestres e Mercado dos Pinhões

Considerando a orientação solar e a ventilação disponível para o equipamento, a melhor localização para mesas ao ar livre é na fachada sul. Os brises se iniciam apenas no primeiro pavimento, com a vedação do térreo feita através de portas de rolar metálicas. No primeiro pavimento a maior parte da vedação é feita por guarda-corpo. Aqui também foi feita uma interrupção nos painéis de brise, criando mais uma grande abertura voltada para o Pinhões.

A varanda com mesas ao ar livre e vedação em guarda-corpo metálico, possibilita melhor relação com o entorno, contemplando, principalmente o Mercado dos Pinhões. Mesmo possuindo orientação com grande oferta de área sombreada, guarda-sóis foram sugeridos para maior conforto dos usuários. Aqui o acesso é exclusivamente pelo interior do Meu Mercado, sendo a varanda voltada para a rua de uso exclusivo para pedestres.

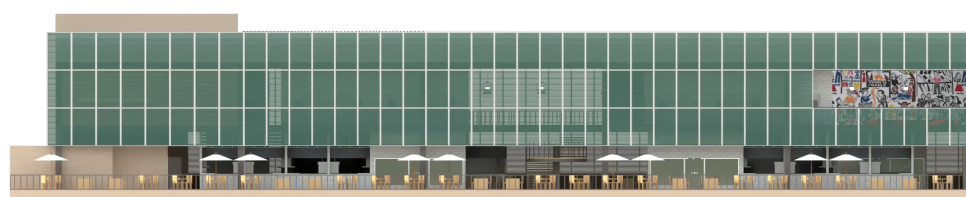
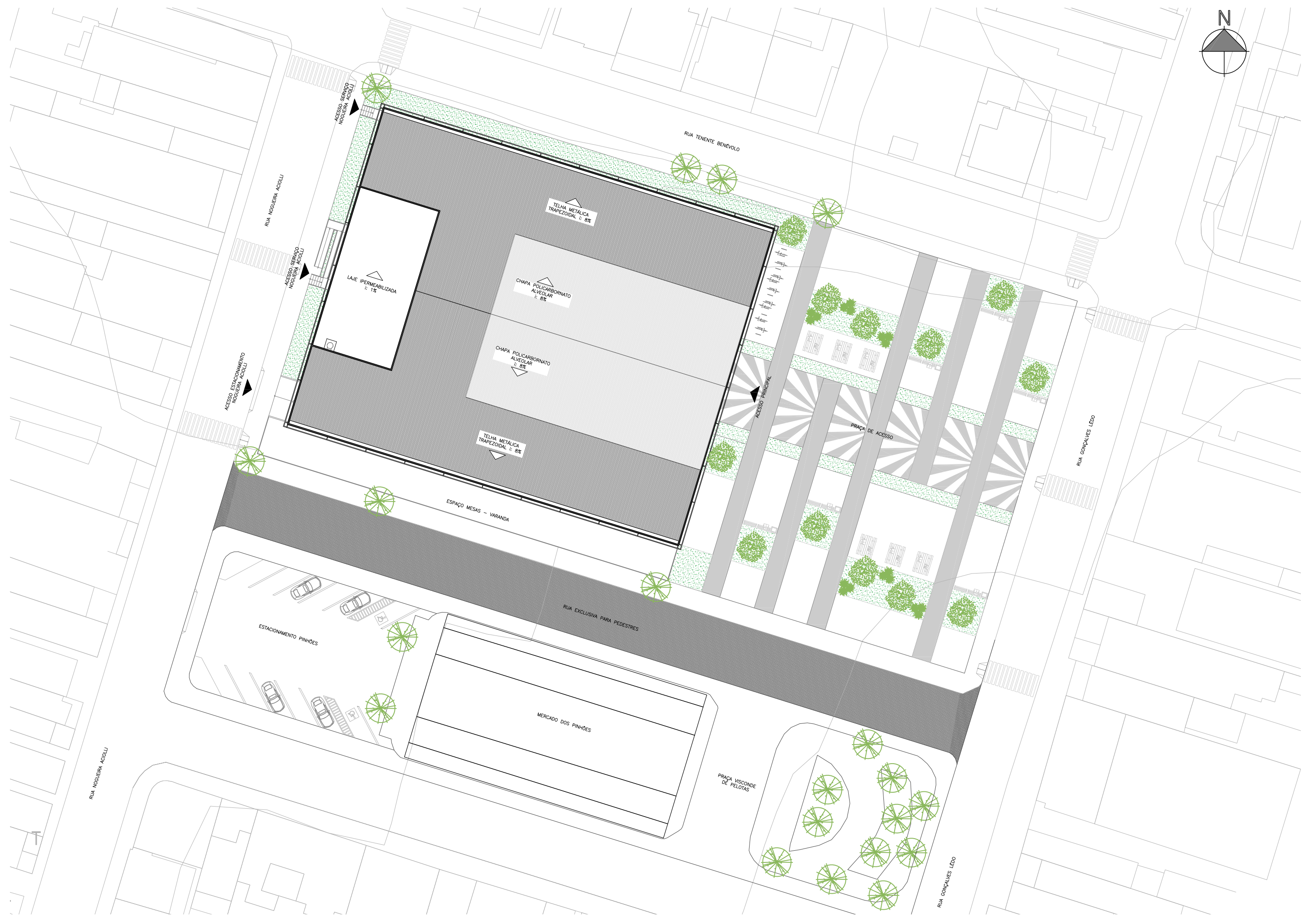
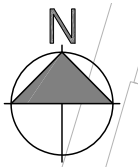


FIGURA 51
Fachada Sul, varanda
Fonte: Elaborado pela autora.

PLANTA DE SITUAÇÃO

ESCALA 1:500

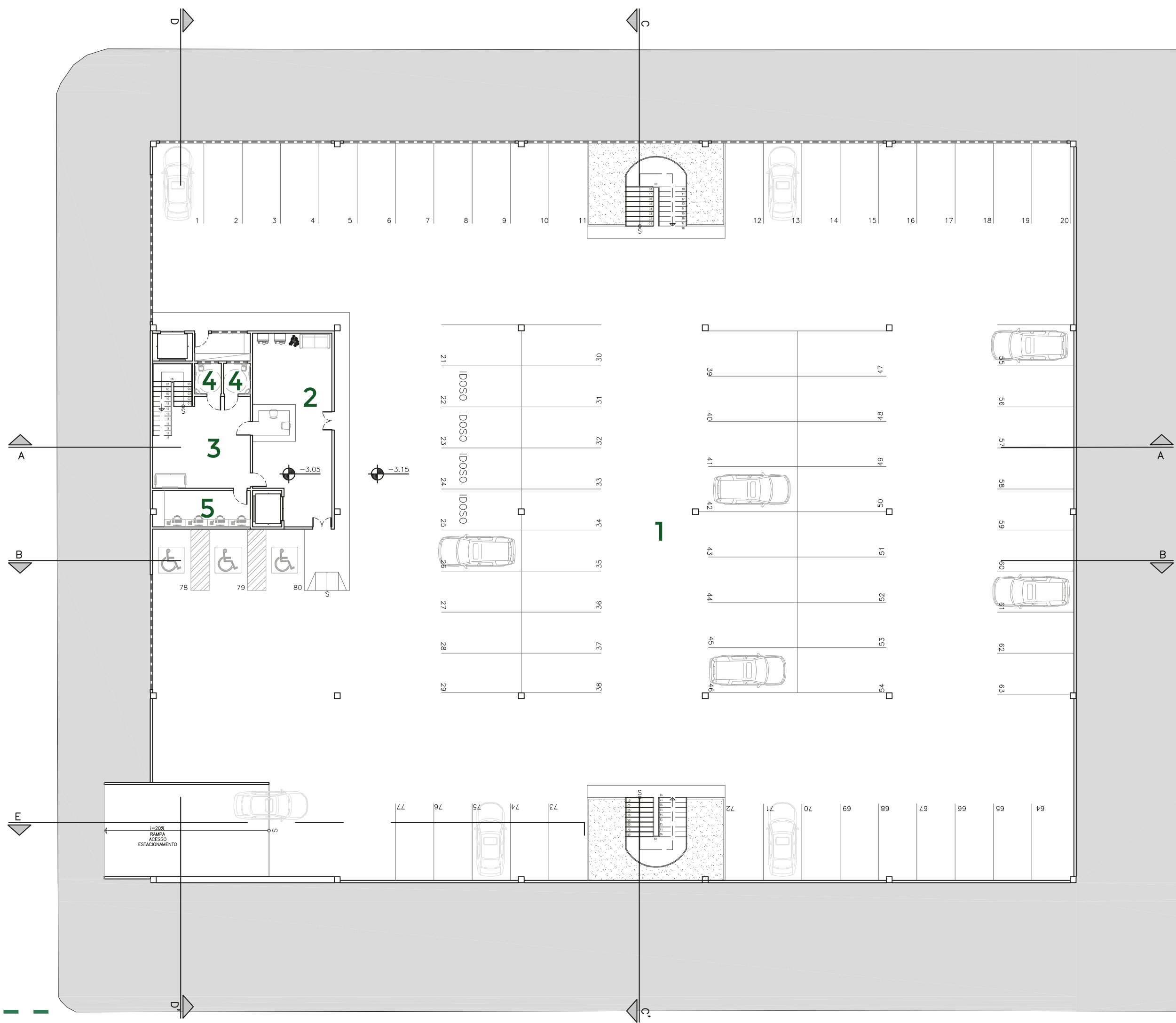
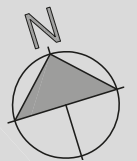
ÍNDICES URBANÍSTICOS		
I	ÍNDICE DE APROVEITAMENTO	0.81
II	TAXA DE PERMEABILIDADE	30%
III	TAXA DE OCUPAÇÃO	47%
IV	TAXA DE OCUPAÇÃO DE SUBSOLO	47%



PLANTA SUBSOLO

ESCALA 1:250

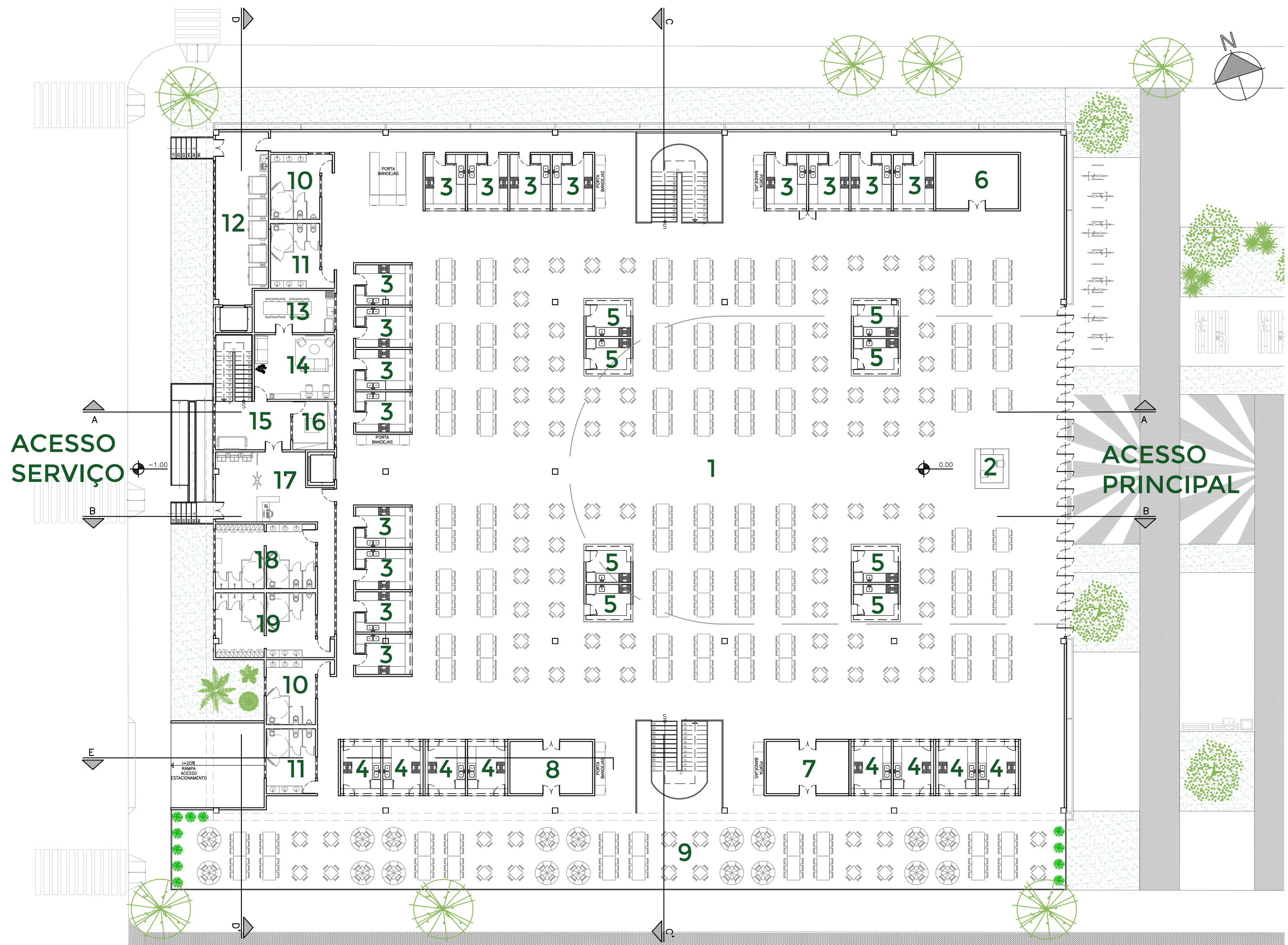
01	ESTACIONAMENTO - 80 VAGAS	2582m ²
02	RECEPÇÃO ESTACIONAMENTO	60m ²
03	CIRCULAÇÃO SERVIÇO	43,7m ²
04	WCS PNE	15,88m ²
05	SALA DE CONTROLE	15m ²



PLANTA TÉRREO

ESCALA 1:250

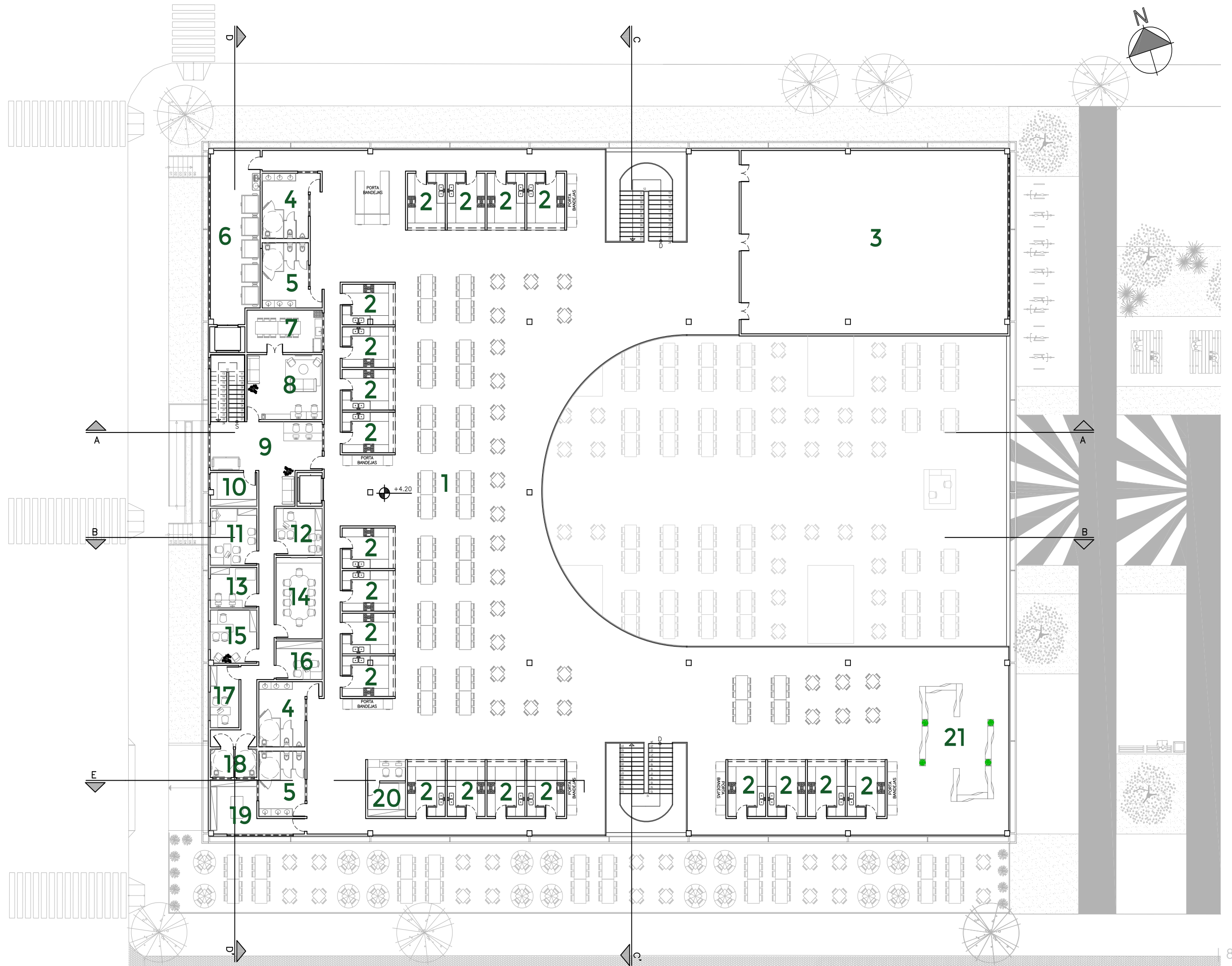
01	PÁTIO CENTRAL - MESAS P/ 828 PESSOAS	1597m ²
02	RECEPÇÃO E INFORMAÇÕES	6,7m ²
03	COZINHAS TIPO 1	174,4m ²
04	COZINHAS TIPO 2	87,2m ²
05	COZINHAS TIPO 3	64m ²
06	LOJA UTENSÍLIOS DE COZINHAS	21m ²
07	LOJA CACHAÇARIA	21m ²
08	LOJA PRODUTOS REGIONAIS	21m ²
09	VARANDA - MESAS P/ 264 PESSOAS	360m ²
10	WC MASCULINO	33m ²
11	WC FEMININO	33m ²
12	LIXEIRA/SELEÇÃO DE RESÍDUOS	44,5m ²
13	COPA/REFEITÓRIO - FUNCIONÁRIOS	16,9m ²
14	ESTAR - FUNCIONÁRIOS	26m ²
15	CIRCULAÇÃO SERVIÇOS	30m ²
16	DEPÓSITO DE CARGAS	10,2m ²
17	ACESSO SERVIÇO COM CONTROLE DE ENTRADA, FUNCIONÁRIOS E CARGA	36m ²
18	VESTIÁRIO FEMININO	34m ²
19	VESTIÁRIO MASCULINO	34m ²



PLANTA 1º PAVIMENTO

ESCALA 1:250

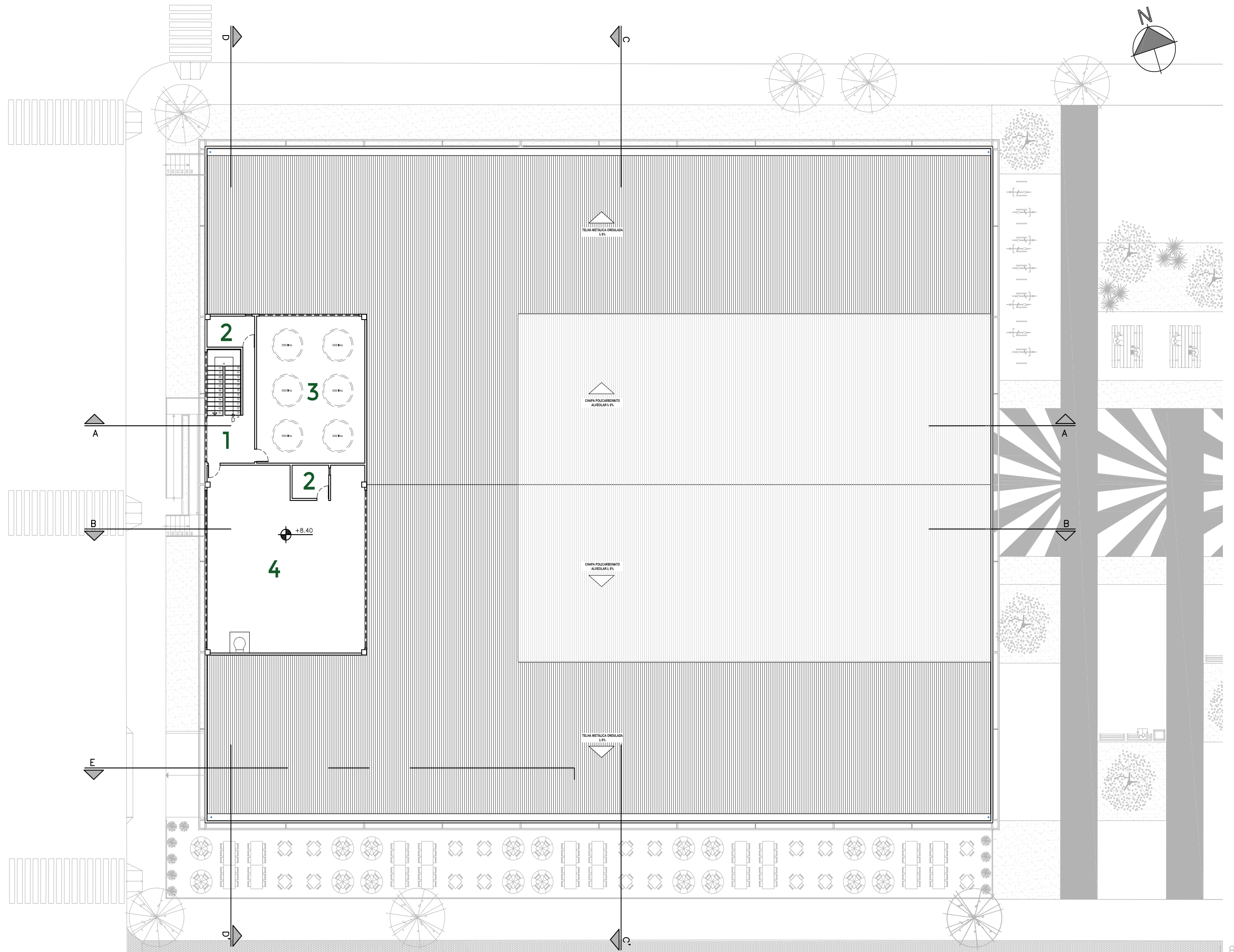
01	PÁTIO MESAS P/300 PESSOAS	698m ²
02	COZINHA TIPO 1	218m ²
03	ESPAÇO MULTIUSO/EVENTOS	258m ²
04	WC MASCULINO	33m ²
05	WC FEMININO	33m ²
06	LIXEIRA/SELEÇÃO DE RESÍDUOS	44,5m ²
07	COPA/ REFEITÓRIO ADM	16,9m ²
08	ESTAR ADM	26m ²
09	RECEPÇÃO E CIRCULAÇÃO ADM/SERVIÇOS	35,8m ²
10	ALMOXARIFADO	8,3m ²
11	ENFERMARIA	13,9m ²
12	RH/ DPTO PESSOAL	11,5m ²
13	SALA SUPORTE/TI	10m ²
14	SALA DE REUNIÃO	19,7m ²
15	DIRETORIA	13m ²
16	MARKETING/PUBLICIDADE	9,3m ²
17	FINANCEIRO	9,2m ²
18	WCS ADM PNE	6,7m ²
19	DML	17,3m ²
20	ACHADOS E PERDIDOS/ GUARDA VOLUMES	11,4m ²
21	LOUNGE GOURMET P/ 30 PESSOAS	120m ²



PLANTA LAJE TÉCNICA

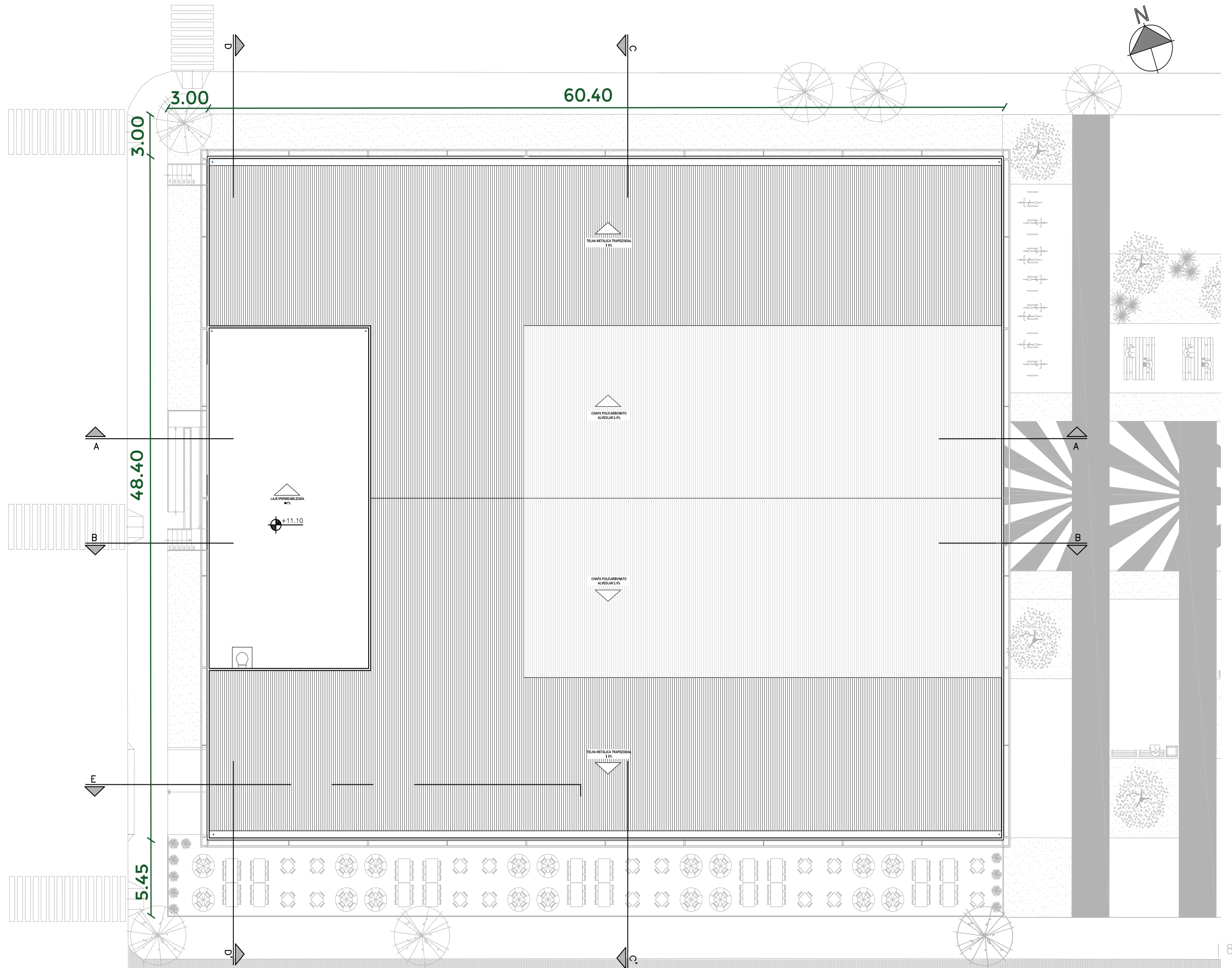
ESCALA 1:250

01	CIRCULAÇÃO E ACESSO SERVIÇOS	29,6m ²
02	CASA DE MÁQUINAS - ELEVADORES	-
03	CAIXAS D'ÁGUA	38m ²
04	CONDENSADORES E ACESSO COBERTA	162m ²



PLANTA DE COBERTA

ESCALA 1:250

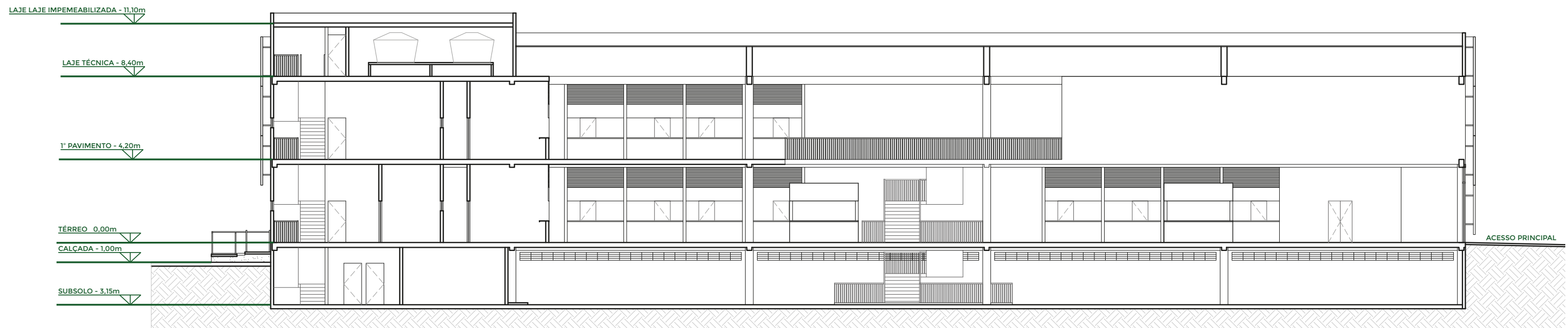
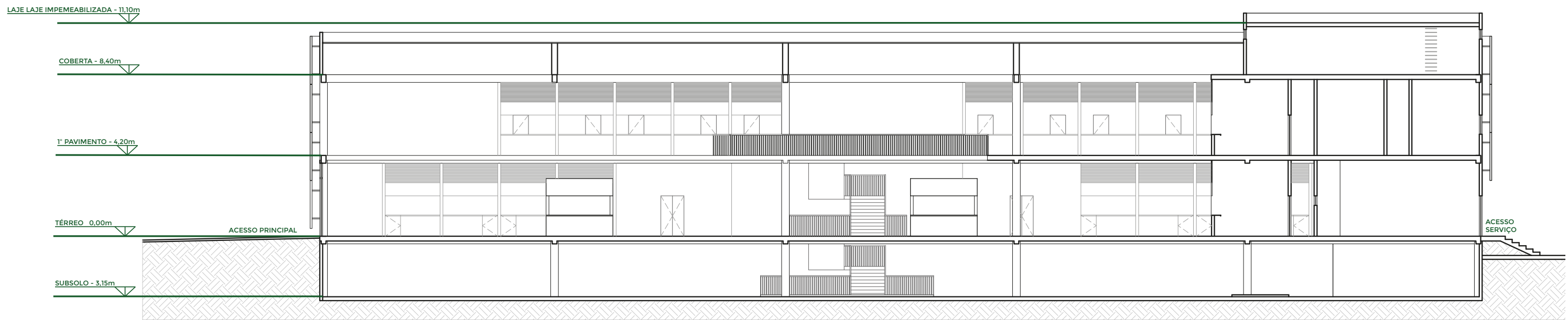


CORTE AA'
ESCALA 1:250

MEU MERCADO FORTALEZA	Corte AA' Escala 1:250	07/11
--------------------------	---------------------------	-------

CORTE BB'
ESCALA 1:250

MEU MERCADO FORTALEZA	Corte BB' Escala 1:250	08/11
--------------------------	---------------------------	-------

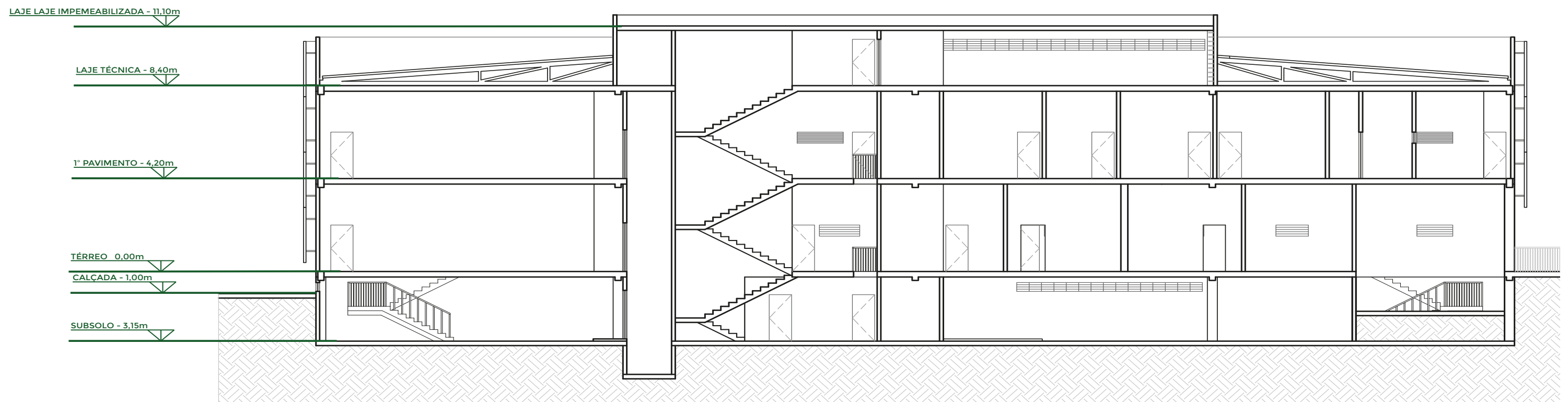
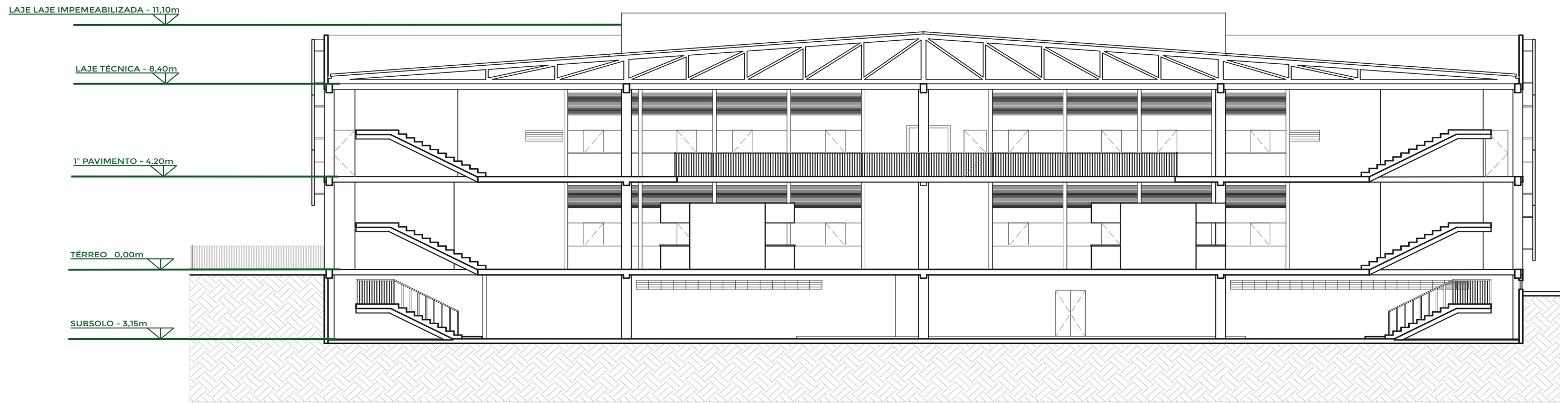


CORTE CC'
ESCALA 1:250

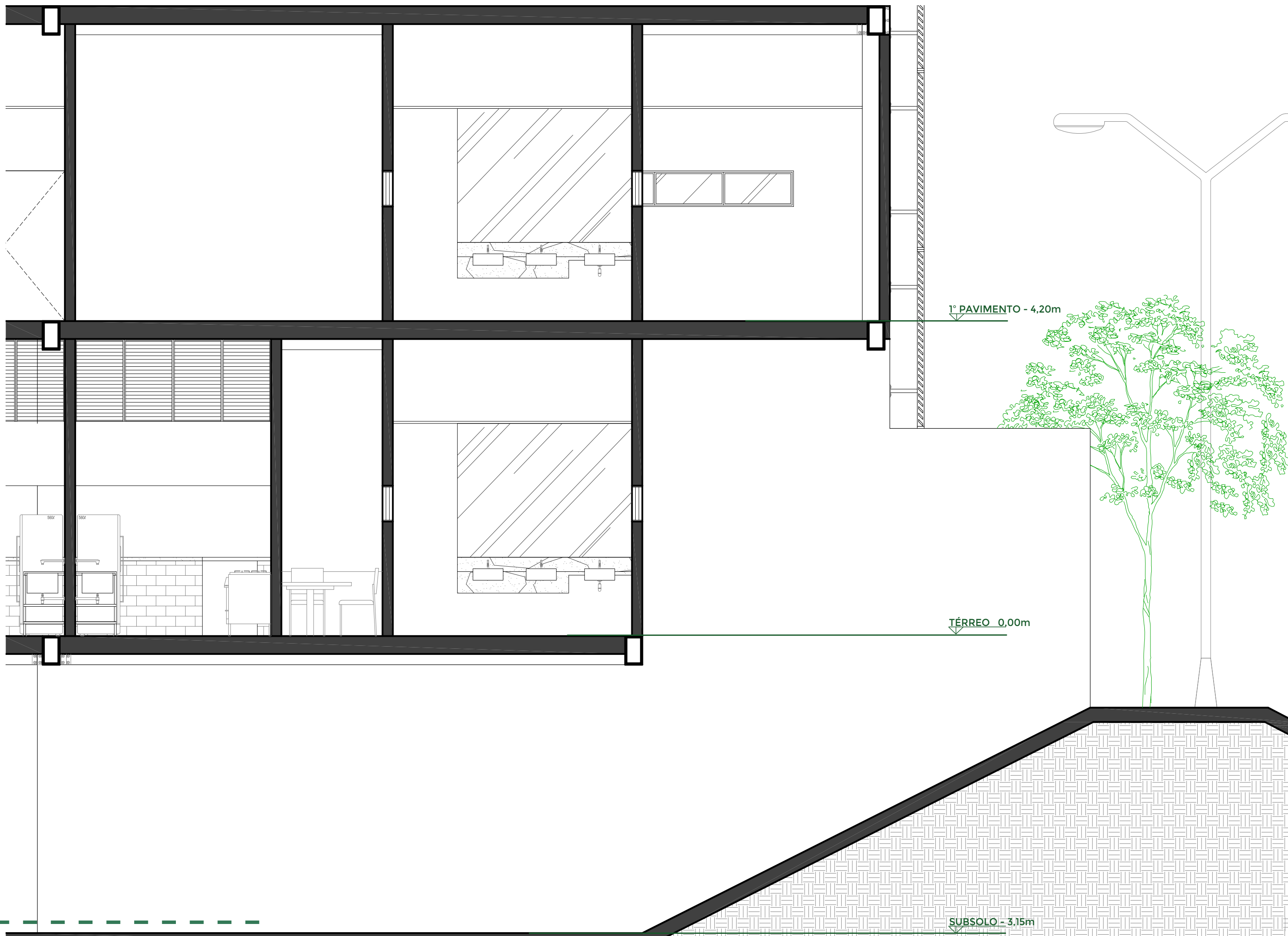
MEU MERCADO FORTALEZA	Corte CC' Escala 1:250	09/11
--------------------------	---------------------------	-------

CORTE DD'
ESCALA 1:250

MEU MERCADO FORTALEZA	Corte DD' Escala 1:250	10/11
--------------------------	---------------------------	-------



CORTE EE'
ESCALA 1:50



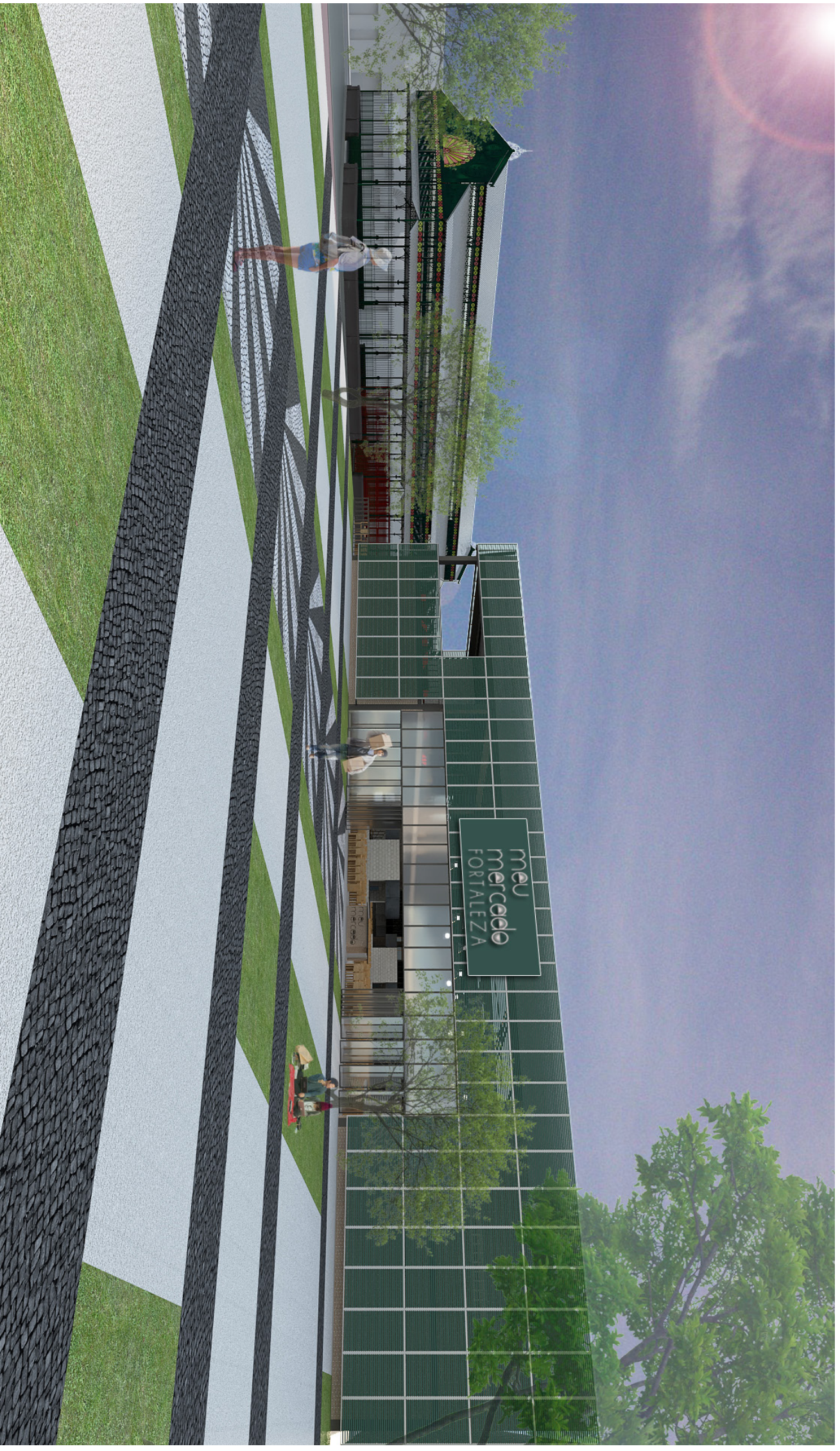


FIGURA 52

Perspectiva externa, relação Praça x Pinhões x Meu Mercado
Fonte: elaborado pela autora.



FIGURA 53
Perspectiva externa Meu Mercado Fortaleza
Fonte: elaborado pela autora.



FIGURA 54
Perspectiva interna, acesso principal, pátio central mesas
Fonte: elaborado pela autora.

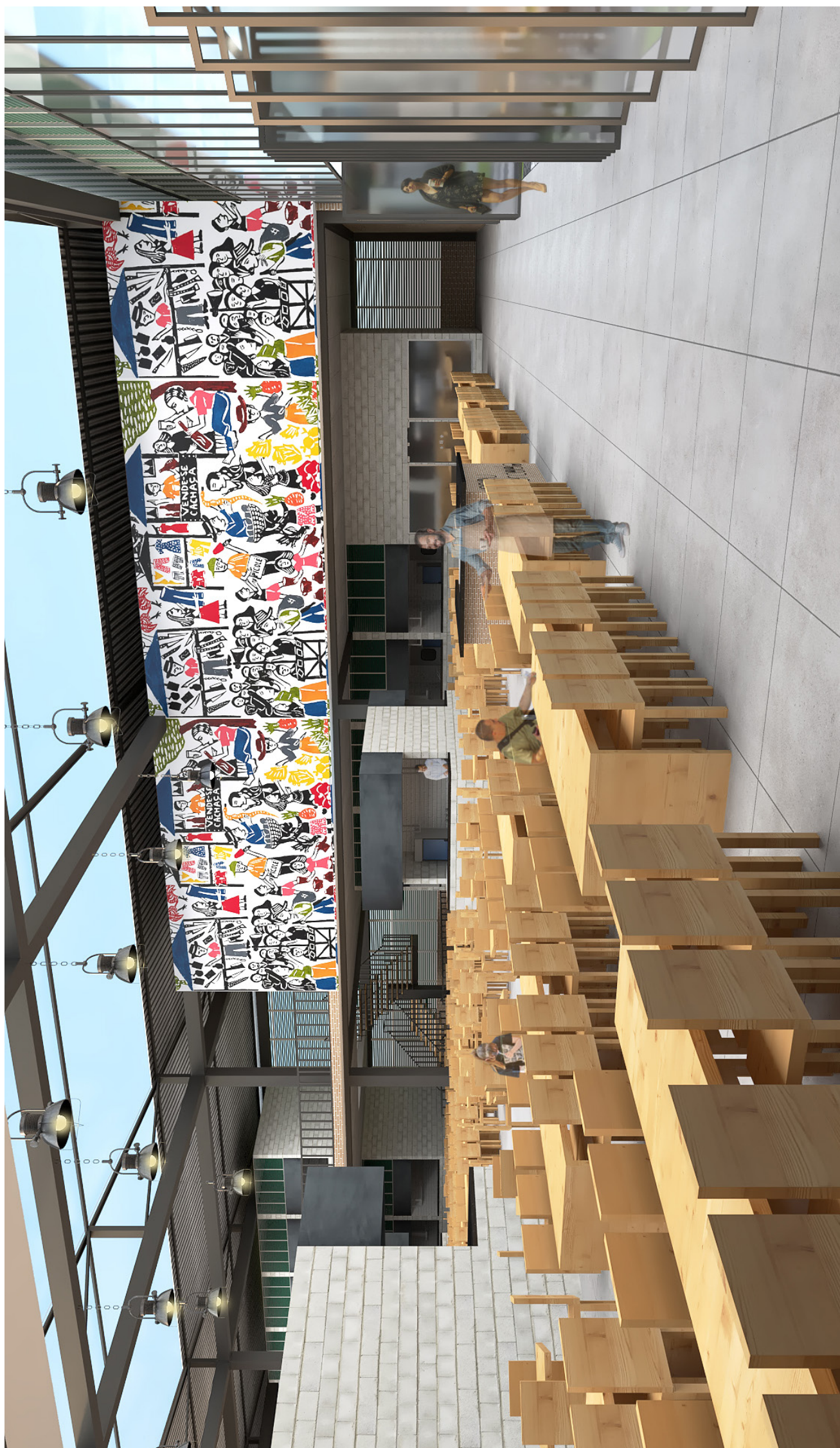


FIGURA 55
Perspectiva interna, térreo, pátio central mesas
Fonte: elaborado pela autora.



FIGURA 56
Perspectiva interna, térreo, pátio central mesas
Fonte: elaborado pela autora.



FIGURA 57
Perspectiva interna, primeiro pavimento, lounge gourmet
Fonte: elaborado pela autora.



FIGURA 58

Perspectiva externa, relação varanda mesas ao ar livre x Pinhões
Fonte: elaborado pela autora.

BIBLIOGRAFIA

BATISTA, Morganna. Reinventar o espaço urbano: Mercado Público do Benfica. 2016. Trabalho Final de Graduação (Arquitetura e Urbanismo) - UNIFOR, Fortaleza, 2016.

CALABI, Donatella. Il mercato e la città. Piazze, strade, architetture d'Europa in Età moderna. 1ª. ed. Venezia: Marsilio, 1993.

CALDAS, W. Cultura. 4. ed. São Paulo: Global, 1986.

CAPELO FILHO, JOSÉ; SARMIENTO, LÍDIA. Mercado de Ferro: Notas sobre a restauração do Mercado dos Pinhões. 1ª. ed. Fortaleza: Oficina de Projetos S/C Ltda, 2003.

Chelsea Market | Nova York. 2016. Disponível em: <https://novayork.com/chelsea-market>

DA SILVEIRA DERENJI, Jussara; LIBERAL DE CASTRO, José. Arquitetura de ferro : memória e questionamento. Belém: CEJUP : UFPA, 1993.

Gastronomia fortalece turismo em fortaleza | Prefeitura de Fortaleza. 2018. Disponível em: <<https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/gastronomia-fortalece-turismo-em-fortaleza>>

GOMES DA SILVA, Geraldo. Arquitetura do Ferro no Brasil. 1ª. ed. São Paulo: Nobel, 1986.

GOUVÊA DE SOUZA, Marcos. Momentum: Food Hall é a evolução do varejo para o avanço do Foodservice. 2017. Disponível em: <<http://www.mercadoeconsumo.com.br/2017/06/05/momentum-food-hall-e-a-evolucao-do-varejo-para-o-avanco-do-foodservice/>>

Markthal Rotterdam / MVRDV. 2014. ArchDaily Brasil. (Trad. Sbeghen Ghisleni, Camila) Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/758495/markthal-rotterdam-mvrdv>>

MARQUEZ, Ana. Complexo gastronômico. 2015. Disponível em: https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/espaconovo-arquitetura/_eataly-sao-paulo/2933>

MOTTA, Flávia. Mercados de Lisboa: Ribeira ou Campo de Ourique? 2015. Disponível em: <<https://www.almostlocals.com/mercado-ribeira-campo-ourique/>>

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone . A arquitetura dos mercados públicos. Tipos, modelos e referências projetuais. *Arquitextos*, São Paulo, ano 12, n. 138.02, Vitruvius, nov. 2011 <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.138/4113>>

NARLLA, Hayanne. Fartura Fortaleza tem ingressos esgotados e se consagra como sucesso gastronômico. 2016. Disponível em: <<http://tribunadoceara.uol.com.br/diversao/gastronomia/fartura-fortaleza-tem-ingressos-esgotados-e-se-consagra-como-sucesso-gastronomico/>>

REBELLO, Yopanan C. P. A Concepção estrutural e a arquitetura. 9ª. ed. São Paulo: Zigurate, 2000.

RIBEIRO, Izakeline. Sabores da Cidade premia melhores restaurantes de Fortaleza em 2018. 2018. Disponível em: <http://saboresdacidade.com/sabores-da-cidade-premia-melhores-restaurantes-de-fortaleza-em-2018/>

VARGAS, Heliana Comin. Espaço terciário – o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENACSP, 2001.

Diagramação elaborada por
Josyanne Osório

Imagens elaboradas pela
autora

Modelagem Mercado dos
Pinhões por MOM
@mom.curso

Este trabalho foi diagramado
usando as seguintes fontes:

AvantGarde
Montserrat
Minimal

