

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE TECNOLOGIA
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO
PROJETO DE GRADUAÇÃO

TEMA:

REFORMULAÇÃO DO MERCADO PÚBLICO DE MESSEJANA

julho/95

PROJETO DE GRADUAÇÃO
REFORMULAÇÃO DO MERCADO PÚBLICO DE MESSEJANA

Orientador:

Joaquim Aristides de Oliveira

Aluno:

Francisco José Costa Dantas

Fortaleza, julho/95

S U M Á R I O

pág.

Apresentação

1. Escolha do tema	01
2. Aspectos gerais sobre mercados públicos	02-07
2.1. Definição	02
2.2. Localização dos mercados	02
2.3. Sistema de abastecimento	02-03
2.4. Tipos de mercados quanto ao aspecto construtivo	03-04
2.5. Programa básico de um mercado público	04
2.6. Áreas de comercialização	04-05
2.7. Áreas auxiliares	05-07
2.7.1. Administração	05
2.7.2. Depósitos e frigoríficos	05-06
2.7.3. Circulações	06
2.7.4. Estacionamento	06
2.7.5. Sanitários	06
2.7.6. Plataforma de carga e descarga	06-07
3. Diagnóstico do atual mercado público de Messejana	07-09
3.1. Área de localização	07-08
3.2. Implantação do atual mercado	08
3.3. Aspectos construtivos do mercado	08-09
4. Objetivos do projeto de reformulação	09
5. Compreensão do projeto	10-11
5.1. Implantação	10
5.2. Organização espacial do edifício	10-11
5.3. Aspectos construtivos	11
6. Programa	12
6.1. Definição	12

Conclusão

Bibliografia

Anexos

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho, a nível de pesquisa acadêmica, tem o objetivo básico de servir como complemento do Projeto de Graduação, fornecendo dados imprescindíveis para a compreensão do referido projeto.

Em linguagem direta e concisa, os textos buscam oferecer um panorama da situação e problemática atual do Mercado Público de Messejana, identificando os aspectos gerais (físicos) que carecem de reformulação.

Abordam-se aqui as questões relativas à escolha do tema para o projeto, diagnóstico do atual mercado, objetivos e intenção do projeto, programa de necessidades, entre outros. Os textos são reforçados e ilustrados por anexos, que dão uma primeira visão das condições atuais do mercado, bem como as modificações propostas pelo Projeto aqui exposto.

1. ESCOLHA DO TEMA

A escolha do tema a ser defendido no Projeto de Graduação (mercado público), deve-se principalmente ao fato de enquadrar-se como uma obra que viria suprir uma necessidade concreta dentro de uma determinada área, bairro ou comunidade do Município de Fortaleza, circunstância esta que demonstra a necessidade da Arquitetura no cotidiano.

A princípio, a intenção era implantar um mercado numa área reconhecidamente carente, como o bairro da Água Fria (onde não há um mercado público), mais precisamente nas proximidades das "seis bocas", entre as avenidas Washington Soares e Oliveira Paiva.

Esta micro-região é hoje um centro comercial emergente, inserida em área residencial de classe média. Trata-se de um bairro em franca expansão, onde a construção de novas casas aumenta a cada ano.

A mudança de projeto de um novo mercado para a reformulação do mercado público de Messejana surgiu, primeiramente, a partir da observação do estado de conservação daquele mercado, dos problemas de ordem construtiva e funcional e da complexidade existente, hoje, nas suas instalações, cujos problemas referentes ao aspecto físico serão tratados a diante, neste trabalho.

A idéia de resolver os problemas existentes, de reformular, propor um novo espaço edificado para esse mercado, prevaleceu sobre a intenção anterior, que era a implantação de um mercado no bairro da Água Fria.

2. ASPECTOS GERAIS SOBRE MERCADOS PÚBLICOS

2.1. Definição

Os mercados públicos são instituições mantidas pelo poder municipal, caracterizadas pela venda de produtos de primeira necessidade, principalmente gêneros alimentícios, produtos de uso doméstico e artigos regionais - como artesanato - comercializados através de bancas ou "boxes" distribuídos pelo mercado, voltados para acessos que apresentam mínimas condições de trânsito para o consumidor.

2.2. Localização dos mercados

Os mercados públicos devem situar-se dentro do município, em locais onde haja facilidade de acesso para os usuários. Portanto, qualquer que seja a localização de um mercado, é necessário estar atento para os problemas de trânsito e estacionamento. O bom funcionamento de um mercado exige a delimitação de áreas específicas para carregamento e descarregamento, onde veículos de grande porte muitas vezes ocupam o espaço destinado a fornecedores e consumidores.

2.3. Sistema de abastecimento

O abastecimento de alimentos costuma apresentar dimensões locais e regionais, o que está diretamente relacionado com os sistemas de transporte e uso do solo, e compreende as seguintes operações:

- produção
- preparo
- transporte
- armazenamento
- distribuição

A distribuição dos alimentos pode ser realizada no atacado e no varejo, usando-se, em cada caso, os equipamentos peculiares.

A venda por atacado pode ser feita através das centrais

de abastecimento como os CEASAs, as cooperativas de abastecimento, os armazéns e depósitos e os matadouros.

No varejo, a venda é feita em pequenas quantidades, diretamente ao consumidor; para tanto destinam-se os mercados e feiras-livres, sendo o mercado, em geral, lugar típico de venda a varejo, podendo, em determinadas condições, abrigar operações por atacado. Nesse caso, deverá o mercado contar com galpões bem mais amplos.

A feira, também tipicamente destinada à venda no varejo, é um equipamento transitório e efêmero, destinando-se à venda de hortifrutigranjeiros produzidos em uma determinada microrregião. Pode, nalguns casos, permanecer instalada por períodos longos, comercializar os mais diversos produtos, com raio de influência que atinja muitas cidades. Podemos citar como exemplo a feira de Caruaru, em Pernambuco.

2.4. Tipos de mercados quanto ao aspecto construtivo

Quanto ao tipo de construção, os mercados públicos podem apresentar diferentes soluções no que concerne ao partido arquitetônico. As áreas edificadas estão diretamente relacionadas com a área do terreno e o programa a ser cumprido.

As soluções de projeto mais conhecidas são as de mercado aberto e mercado fechado.

Apresentamos aqui algumas diferenciações relacionadas ao partido arquitetônico adotado para os dois tipos de mercado.

Mercados abertos:

- aumentam as dificuldades no controle dos aspectos de higiene e segurança, devido ao aumento do número de boxes;
- sua administração é considerada também mais difícil;
- este partido permite combinações de uso múltiplo; os galpões abertos permitem a realização de outros tipos de atividades, como reuniões e festas;
- geralmente este tipo de mercado combina muito bem com a feira-livre.

Mercados fechados:

- geralmente se constitui o partido mais adotado, por apresentar mais conforto ao usuário, oferecendo melhores condições de limpeza, segurança, administração e economia;
- esta solução arquitetônica pode ser executada em etapas.

2.5. Programa básico de um mercado público

Nos mercados públicos, basicamente aqueles em que predomina o comércio varejista, suas áreas estão definidas da seguinte forma:

Áreas de comercialização:

- bancas ou boxes
- lojas de artigos regionais

Áreas auxiliares:

- depósitos
- câmaras frigoríficas
- circulações
- administração
- sanitários
- estacionamento

2.6. Áreas de comercialização

Os boxes ou bancas são os elementos construtivos mais comuns para a comercialização nos mercados. Suas dimensões podem ser determinadas de acordo com o tipo e o volume dos produtos. Os fatores que mais determinam e influenciam o projeto de um box são:

- fragilidade dos hortifrutigranjeiros, pois este tipo de produto deteriora com facilidade; portanto, é importante que os boxes fiquem localizados em ambientes bem arejados, para melhor conservação dos alimentos.

- os boxes devem conter estoques para a venda imediata dos produtos.
- o arranjo mal feito (a arrumação, disposição estética) dos produtos prejudica tanto a conservação como a venda.
- os boxes devem estar voltados para acessos que apresentem condições satisfatórias de trânsito para as pessoas.

2.7. Áreas auxiliares

As áreas auxiliares de um mercado público dependem, na maioria das vezes, de suas proporções e da forma de funcionamento, assim como da natureza dos produtos comercializados.

Diferentemente de um supermercado, o mercado público é um espaço onde acontecem as relações de troca e contato de uma comunidade. Podem existir, portanto, outras atividades, além daquelas específicas de um mercado. Neste sentido, o mercado pode abrigar atividades voltadas para o âmbito social. Daí a necessidade de ambientes onde sejam possíveis a promoção de palestras, cursos, reuniões.

As áreas definidas como auxiliares, mais comumente identificadas no mercado público são:

2.7.1. Administração

Este ambiente deve se localizar em um ponto do mercado facilmente identificável pelo consumidor, e que, ao mesmo tempo, proporcione ao administrador uma ampla visão de tudo o que acontece no mercado.

2.7.2. Depósitos e frigoríficos

As dimensões vão depender do produto a ser guardado. Os depósitos surgem em consequência de vários fatores, tais como o tipo de mercadoria, a quantidade, a origem etc. Produtos como carnes e peixes exigem frigoríficos que devem ser dotados de antecâmaras.

Quando a quantidade de carnes e peixes for pequena, as câmaras frigoríficas podem ser substituídas por **freezers** individuais.

2.7.3. Circulações

As circulações dependerão do tipo de mercado, da disposição dos boxes pelo saguão e do partido arquitetônico adotado. As circulações, tanto de público quanto de serviço, devem ser bem estudadas e definidas, de forma a não permitir o conflito das atividades. Devem ser dispostas observando a economia dos espaços, dando ao consumidor uma perfeita visão de boxes e produtos, com dimensões que facilitem a locomoção do consumidor e comodidade para realizar suas compras.

2.7.4. Estacionamento

São basicamente dois: o público e o destinado aos serviços de carga e descarga. Devem estar situados próximos às entradas e saídas do mercado, e convém que se liguem ao sistema viário local, sem perturbar o trânsito normal.

O conflito entre estacionamento destinado aos fregueses e estacionamento destinado aos veículos de carga e descarga podem trazer sérios prejuízos para o funcionamento do mercado.

2.7.5. Sanitários

Os sanitários destinados ao público devem ser de fácil acesso, portanto, localizados próximos às circulações principais. Convém que sejam discretos e de fácil identificação, dispostos de maneira tal que não interfiram no fluxo de pessoas que fazem compras.

2.7.6. Plataforma de carga e descarga

Muito importantes para o mercado, destinam-se aos serviços de carregamento e descarregamento de mercadorias. Esta plataforma deve estar a 1,10 m do chão, para facilitar as ope-

rações. Existem basicamente duas soluções possíveis: elevar o edifício ou rebaixar os acessos dos veículos pesados.

A escolha de uma das soluções dependerá das condições de topografia do terreno e da disposição e construção do mercado no referido terreno.

3. DIAGNÓSTICO DO ATUAL MERCADO PÚBLICO DE MESSEJANA

O atual mercado público de Messejana, de caráter predominantemente varejista - trata-se de mercado de pequeno porte -, tem número bastante limitado de boxes, distribuídos ao longo de duas circulações internas, sendo uma coberta e outra semi-aberta. Integra-se com um conjunto de lojas bastante antigas, que abrigam outras atividades comerciais, diferentes das específicas de mercado público (lanchonetes, farmácias, mercearias, e, em número maior, lojas de artesanato e outros artigos regionais).

Trata-se, portanto, de um centro comercial bastante diversificado, ou seja, a associação física de mercado público com unidades comerciais independentes.

3.1. Área de localização

O atual mercado localiza-se no centro comercial de Messejana, nas proximidades da lagoa homônima.

A quadra na qual está inserido é delimitada por ruas secundárias de sentido duplo e de trânsito lento. São elas:

- Ao norte, limita-se o mercado com a rua Joaquim Felício;
- Ao sul, com a rua Dr. Pergentino Maia;
- Ao leste, com a rua Cel. Guilherme Alencar;
- Ao oeste, com a rua Cel. Francisco Pereira.

O mercado está bem próximo, ainda, a vias de trânsito rápido, como Av. Frei Cirilo (antiga BR116) e av. Presidente Costa e Silva, o

que permite um deslocamento rápido para o mercado e a feira-livre localizada na praça, nos finais de semana (Ver croquis de localização, Anexo 1).

3.2. Implantação do atual mercado

Encontra-se implantado este mercado numa quadra com área total de 11.136,0 m², dividindo este mesmo espaço com uma escola pública, um posto policial, um edifício público federal, uma caixa d'água, uma pequena praça bastante arborizada e diversas barracas de madeira, distribuídas no entorno do prédio do mercado (Ver Anexo 2).

A pequena praça, situada no lado poente do mercado, encontra-se em péssimo estado de conservação, não oferecendo nenhum conforto a quem por ali transita. Não possui bancos de assento, e sua pavimentação está muito danificada. Além disso, a praça está quase completamente tomada por barracas de venda de lanches, sem falar na feira-livre que a briga, nos fins-de-semana.

O mercado também não apresenta estacionamento confortável para o consumidor ou para os veículos de carga.

3.3. Aspectos construtivos do mercado

O prédio do mercado encontra-se em péssimo estado de conservação. No que se refere à estrutura física e às instalações em geral, não oferece o mínimo conforto ao usuário.

Constituído pelos boxes internos e pelas unidades comerciais independentes, o mercado tem, assim, "dois horários de funcionamento intercalados", pois enquanto seus boxes internos estão funcionando, algumas lojas já fecharam ou ainda não abriram e vice-versa.

Os boxes destinados ao comércio de hortifrutigranjeiros situam-se do lado nascente do mercado e as lojas estão, em sua maioria, voltadas para o lado poente (Ver planta baixa, Anexo 3).

A cobertura que abriga os boxes é solucionada através de treliças de madeira, com cobertura em telha de amianto, o que torna o ambiente muito pouco confortável, em termo de temperatura.

As unidades comerciais voltadas para o exterior do mercado possuem cobertura bastante antiga, isto é, o material empregado ainda é carnaúba, associada com a telha de cerâmica vermelha. Esses detalhes serão apresentados na explanação do trabalho de graduação, através de fotos.

O prédio possui sanitários masculino e feminino, mas não oferecem nenhum conforto ao usuário; são mal conservados, sujos e mal localizados (ficam situados nas áreas externas no mercado). Quem deseja fazer uso dos sanitários precisa sair da área coberta do mercado, expondo-se ao sol e à chuva (Ver Anexo 3).

4. OBJETIVOS DO PROJETO DE REFORMULAÇÃO

O Projeto de Graduação apresenta-se com a proposta de um novo espaço físico em substituição ao antigo mercado, buscando solucionar os problemas existentes, já mencionados. Neste sentido, as decisões de ordem projetual foram tomadas com a intenção de conseguir mais conforto, funcionalidade, segurança e higiene, tanto para o cliente como para as pessoas que ali trabalham.

As decisões tomadas foram, entre outras: a retirada da escola, do reservatório, do posto policial, das barracas, preservação da praça juntamente com a vegetação etc. Estas providências foram necessárias para a composição de um espaço que atraísse a população do bairro.

Pretende a proposta, ainda, criar espaços inexistentes ou mal definidos no atual mercado, como o estacionamento específico para clientes, estacionamento para carga e descarga, vestiário e sanitários para o funcionário e espaço mais adequado para a realização da feira nos finais de semana.

5. COMPREENSÃO DO PROJETO

5.1. Implantação

Implantado em uma área com 11.136,0 m², o projeto do mercado tem a frente principal voltada para o sul, onde está localizado o estacionamento destinado ao público.

O prédio do mercado, localizado no centro da quadra, integra-se harmoniosamente com a praça, não havendo, portanto, diferenciação de pavimentação entre passeio e praça. O desenho do Anexo 4 dá uma visão clara da implantação deste projeto.

5.2. Organização espacial do edifício

Os espaços físicos foram pensados de modo a permitir a integração das diversas unidades comerciais que compõem o mercado. Neste sentido, a solução cria circulações e acessos que permitem a fácil comunicação entre as distintas partes do mercado, ou seja, os boxes pertencentes ao saguão principal se integram de forma harmônica com os boxes destinados à venda de lanches, e estes, por sua vez, se integram com as lojas cujas frentes estão voltadas para o estacionamento.

A solução foi pensada, também, no sentido de assegurar uma independência entre o horário de funcionamento do mercado e o das demais unidades comerciais. As lojas voltadas para o exterior possuem entradas independentes. Quanto aos boxes destinados à venda de lanches, localizam-se em um vão semi-aberto, permitindo assim o mesmo tratamento.

Os sanitários destinados ao público situam-se em uma posição intermediária, ou seja, entre o pavilhão dos hortifrutigranjeiros e os boxes de lanches, permitindo fácil acesso a estas duas partes do mercado.

As áreas destinadas aos serviços internos, como: plataforma de carga e descarga, depósitos, circulações de serviços, sanitários e vestiários, foram localizadas numa posição que não conflita com o restante do

mercado. A plataforma de carga e descarga foi melhor localizada e solucionada, graças à topografia do terreno, que possui leve inclinação na direção norte-sul (Ver Anexo 5).

As lanchonetes, voltadas para o lado poente, integram-se de forma harmônica com a pequena praça, isto é, a pavimentação se estende da praça até a alvenaria das lanchonetes, unindo lazer e alimentação.

A questão do conforto térmico destas lanchonetes é atenuada pela estrutura em balanço e pela proximidade com a vegetação existente na praça, o que permite certa proteção contra o calor excessivo à tarde.

A entrada principal para os hortifrutigranjeiros, voltada para o sul, permite, por sua ampla abertura, a penetração, tanto de luz natural, como de ventilação para o interior do pavilhão. A planta baixa desenhada no Anexo 6 fornece uma visão da organização espacial do mercado.

5.3. Aspectos construtivos

A estrutura de cobertura do mercado foi solucionada de duas formas distintas, sendo uma convencional e a outra através de estrutura espacial em alumínio, destinada aos vãos maiores, onde estão localizados os boxes. Estas estruturas são sustentadas por apoios simples, sem ramificações. Quanto às lojas e demais áreas, a estrutura aplicada foi a convencional, isto é, o sistema constituído de lajes, vigas e pilares.

6. PROGRAMA

6.1. Definição

No que se refere às lojas e boxes, a quantidade determinada pelo programa se deu com base no levantamento de todos os pontos de comércio existentes na quadra do atual mercado.

Para as barracas foram destinados boxes que se integram ao prédio do mercado, liberando-se assim os espaços físicos hoje ocupado por elas. O programa determinou, também, espaços essenciais a um mercado público, tais como: vestiários para funcionários, depósitos e áreas de carga e descarga, hoje inexistentes no atual mercado.

O programa de necessidades foi definido da seguinte forma:

1. lojas
2. lanchonetes
3. administração
4. circulação
5. boxes horta e fruta
6. boxes p/ carnes
7. boxes p/ venda de lanches
8. box para prestação de serviços
9. sala de reuniões
10. sala de apoio reuniões
11. depósito para carnes
12. circulação serviço
13. depósito de materiais de limpeza
14. controle entrada serviço
15. sanitários e vestiários funcionários
16. sanitários público
17. plataforma carga e descarga
18. rampa de acesso

Para melhor compreensão do programa, ver o desenho do Anexo 6.

CONCLUSÃO

Encerro aqui este breve trabalho, na certeza de haver contribuído para o esclarecimento do projeto, razão por que foi escrito.

Procurei, na medida do possível, ser prático e objetivo na elaboração dos textos, tendo o cuidado de expor tão somente as questões de maior relevância para a compreensão do tema.

Com esperança e entusiasmo, acredito ter atingido os objetivos desejados, agradecendo a contribuição do orientador e de mais professores a quem recorri para dirimir dúvidas e cujas valiosas sugestões acatei, enriquecendo este Projeto de Graduação.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. CENTRO DE PESQUISAS URBANAS DO IBAM - O que é preciso saber sobre mercados e feiras livres, Rio de Janeiro, 1982.
2. SECRETARIA DE SERVIÇOS PÚBLICOS - Regulamento de mercados municipais e particulares de Fortaleza, Decreto nº 344 de 10 de abril de 1970.
3. NAZIR, A. Abdo. Estruturas de Alumínio, São Paulo, 1983.
4. NEUFERT; Ernst. Arte de projetar em arquitetura, 7ª edição, 1981.
5. REVISTA ACRÔPOLE. Exemplares nºs 365, 258 e 387.
6. IBGE, Unidades espaciais de Fortaleza. Dados estatísticos da população, sede do bairro de Messejana, Fortaleza, 1990.

ANS
PLA

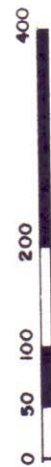
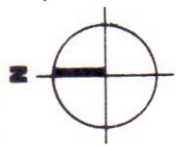
A N E X O S

1988-89



ANEXO I

PLANTA DE LOCALIZAÇÃO

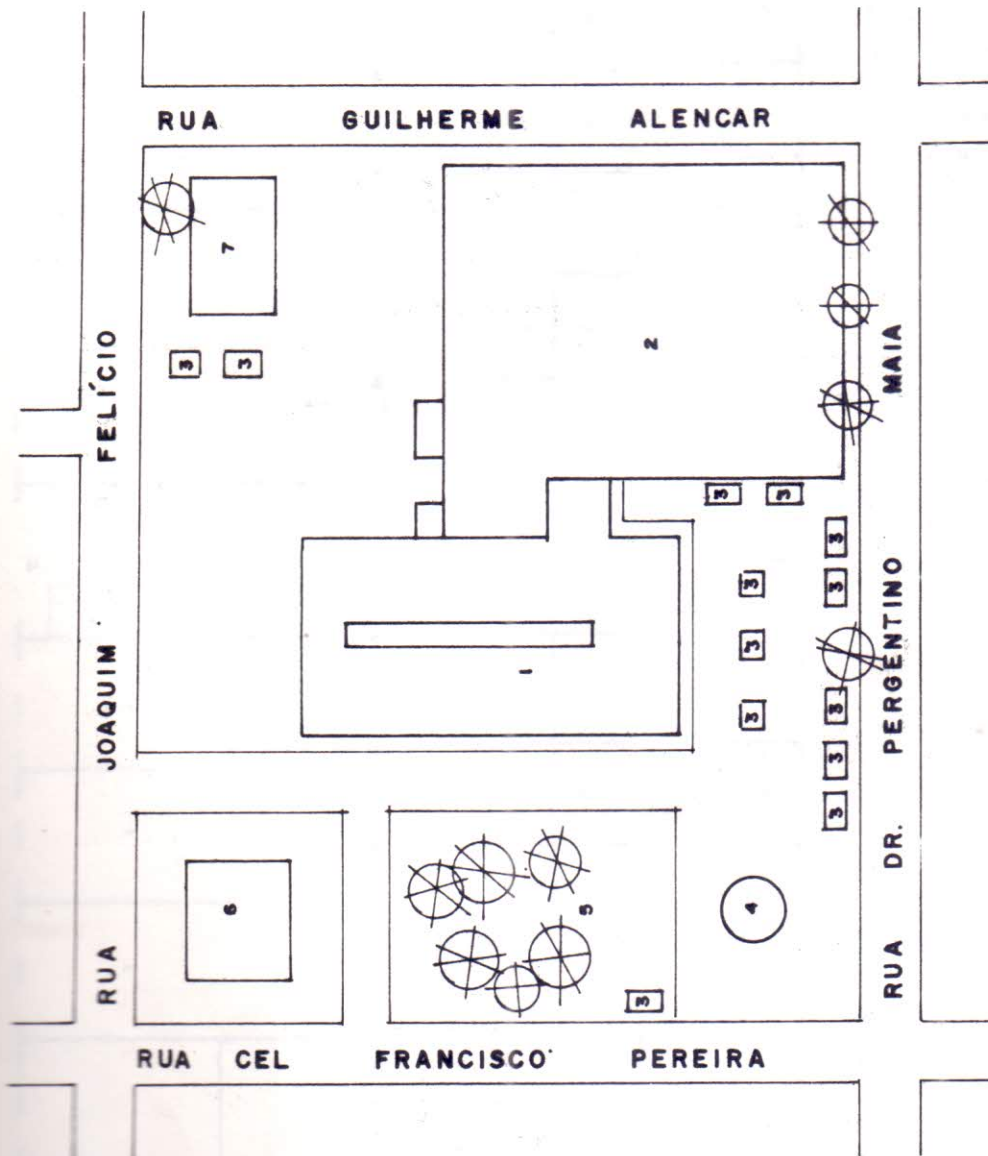


ANEXO 2

IMPLANTAÇÃO DO ATUAL MERCADO



- 1 MERCADO
- 2 ESCOLA PÚBLICA
- 3 BARRACAS
- 4 CAIXA D'ÁGUA
- 5 PRAÇA
- 6 PRÉDIO DOS CORREIOS
- 7 POSTO POLICIAL



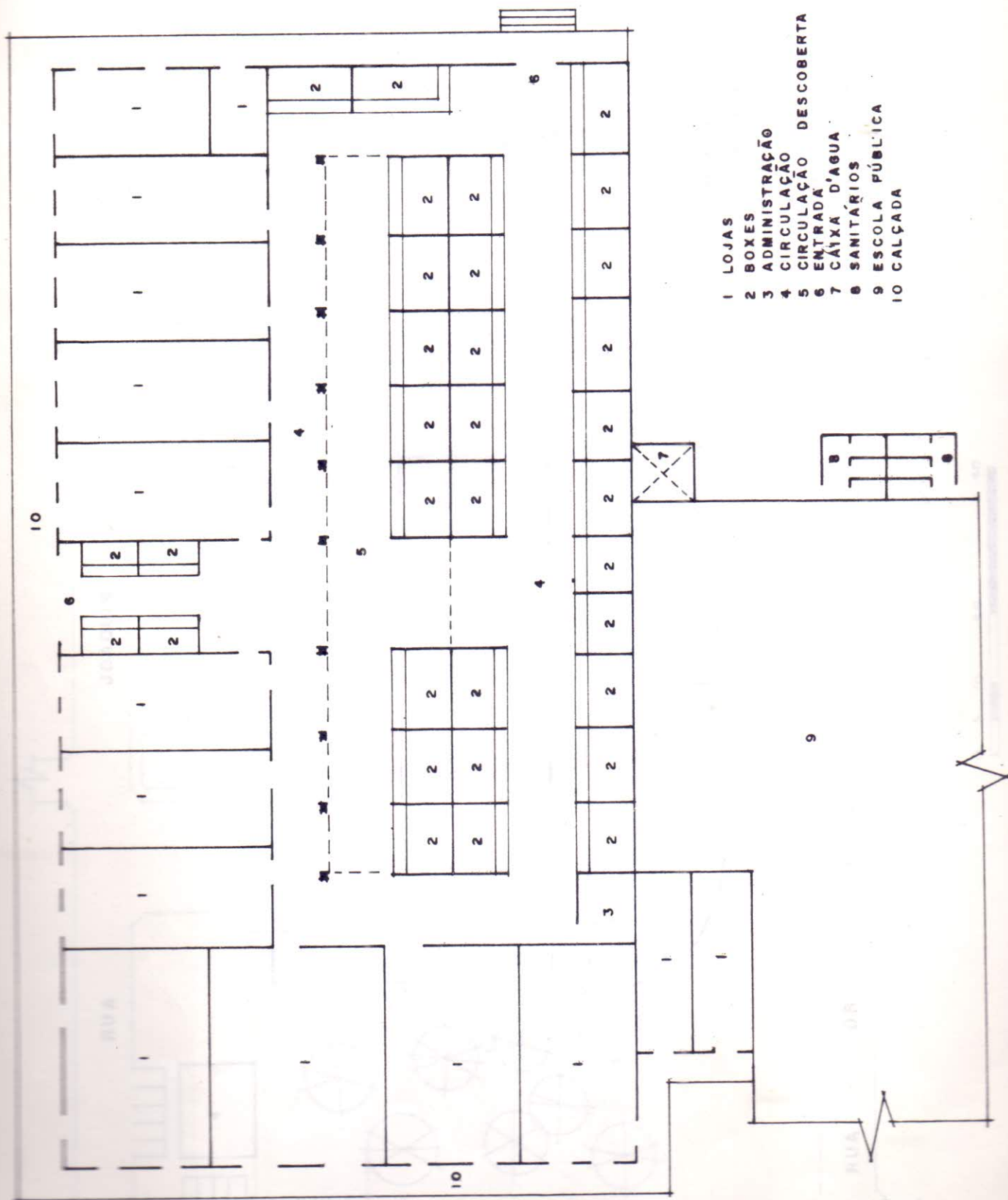
0 5 10 20 40
ESC. 1/1000

ANEXO 3

PLANTA BAIXA - SITUAÇÃO ATUAL

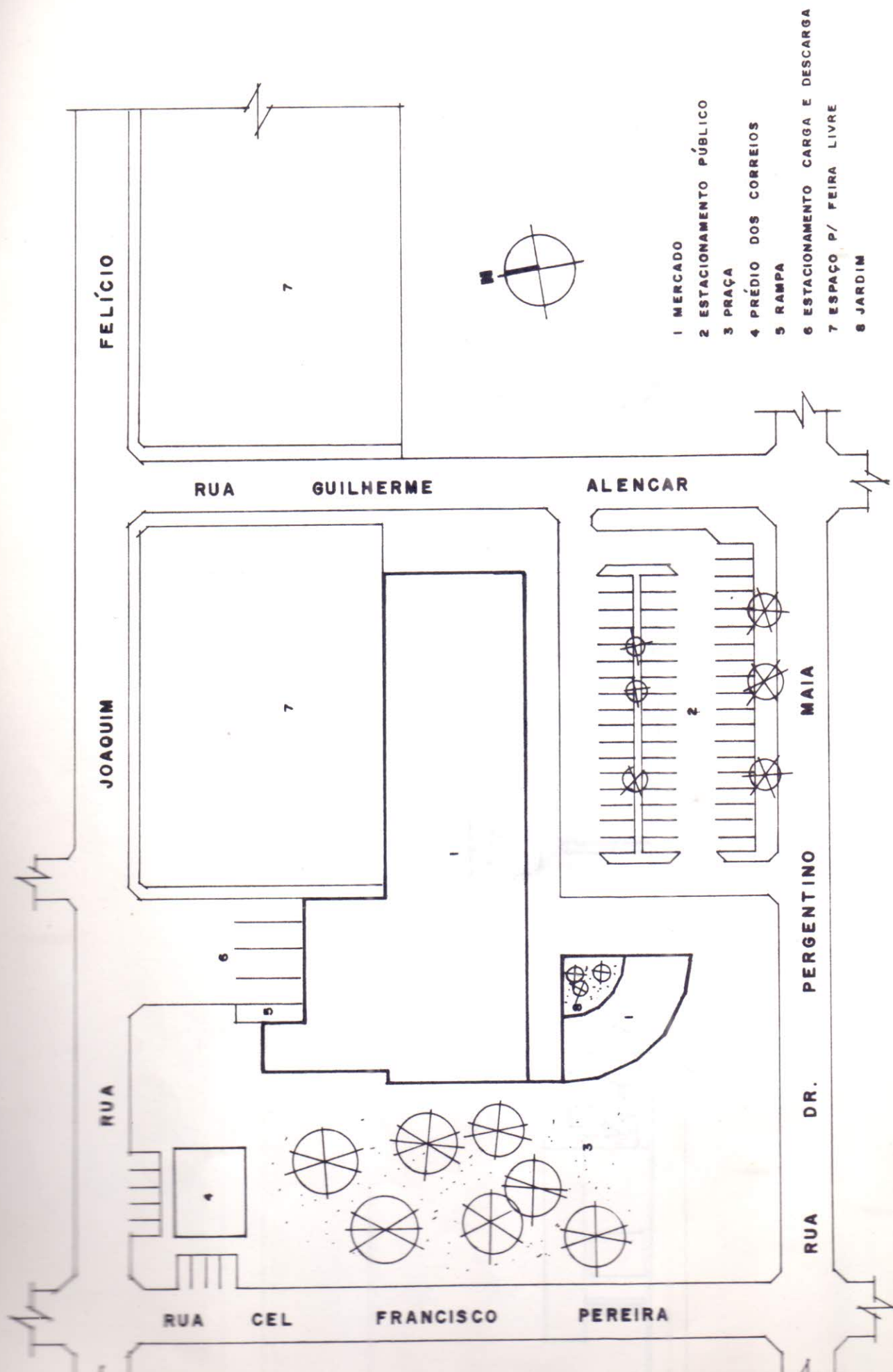


0 1 2 4 8
ESC. 1/250



RUA CEL FRANCISCO PEREIRA

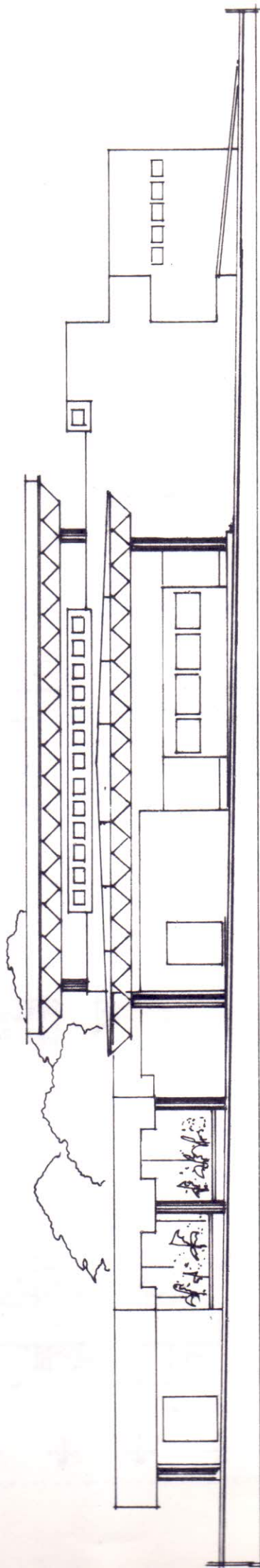
ANEXO 4 IMPLANTAÇÃO DO PROJETO



- 1 MERCADO
- 2 ESTACIONAMENTO PÚBLICO
- 3 PRAÇA
- 4 PRÉDIO DOS CORREIOS
- 5 RAMPA
- 6 ESTACIONAMENTO CARGA E DESCARGA
- 7 ESPAÇO P/ FEIRA LIVRE
- 8 JARDIM

ANEXO 5

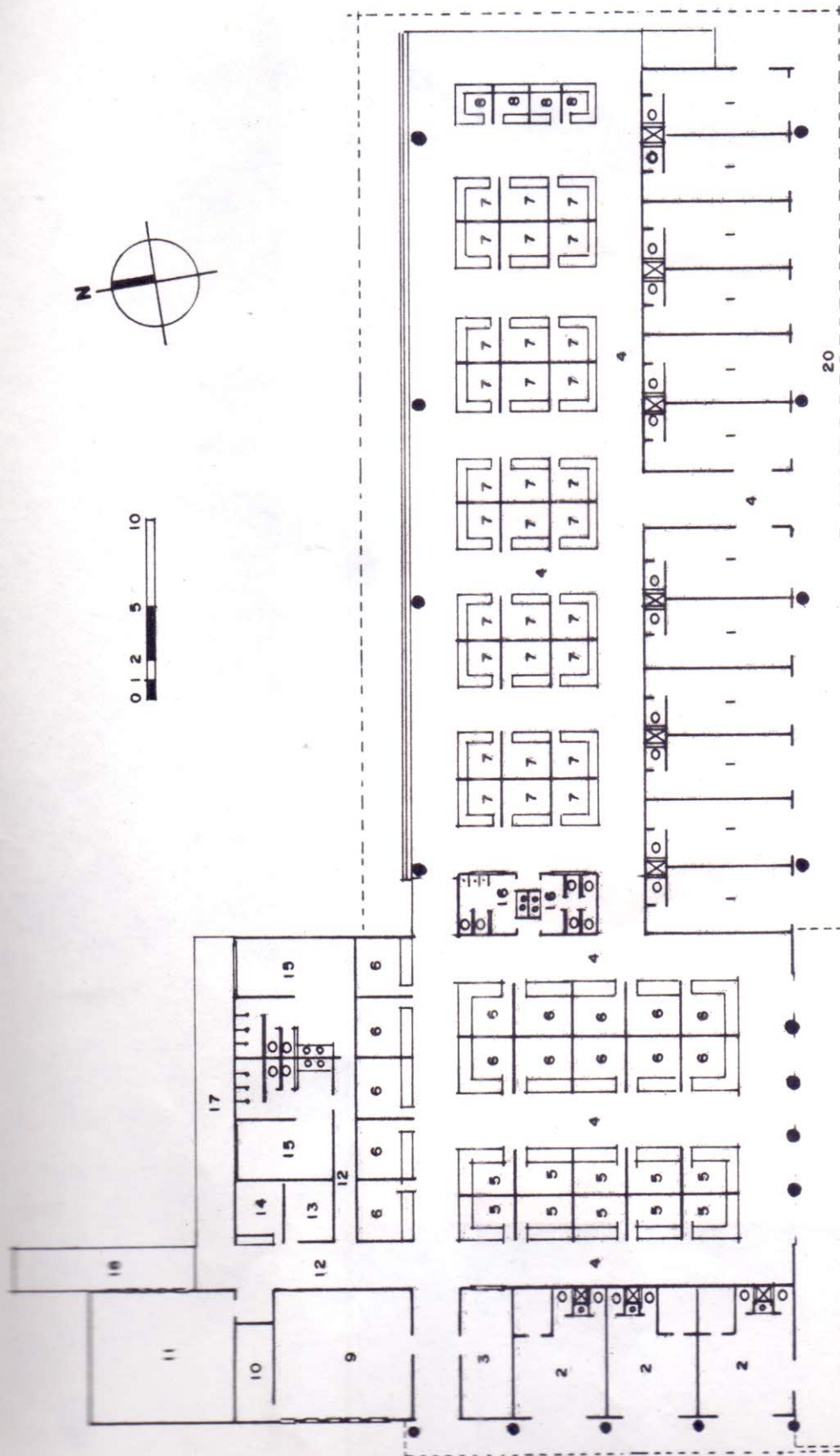
VISTA LESTE DO PROJETO



0 1 2 5 10
ESCALA: 1/250

ANEXO 6

PLANTA BAIXA DO PROJETO



- | | |
|---------------------|-------------------------------------|
| 1 LOJAS | 11 DEPÓSITO CARNES |
| 2 LANCHONETE | 12 CIRCULAÇÃO SERVIÇO |
| 3 ADMINISTRAÇÃO | 13 DEPÓSITO LIMPEZA |
| 4 CIRCULAÇÃO | 14 CONTROLE ENTRADA DE SERVIÇO |
| 5 BOX MORTA E FRUTA | 15 SANITÁRIO VESTIÁRIO FUNCIONÁRIOS |
| 6 BOX CARNES | 16 SANITÁRIO PÚBLICO |
| 7 BOX LANCHES | 17 PLATAFORMA CARGA E DESCARGA |
| 8 BOX SERVIÇOS | 18 RAMPA DE ACESSO |
| 9 SALA REUNIÕES | 19 JARDIM |
| 10 SALA APOIO | 20 CALÇADA |

