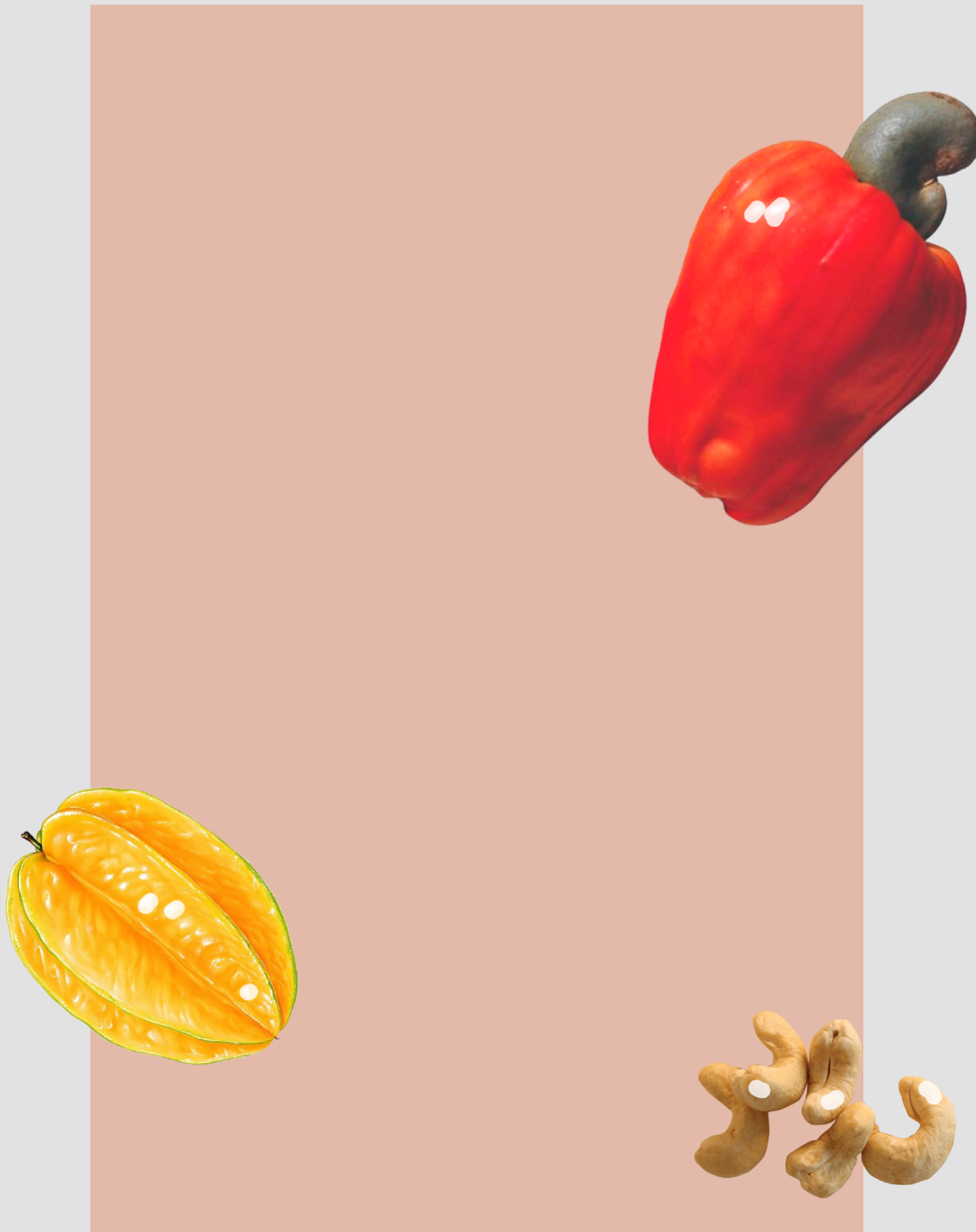


mercado-praça

a releitura entre o
comércio e o espaço como
resgate ao convívio social



isabela hissa pinto

Isabela Hissa Pinto

Orientador: Bruno Melo Braga
Curso de Arquitetura e Urbanismo
Universidade Federal do Ceará

mercado-praça

a releitura entre o comércio e o espaço
como resgate ao convívio social



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

P728m

Pinto, Isabela Hissa.
Mercado-Praça : a releitura entre o comércio e o espaço como resgate ao convívio social.
/Isabela Hissa Pinto. – 2019.
99 f. : il. color.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de
Tecnologia, Curso de Arquitetura e Urbanismo, Fortaleza, 2019.
Orientação: Prof. Me. Bruno Melo Braga.
1. Mercado. 2. Fluxos. 3. Uso misto. 4. Comércio. 5. Mercado dos Pinhões. I. Título.

CDD 720

mercado-praça

a releitura entre o comércio e o espaço
como resgate ao convívio social

Banca examinadora

Professor orientador:
Bruno Melo Braga

Professor convidado:
Renan Cid Varela Leite

Arquiteto convidado:
Igor Lima Ribeiro

Junho 2019

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus por sempre olhar meu caminho, por prover minha vida de alegrias e oportunidades mágicas e por todo o seu amor;

Ao meu pai Flávio por apoiar meus sonhos, por não me deixar desistir ou desacreditar e pela sua fé inabalável até mesmo quando me faltava;

À minha mãe Adriana por cuidar de mim nesse logo e difícil processo, por segurar as pontas enquanto eu precisava me concentrar e pelo orgulho inato que ela sempre expressou;

Ao Bruno, meu orientador, por sempre me acolher tão bem, me deixar mais tranquila por mais que eu achasse que eu estava atrasada e pelo real interesse e paciência no meu projeto;

À minha irmã Beatriz exalava vida no meu dia a dia com conversas empolgadas até mesmo sem perceber;

Ao meu irmão Tiago que com sua inocência e carinho infindável me transcendia de amor;

Ao meu namorado Felipe que tornava leve minha rotina, que escapava comigo as vezes para refrescar o cérebro e me inspirar;

Obrigada Maria por está sempre me deixando tapiocas antes de sair e por toda a paciência diária;

À minha turma de Arquigatos pelos anos de muito risos, memes, (tentativas de) viradas de noite, ansiedade compartilhada e pratinhos de creme de galinha com direito a charlote. Obrigada Carol, Raquel, Marco, Débora, Maiara, Bianca, Brenda, Vitória, Carol e especialmente Lívia nessa reta (quase nunca) final;

E por último, mas não menos importante, obrigada Frida pelo companheirismo, pelos roncos fofinhos que alegravam noites em claro, por estar sempre ao meu lado enquanto eu projetava, dormindo mal comigo e me seguindo até para beber água.

“Os alimentos têm uma capacidade inigualável
para comunicar a sensação única de lugar”
Anthony Bourdain

01
Introdução

02
Referencial teórico

03
O mercado e o espaço
público

04
Panorama e diagnóstico

05
Referências projetuais

06
O projeto

07
Bibliografia



Índice

Introdução



Feira de organicos no Mercado dos Pinhões
fonte: acervo pessoal

O mercado

Ao analisar a história das cidades, nota-se que, desde a antiguidade, o mercado se coloca como um equipamento bastante relacionado à configuração da malha urbana. Além de promover o ato da troca entre pessoas, o mercado apresenta-se como ponto de encontro, lazer, cultura e tradição, fomentando o convívio social de diversas classes. Este representa um ícone de resistência a globalização e padronização do comércio, ocorrência cada vez mais crescente com o advento do supermercado, persistindo na relação ampla e fácil entre o consumidor e o produtor local.

Ademais, historicamente, associado ao mercado, é comum que se desenvolva a praça como base de apoio e estímulo a urbanidade do entorno. Assim, essa mescla se mostra de extrema serventia ao observarmos a escassez de espaços públicos em Fortaleza.

Além disso, já podemos observar diversos mercados em Fortaleza, porém nem todos atingem seu potencial de utilização, é o caso do Mercado dos Pinhões. Este encontra-se no Centro, na Praça Visconde de Pelotas, onde, semanalmente, acontecem algumas feiras, mas que ainda dispõe de grande parte do tempo fechado. Assim, desenvolve-se a ideia de o readaptar e ressignificar, levando em consideração sua história, as vivências locais e os ideais contemporâneos de comércio e espaço público.

Justificativa

Em Fortaleza, a carência de áreas de lazer é evidente, logo a junção Mercado-Praça desenvolve-se para contrapor esta rígida malha urbana com poucos respiros. No bairro Centro já existe o Mercado São Sebastião, o Mercado Central e o Mercado dos Pinhões. O primeiro é caracterizado por ser um clássico mercado com venda de alimentos frescos, como frutas, carnes e temperos, e um corredor gastronômico. O segundo já mostra um viés cultural mais presente, com venda de utensílios típicos da tradição cearense

e desenvolve uma relação mais intrínseca com o turismo. O último, no entanto, não desenvolve uma atividade de mercado diária, mas sim feiras livres esporádicas e conta com o apoio do Mercado Cultural dos Pinhões. Ainda assim, este se encontra subutilizado, passando a maior parte do tempo fechado.

Dessa forma, decidiu-se trabalhar com o Mercado dos Pinhões e seu entorno imediato. Um sítio com história e potencialidades, mas que foi por um longo período negligenciado. Além disso, está em andamento um projeto de revitalização do bairro Praia de Iracema, adjacente ao Centro, especialmente na Rua dos Tabajaras e nos arredores da Avenida Monsenhor Tabosa. Como acréscimo a esse projeto e um elo entre bairros, o projeto se desenvolverá na revitalização da estrutura já existente e acréscimos a esta, com inclusão do terreno ao lado, além de trabalhar a ruas que o circundam, incentivando a caminhada a pé, forma de deslocamento no qual as pessoas mais estão sujeitas aos estímulos do ambiente, aproximando-as do meio urbano e criando, assim, vínculos entre o cidadão e a cidade, construindo aos moradores do bairro o sentimento de pertencimento.

Aparente movimento do mercado de forma dispersa, a requalificação do mercado criará uma rotina semanal, levando o entorno a ter vida diariamente. O projeto também prevê usos variados para dinamizar os horários de fluxo. Seu uso seria majoritariamente local, porém com capacidade de comportar visitantes sazonais em dias de maior fluxo, como fins de semana e a alta estação do turismo.

Objetivos

Gerais: O presente trabalho tem como propósito elaborar um projeto de requalificação do Mercado dos Pinhões, utilizando-se, também, do terreno ao lado. Busca-se uma natureza contemporânea de projeto, que este se integre com fluidez ao entorno estudado, respeite a tradição e arquitetura existente local, exerça um comércio saudável, seja democrático, acessível,

sustentável e potencialize a convivência dos moradores dos quarteirões adjacentes.

Específicos:

Realizar breve apanhado histórico do arquétipo “Mercado” e sua relação com a cidade, abordando, também, a história do Mercado dos Pinhões;

Explorar sobre o espaço público do mercado no mundo contemporâneo;

Estudar a dinâmica da região escolhida, assim como suas potencialidades;

Pesquisar referências projetuais e identificar padrões em suas atuações com o entorno e programas de necessidades;

Elaborar premissas e diretrizes para a execução do projeto;

Desenvolver programa de necessidades condizente com a realidade atual e local.

Ref. Teórico



Um Bazaar no Cairo, El Khan Khalil, Cairo, John Frederick Lewis, 1872.
<https://pbs.twimg.com/media/DUjSGRpW0AAscNo.jpg:large>

O comércio através da história

No período neolítico, o homem começou a cultivar plantas e criar animais. Com o passar do tempo, seu conhecimento foi se diversificando e aprofundando, começando assim a surgir os excedentes dessa produção. Não muito tempo depois a moeda de troca foi concebida, nascendo o comércio, mesmo que ainda primitivo.

Com o aperfeiçoamento dos transportes aquáticos e as melhorias nas estradas entre vilas foi que o crescimento das cidades começou a acontecer. Essa maior facilidade de transporte de produtos fez nascer a instituição chamada mercado.

De primeira, o mercado acontece de forma temporária, como as feiras que existem hoje, mas, com o crescimento populacional veio o aumento de excedentes e a maior de possibilidades de trocas. Dessa forma, o comércio varejista se estabelece em um local fixo e diário.

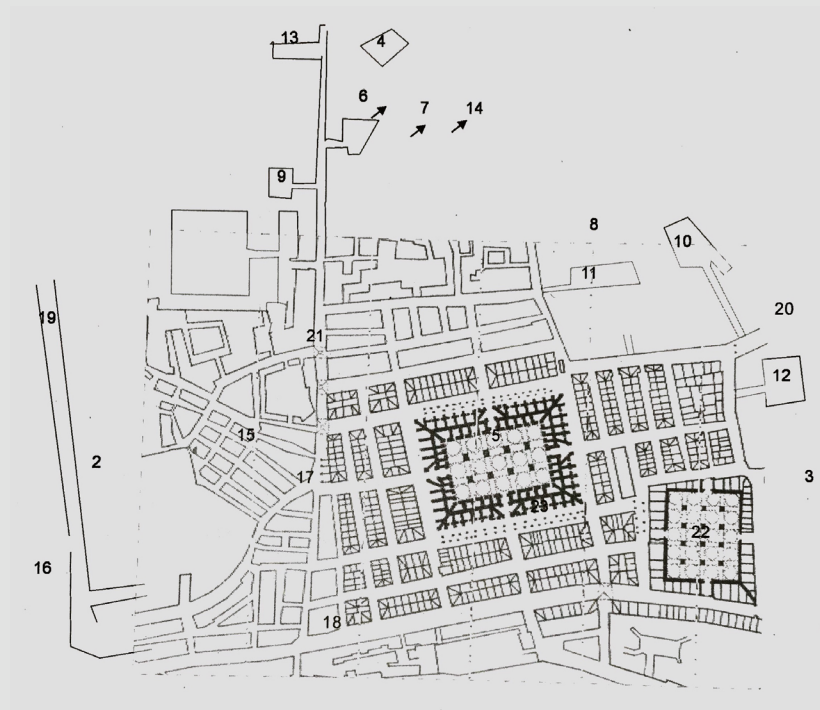
Ao redor do mundo a atividade mercantil começou a evoluir de maneira mais expressiva. Uma das formas primárias de mercado surgiu no Oriente Médio, pois este se encontrava em região propícia entre dois continentes. Assim, Meca e Medina desenvolveram-se em importantes centros comerciais.

O bazaar, tipologia anterior ao mercado, progride com a ebulição econômica na região. Oliveira Júnior (2006:22) explana que:

“No islamismo, apesar da tolerância às diferenças sociais, negócios e moralidade estão intrinsecamente relacionados, norteando as relações estabelecidas no espaço do bazar. Neste ambiente de confiança e respeito, as diferenças sociais se harmonizam e as conversas e opiniões merecem a mesma importância que as mercadorias ali negociadas.”

Este, com seu caos, ruas estreitas e alto fluxo e de pessoas, expunha, em suas características, uma atmosfera sensorial, com cores de diversos condimentos

e vestuários; sons dos mercadores em anúncio de suas vendas, discussões de pechinchas com clientes e burburinho dos passantes; e odores de diversos alimentos ali encontrados. As lojas se apresentavam apinhadas com produtos excessivamente expostos em sua fachada de cerca de dois metros.

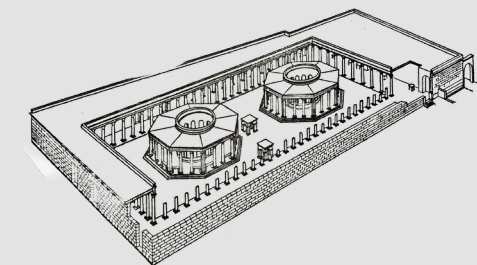


Planta do Grande Bazaar, Kapalı Carsi, Istanbul.
Fonte: Vargas, 2001.

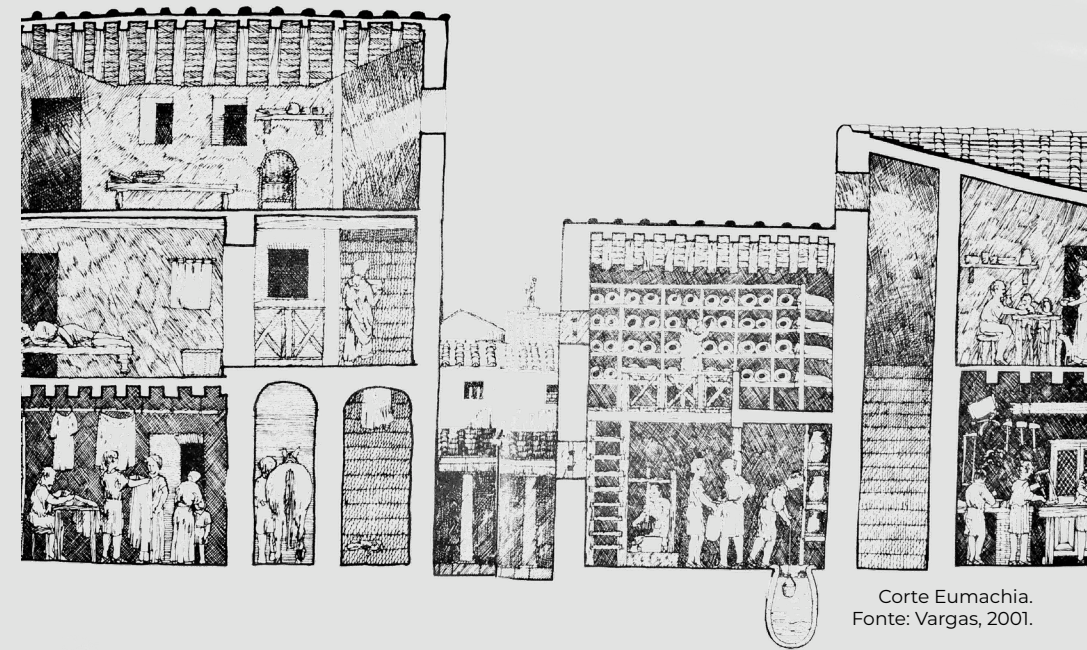
Na Grécia antiga, a ágora não existia apenas para a realização de trocas comerciais, mas também como local de troca de ideias, discursos e debate cívicos. Havia ali um enorme fluxo de pessoas. Sua forma em U era comunicativa com o entorno, tornando-se convidativa ao passante. As atividades lá desenvolvidas perduraram por séculos interligadas. No entanto, Munford (1988:167) ressalta que:

“somente depois que o automatismo e a impessoalidade do supermercado foram introduzidos nos Estados Unidos, na metade do século XX, as funções do mercado como centro de transações pessoais e entretenimento social foram inteiramente perdidas”.

Já no Império Romano, a importância social do espaço de trocas continua crescente. Com o surgimento do Forum, usos adicionais foram estabelecidos. O fórum de Trajano continha, além do espaço para comércio e lojas, uma basílica e diversos outros edifícios acoplados que participavam desta intensa vida pública. A Eumachia, uma espécie de mercado formado por tintureiros, alfaiates, tecelão, entre outros era frequentes no interior de cidades. Atividades fora as varejistas apareciam igualmente ali, como fontes de água pública e residências dos comerciantes em um pavimento superior.



Perspectiva isométrica do mercado no Forum de Lepcis, África.
Fonte: Vargas, 2001.



Corte Eumachia.
Fonte: Vargas, 2001.

No entanto, foi nesse período que se iniciou, mesmo que acanhado, o declínio do caráter comunicativo, arquitetonicamente falando, do mercado, pois, para os romanos, explica Rennó (2006:29):

“os locais públicos deviam ser fechados de modo a se criar um ambiente de tranquilidade. (...) Este isolamento em relação à cidade, a valorização da interrupção do espaço da cidade é um conceito que acabou influenciando, ainda que por razões diferentes, grande parte das formas de organizações espaciais de comércio do ocidente, desde as próprias basílicas e fóruns romanos até as galerias, os grand magasins, os shopping center e os supermercados”

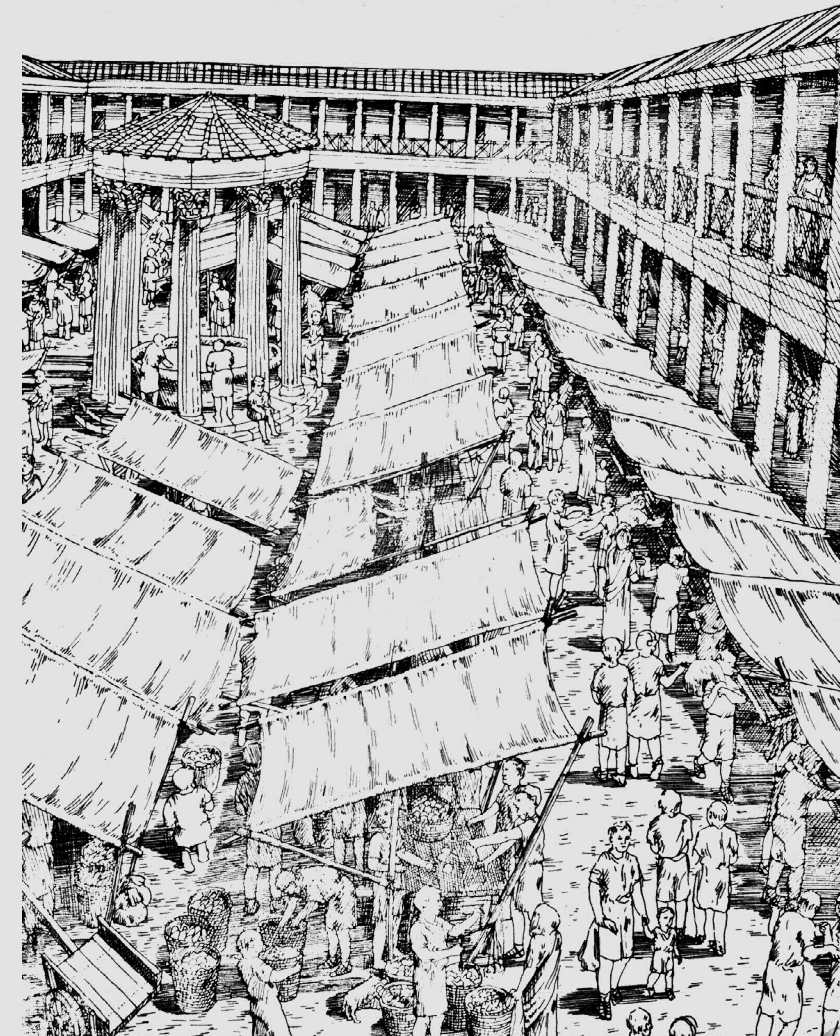
Com o princípio da queda do império Romano a partir do séc. IV d.C. também houve o declínio do câmbio de produtos entre países, e assim, segundo Vargas (2001:133):

“O grande comércio internacional e marítimo no Mediterrâneo Europeu perdera o seu esplendor e de interiorizara, juntamente com a Europa, adquirindo, portanto, características regionais e internas ao continente. (...) foi o início da entrada do comércio de campo.”

Por conseguinte, no período da Idade Média, o comércio, devido sua atuação mais local, acabou associando-se intrinsecamente as praças. A feiras que aconteciam nas vias de circulação mais importantes pouco a pouco se tornando mais centrais. Por conseguinte, a praça da igreja, local já posteriormente movimentada, acabou virando também a praça do mercado.

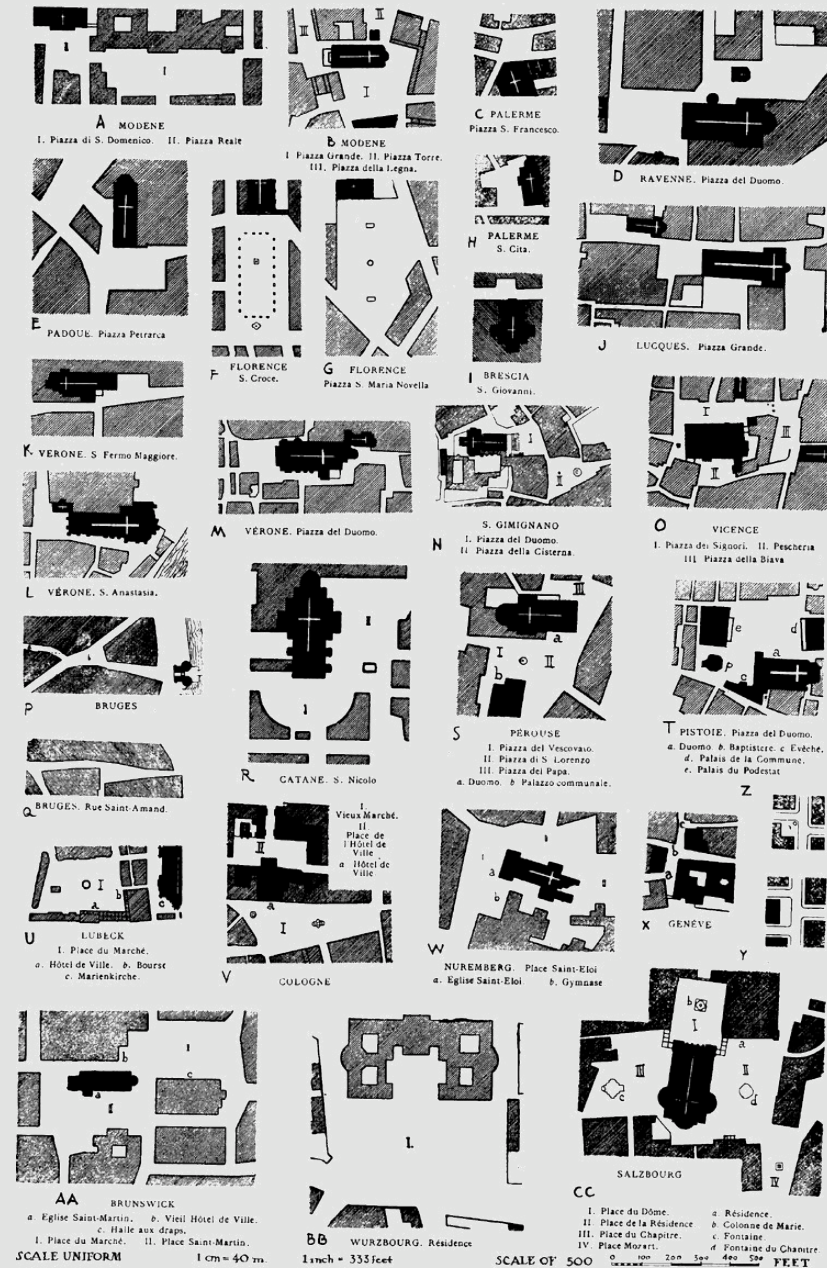
A praça, então, progride. Muito além do um simples vazão na densa malha urbana medieval, esta se desenrola como o centro de expressão da vida cotidiana, onde eram exercidas as funções urbanas coletivas e a socialização da população. Como Vargas (2001:137) exemplifica:

“A cultura da praça inclui o mercado, que é o local do espetáculo e cena de representações trágicas e cômicas que se misturam com a tolerância e imponência da cidade, frequentemente perdida diante de uma incessante invasão de multidões. Na praça, juntamente com cerimônias e eventos, acontecia também o recrutamento de mão-de-obra. A festa, a animação, o pulular de coisas e pessoas, a circulação de ideias, de produtos e de notícias, alcançavam o ápice e essa concentração de atividades manifesta-se, especialmente, por uma concentração física num lugar urbano central.”



Mercado público no Império Romano.
Fonte: Vargas, 2001.

As praças do período medieval poderiam ter três principais funções, as cívicas, as religiosas e as comerciais. Enquanto as duas primeiras necessitavam de uma edificação de apoio para existirem, as praças de mercado só necessitavam de trânsito de passantes, sua materialidade era ela mesma, seu arquiteto era o povo, estas nasciam de forma orgânica, não projetadas.



Praças medievais. Fonte: Camillo Sitte, 1889. Fonte: <http://writingcities.com/2016/10/01/camillo-sitte-art-building-cities/>

Até então, havia uma ética implícita na formalidade das trocas. As relações interpessoais sobressaiam o lucro, gerando até vínculos entre clientela e comerciantes por gerações. Porém, com a ascensão do mercantilismo no Renascimento emerge uma nova lógica comercial, onde o passado era desprezado e a rentabilidade sobrepujava o equilíbrio social.

A praça, e suas construções adjacentes, nesse novo contexto, é maquiada e retorna como um ambiente diferenciado, como pode-se observar na Piazza San Marco, em Veneza.



Piazza San Marco - Canaletto, 1720
Fonte: <https://homesecurity.press/quotes/canaletto-piazza-san-marco.html>

No Barroco, essa tendência prossegue, mas agora estas se conectam com a cidade através de vias axiais e crescem sua escala. A cidade, do mesmo modo, se expande, ocorrendo assim a especialização de vários serviços. Portanto, de acordo com Vargas (2001:145):

“O todo da imagem da cidade tornou-se mais abstrato para seus cidadãos. As praças perderam a função dos seus melhores dias, isto é, deixaram de servir aos seus habitantes e muitas tornaram-se apenas espaços abertos rodeados por edifícios históricos ou grandes áreas de estacionamento”

No final do século XVIII e início do XIX, os comerciantes se transformam em uma nova classe em ascensão e provocam mudanças na atividade comercial e em seu espaço físico. A venda direta começou a perder forças para os mercadores, que se transformaram no novo poder econômico.

As feiras e as praças, assim, perdem seu vigor na cidade. O mercado acaba se voltando para a venda de necessidades primárias, como alimentos. Este, no momento decorrente, ganha uma arquitetura mais imponente e formatos cobertos.

Até o século XX, o espaço varejista encaminha-se a atenuação de sua atividade social e ao desenvolvimento, principalmente, como atividade econômica especulativa, impulsionando uma crescente acumulação de bens. A espacialidade do varejo perde parte do seu caráter público e adquirem um viés privado. A preocupação com a higienização cresce.

Os novos avanços tecnológicos do vidro e do ferro facilitaram que a privatização do espaço e a divisão social ocorressem de uma forma mais sutil, como elucida Rennó (2006:30):

“No século XIX, com o desenvolvimento das galerias (edifícios bastante luxuosos, que descobriram o uso do vidro como material que separava o espaço público do privado, mas permitia que um lado visse o outro; como um convívio ‘protegido’), houve a ideia de não incluir nestes locais os comerciantes que vendiam alimentos de odores fortes, garantindo mais ‘sofisticação’ e ‘classe’ por meio de valores ‘higienizantes’ (do vidro limpo, transparente, que não são contaminados pelo odor das especiarias, pela entrada das prostitutas e dos mendigos que lá estava proibida) e das proporções gigantescas do espaço, que pulverizavam o fluxo e minimizavam o encontro social ‘gratuito’.”

No entanto, apesar das diversas variações da forma de varejo e na especialização do mercado em, majoritariamente, alimentos, este ainda

continua presente na maioria das cidades, com suas relações culturais e econômicas. O mercado ainda é de enorme relevância na caracterização de um povo e suas tradições.

O mercado público no Brasil

Desde o período colonial que o abastecimento de alimentos nas cidades mais importantes do Brasil ocorria por meio do comércio informal, como as feiras, realizadas nas ruas e praças públicas. Sobre o Rio de Janeiro, Oliveira Júnior (2006:35) informa que:

“Diversos autores da época compararam o Rio a uma cidade árabe, devido às suas práticas comerciais primitivas. No século XIX, a cidade carioca era repleta de vendedores ambulantes gritando aos quatro cantos por quem comprasse suas mercadorias.”

Porém, devido a falta de higiene e a precariedade das vendas nas barracas de ruas, a Câmara de cidade requisitou a construção de um mercado adequado para abarcar as necessidades de troca.

Dessa forma, o Mercado da Candelária, primeiro mercado público do Brasil, foi construído. Era um mercado fechado, retangular, com pátio interno, construído de alvenaria e madeira. Este era dividido em três partes, o centro, onde vendia-se verduras, aves, etc., o lado do mar, que vendia peixe, e os lados voltado para as ruas, que vendiam cereais, legumes, entre outros.

Além disso, Pereira Passos remodela o centro do Rio de Janeiro e remove as feiras, acarretando uma mudança na imagem da cidade e sua conformação social, não poupando quiosques nem quitandas da população carente.

Somente em 1916 que o atual prefeito, Azevedo Sodré, possibilita a existência das feiras livre, com o decreto 1752. Desse ano até 1934, estas consolidaram

sua importância na cidade, incluindo até novos produtos (têxteis, plásticos, ferramentas e utilidades domésticas). Anteriormente a esse decreto, a distribuição de alimentos era feita predominantemente por mercados cobertos.

Com a ascensão da arquitetura de ferro, sua facilidade de transporte, produção e barateamento, novos mercados foram construídos no Brasil no fim do século XIX e início do XX. O primeiro a ser construído nesse estilo foi o São José, em Recife. Após esse também vieram outros, como o São João em São Paulo (1890) e os pavilhões do Mercado do Peixe, em Belém (1901), o Mercado da Carne, em Fortaleza (1897), entre outros.



Detalhe Mercado de São José, Recife.
Fonte: Hassan Santos.



Mercado de São José, Recife.
Fonte: Nathalia Verony, 2013.

O mercado e o espaço público



Mercado de São Jos de la Boqueria, Barcelona
Fonte: <https://spainattractions.es/la-boqueria/>

O advento do supermercado

Com a chegada do século XX, veio também novas tecnologias e modernidades. A arquitetura também mudou drasticamente a sua forma de pensar. Negando o passado, preocupada com a produtividade e a higiene, os novos espaços provenientes do estilo internacional são controlados e padronizados, como menciona Rennó (2006:51):

“As cidades absolutamente distantes fisicamente como São Paulo e Singapura possuem projetos arquitetônicos similares que acabam por tornar-se enxertos nos lugares onde se situam”

Logo, esses novos ambientes surgem na cidade priorizando o consumo e a padronização de serviços e produtos. Seus projetos se desenvolvem de forma mais específica e eficiente. Assim surge o Shopping Center, os grandes Hotéis, muitas vezes temáticos, os Supermercados, os Aeroportos, as redes de Fast Food, entre outros.

No caso do supermercado, este surge oferecendo a população assepsia. Essa higiene, no entanto, vai além de frutas e carnes, o espaço é desenvolvido para proteger o cliente também da sujeira externa, como ruídos e o fluxo das cidades. Este desenvolve um ecossistema próprio, não natural, garantindo sua distinção. Conduz o fluxo de forma organizada, escolhe a iluminação artificial que melhor destaque seus produtos e padroniza discursos de funcionários. Tudo é projetado para não distrair da atividade principal do cliente, comprar.

Esses estabelecimentos, assim como outras grandes redes, são definidos por Marc Augé (2001, apud Rennó, 2006) como “não-lugares”. Diferenciando-os dos lugares antropológicos, que dispõem de um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária.

Esse sistema de padronização da arquitetura, termina, por vez, desvalorizando o espaço criado e empobrecendo suas possíveis relações sociais. Ademais, a segmentação das classes, da individualidade, onde só um público seletivo dispõe de capital para frequentar, se torna corriqueiro.

Além disso, a remoção da figura do vendedor em troca do auto-serviço causa mudanças bruscas na dinâmica de consumo. Afinal, o vendedor se apresentava como figura argumentativa, podendo construir discursos, fazer recomendações, entre outros.

Dessa forma, os supermercados são divididos majoritariamente em dois públicos-alvo. O primeiro se apresenta para a classe mais abastada, dispondo produtos diferenciados, vulgo gourmet, em um ambiente sofisticado, possuindo até pequenos espaços para pontos de encontro, como cafés. Isso tudo em troca do encarecimento de seus produtos. Já o segundo, localizado em bairros onde mora a população mais pobre, foca em menores preços para possibilitar maior giro de mercadorias. No entanto, a variedade é reduzida a produtos de maior popularidade e as marcas geralmente são desconhecidas, expondo assim uma visão bastante limitada do que se pode oferecer às classes socioeconômicas mais baixas.

Em oposição aos supermercados, um exemplo a ser apresentado por Rennó (2006:68) é de um box de temperos no Mercado da Lapa. Ela menciona a entrevista à revista *Jornal da Lapa* (setembro, 2001):

“Seus donos disseram possuir uma grande variedade de produtos desconhecidos do público brasileiro, que são apresentados aos consumidores que por ali passam, em conversas informais onde se abordam desde suas utilizações na culinária, até a história de seus usos. Como dizem os comerciantes, o que vale é mostrar às pessoas que existe mais do que orégano e manjerição. Isto não poderia ocorrer em um supermercado. Para seus administradores, se é orégano e manjerição o que se deseja comprar, será apenas isso que deve ser oferecido”

Por fim, com o desenrolar do século XX, os mercados entraram em decadência e os supermercados tornaram-se a maior fonte de consumo de mantimentos. Hoje em dia, no Brasil, cerca de 80% da distribuição nacional de alimentos se dá através desse tipo de varejo. Além disso, a tendência da Europa e EUA de concentrar o sistema supermercadista em poucas grandes redes, está cada vez mais presente no país. Contudo, a ressignificação do mercado também é um caminho crescente e possível, como é o caso da cidade de Barcelona na Espanha.

A cidade de Barcelona

Segundo a organização Project for Public Spaces (projetos para espaços públicos) ou PPS (2014), Barcelona, hoje, dispõe de 43 mercados, estes servindo cerca de 73 bairros. Considerada moderna no quesito mercados, a cidade enxerga esse tipo de varejo como uma necessidade, assim como abastecimento de água ou remoção de lixo. Dessa forma, mesmo em tempos de crise, a cidade escolheu investir e revitalizar seus mercados, apostando nisso como um ponto chave para tornar seu ambiente público cada vez mais vivo e agradável, como afirma a PPS(2014):

“de 2011 até 2015, Barcelona investiu €133 milhões em renovação, 25 dos 43 mercados da cidade foram restaurados. Barcelona aposta no seu futuro através da revitalização dos seus mercados públicos, e, em troca, o boom dos mercados vem ajudando a revitalização de Barcelona e Catalunha.”

Economicamente, os mercados impulsionam o crescimento financeiro tanto em Barcelona, como em toda a região da Catalunha. Servindo de ponte entre a cidade e o meio rural. Mesmo com a subida de preço em alimentação, essa ligação com os produtores regionais ajudaram a amortecer esse aumento. Ademais, o mercado dá oportunidade aos

pequenos e grandes produtores de competir entre si.

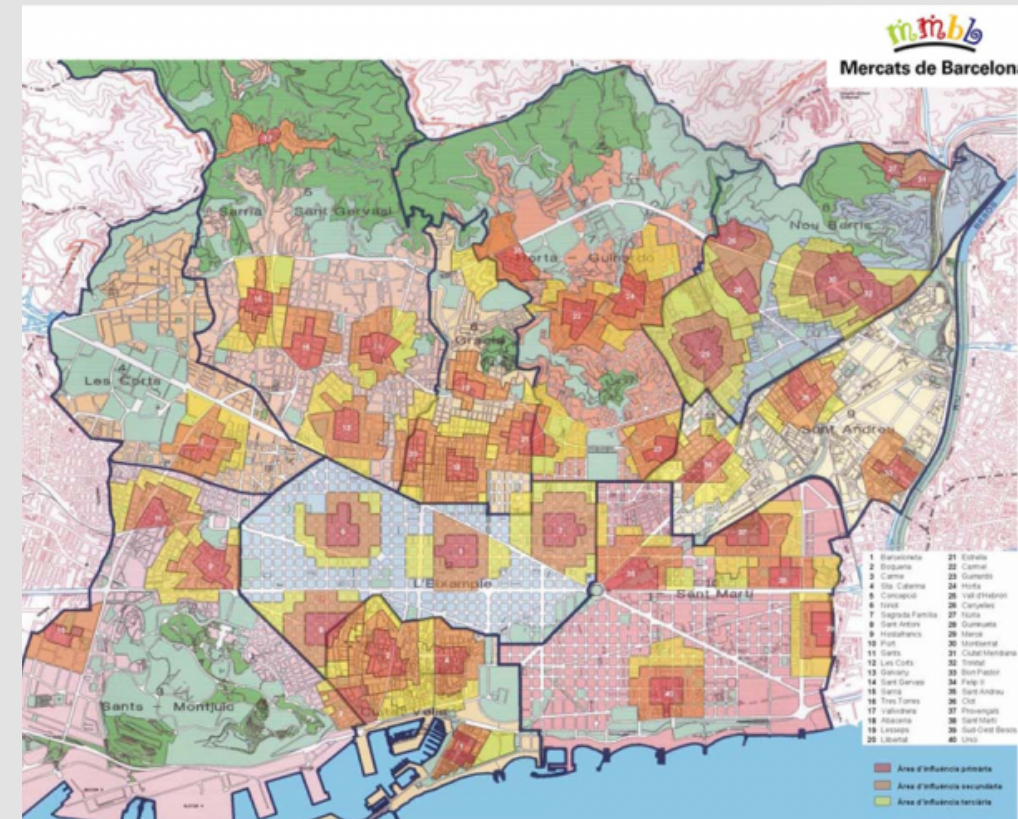
Além disso, em Barcelona, não importa o local, nunca se está a mais de dez minutos de um mercado, o que garante comida fresca acessível a todos os cidadãos. Inclusive, o maior uso desse equipamento é dado por grupos sociais mais carentes. Sendo assim, este espaço público é símbolo de centralidade.

O mercado no mundo contemporâneo

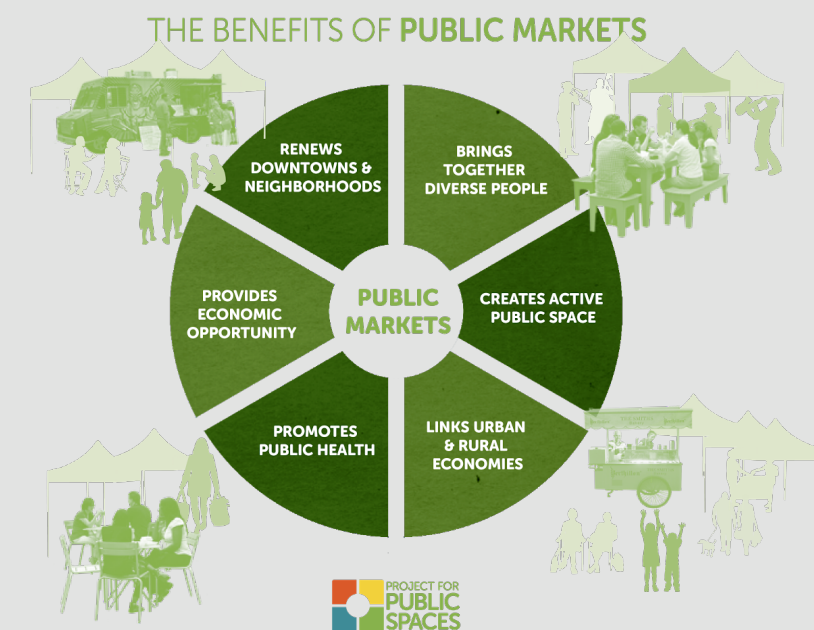
A função econômica do mercado é primordial. Como visto, segundo a PPS (2010), essas entidades públicas, quando de sucesso, ajudam a crescer e conectar as economias urbanas e rurais, estimulam o desenvolvimento do bairro e mantem o capital no local. Além de que, mercados públicos representam uma oportunidade de baixo investimento e risco para os vendedores, estimulando-os a participarem.

No entanto, sua utilidade vai além do comércio. Aumentando o acesso da população a comida fresca e, assim, promovendo a saúde para aos cidadãos, o mercado representa igualdade ao acesso de produtos variados. Outra função essencial, e seu grande destaque em relação aos supermercados, é a sua capacidade de agrupar diversos grupos sociais distintos, tanto culturalmente quanto economicamente. Consistindo de um local ativo e dinâmico, onde todos se sintam bem-vindos a participar e usufruir, este gera atividades indiretas além de si próprio. Afinal, Segundo a Instituição Mercats de Barcelona (2009), cerca de 40% dos usuários dos mercados públicos de Barcelona também compram em lojas adjacentes a estes.

Observado o novo papel do mercado na cidade e trazendo para Fortaleza, será analisado o contexto atual do Mercado dos Pinhões, visando, também, sua nova ressignificação no contexto contemporâneo.



Localização de mercados na cidade de Barcelona.
Foto: Mercats de Barcelona.



Os benefícios dos Mercados Públicos
Fonte: <https://www.pps.org/article/the-benefits-of-public-markets>

Panorama e Diagnóstico

O Centro

Sendo o bairro que deu início à cidade de Fortaleza, o Centro caracteriza-se como uma zona histórica de grande importância até os dias de hoje. Assim, o desenvolvimento da cidade se deu com o crescimento das atividades comerciais e exportação de matéria-prima com a coordenação do engenheiro Silva Paulet. Segundo Barbosa (2006:51):

“O aumento dos fluxos de exportação, especialmente do algodão dos anos 1860, consolidaram Fortaleza como principal entreposto comercial e a levaram a uma posição hegemônica dentro da província. Teve início, a partir de então, um processo de remodelação sócio-urbana na cidade que se prolongaria até as primeiras décadas do século XX”

Dessa forma, advindo dos conceitos de organização e higienização urbana, o engenheiro-arquiteto Adolfo Herbster, em 1875, a expansão do traçado prévio de Fortaleza. Nessa época, o Passeio Público se tornou o principal ponto de encontro da cidade, seguido pela Praça do Ferreira e seu entorno no século XX.

No final do século XIX o Brasil alinha-se com as novas ideias de progresso e modernização. No entanto, em Fortaleza, as reformas urbanísticas limitaram-se, majoritariamente, a embelezamento de praças e outros elementos urbanos.

No mesmo período, a população aumentou consideravelmente de forma abrupta graças a migração provocada pelas secas. Dessa maneira, novos bairros foram surgindo e ganhando importância de forma que as famílias mais abastadas se deslocaram para estes. Já no Centro, sua zona comercial crescia.

Na década de 1970, o bairro continuava de grande importância para a cidade, afinal, era nele que se encontrava dois terços dos empregos e 70% do tráfego de pessoas (Fernandes, 2004, apud Barbosa 2006:54). No



Centro de Fortaleza,
Fonte: acervo pessoal

entanto, com o início da saturação de sua malha viária e dispersão de atividades que a decadência do Centro começou, como explica Barbosa

“Com a perda gradativa da relação entre as atividades que antes lhe conferiam diversidade e dinamismo, instalou-se um ciclo de degradação e desvalorização no centro tradicional. Este passou a se caracterizar como centro da periferia, visto sua consolidação como polo comercial cujo consumidor alvo é basicamente a população de baixa renda da capital e da região metropolitana.”

Na década de 1980, então, a requalificação e a falta do uso habitacional no Centro começaram a ser uma preocupação. Assim, vários projetos, tanto advindo do “Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza” (1996) quanto da Prefeitura Municipal, foram introduzidos para a melhoria da imagem e atração de investimentos e turismo, como a reforma da Praça do Ferreira (1991) e construção do Mercado Central (1998).

Até os dias de hoje, segundo a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Ceará (SDE), o Centro continua a ser frequentado pelas classes de menor poder econômico, sendo 80% da “C” e da “D”, além de abrigar 20% dos empregos formais do município.

O bairro se encontra na subdivisão administrativa SERCEFOR (Secretaria Executiva Regional do Centro de Fortaleza). Localizado ao norte da cidade, ele se limita, segundo a Prefeitura, pela linha férrea, Oceano Atlântico e Avenida Monsenhor Tabosa ao Norte, Rua João Cordeiro e Antônio Pompeu ao Leste, Rua Padre Ibiapina e Avenida Filomeno Gomes ao Oeste, e, ao Sul, a Rua Padre Valdevino. Dessa forma, o bairro faz divisa com outros nove: Moura Brasil, Praia de Iracema, Aldeota, Meireles, Joaquim Távora, Benfica, José Bonifácio, Farias Brito e Jacarecanga.



Centro de Fortaleza
Fonte: acervo pessoal

O mercado dos Pinhões e o Centro

Geograficamente, O Mercado dos Pinhões se localiza na zona Leste do bairro, beirando os vizinhos Meireles e Aldeota. Ao se observar o mapa de uso do Centro, nota-se que a área de atuação se encontra numa zona de transição entre o uso comercial e residencial e é cercado por vias locais, representando, assim, um fluxo menor em comparação ao interior do Centro.

Além disso, ao se afastar do núcleo comercial, uma quantidade notável de

Fluxo entre bairros

- arterial I
- arterial II
- ▒ divisão de quadras - centro e bairros adjacentes
- ▭ divisão de bairros - centro e bairros adjacentes



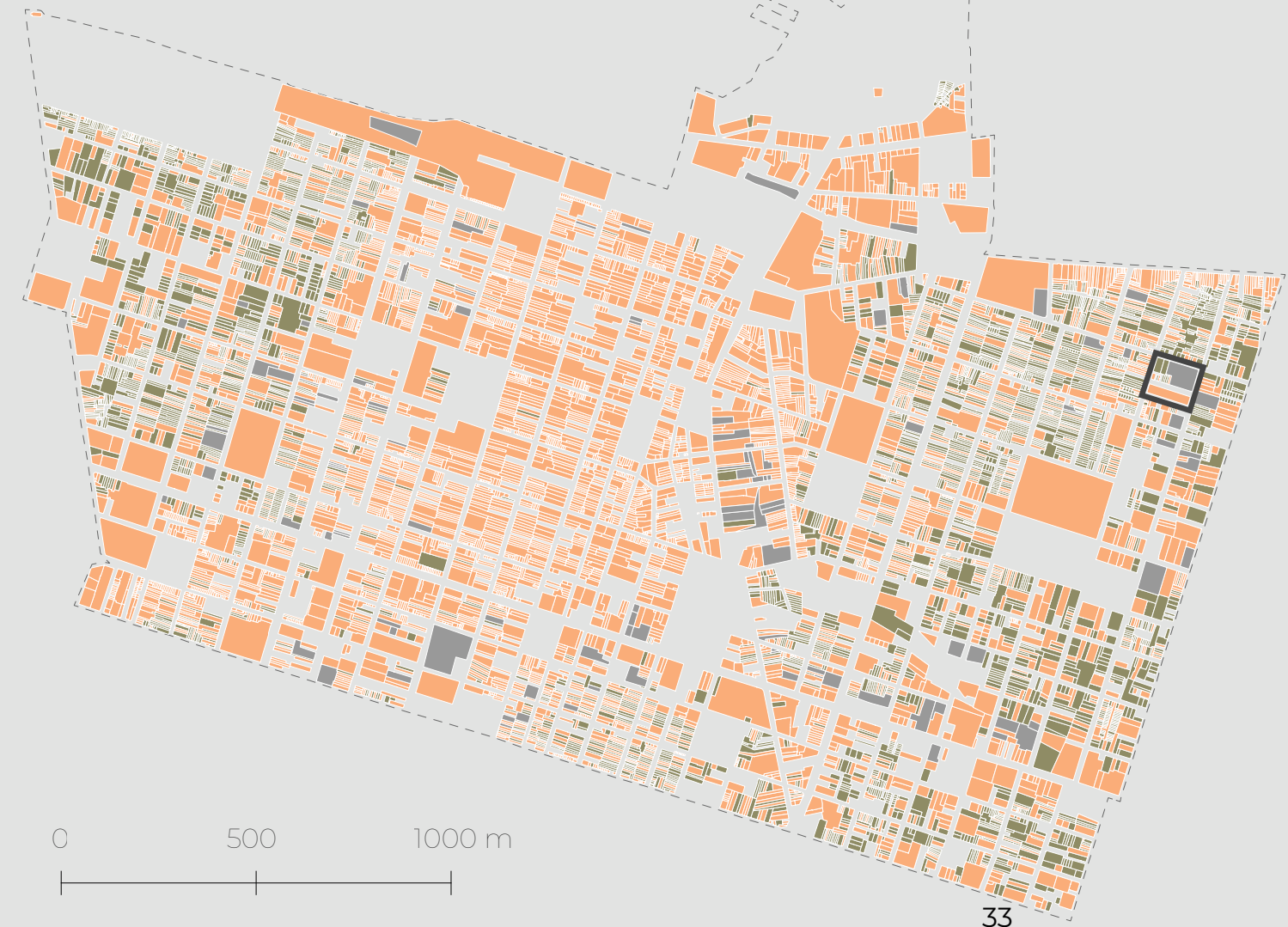
terrenos subutilizados são percebidos, se desenvolvendo como potencialidades de complementação de usos, como é o caso do lote ao lado norte do Mercado.

Quanto aos fluxos, a área de atuação está cercada de equipamento polarizadores de movimento e permanência, no entanto, os de maior influência metropolitana se encontram a mais de quinze minutos de caminhada, não afetando tanto. Esta também se apresenta bem servida de pontos de ônibus (20) e razoavelmente estações do programa Bicicleta (2)

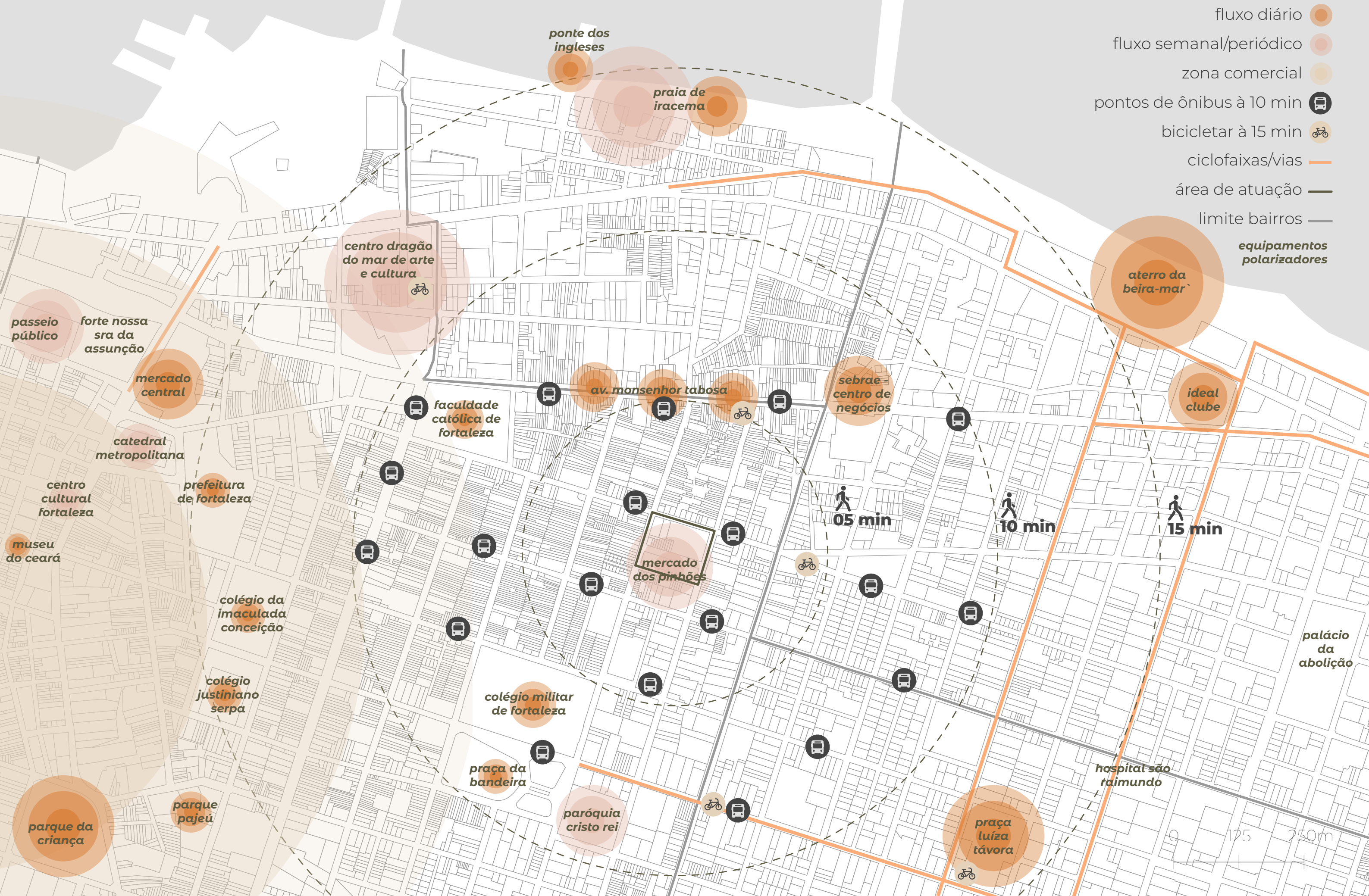
na zona de caminhada de até dez minutos, dispo de modais alternativos para a sua conexão com a cidade. No entanto, na hora de botar em pratica o ciclismo, somente duas ciclofaixa são encontradas e estas se ligam apenas ao lado leste da gleba, dificultando o aproveitamento das bicicletas pela população.

usos - comercial vs residencial

- ▒ subutilizado
- ▒ comércio
- ▒ residencial
- ▭ delimitação centro
- área de atuação



permanências e modais



fluxo diário

fluxo semanal/periódico

zona comercial

pontos de ônibus à 10 min

bicicletar à 15 min

ciclofaixas/vias

área de atuação

limite bairros

equipamentos polarizadores

ponte dos ingleses

praia de iracema

centro dragão do mar de arte e cultura

aterro da beira-mar

passeio público forte nossa sra da assunção

mercado central

av. monsenhor tabosa

sebrae-centro de negócios

ideal clube

catedral metropolitana

faculdade católica de fortaleza

prefeitura de fortaleza

mercado dos pinhões

centro cultural fortaleza

museu do ceará

colégio da imaculada conceição

colégio justiniano serpa

colégio militar de fortaleza

palácio da abolição

parque da criança

parque pajeú

praça da bandeira

paróquia cristo rei

praça luíza távora

hospital são raimundo

05 min

10 min

15 min

0 125 250m

Definição da área de intervenção

Para o desenvolvimento do projeto, três principais áreas foram escolhidas. Primariamente, o Mercado em si devido a potencialidade de crescimento de seus usos rotineiros. Segundo o terreno subutilizado ao Norte do anterior, onde as novas atividades serão alocadas, complementando o fluxo local. E, por fim, as vias que permeiam os dois acima, implementando, de forma adequada, o projeto ao entorno, almejando assim acessibilidade e democratização do espaço.

A relação com o Entorno

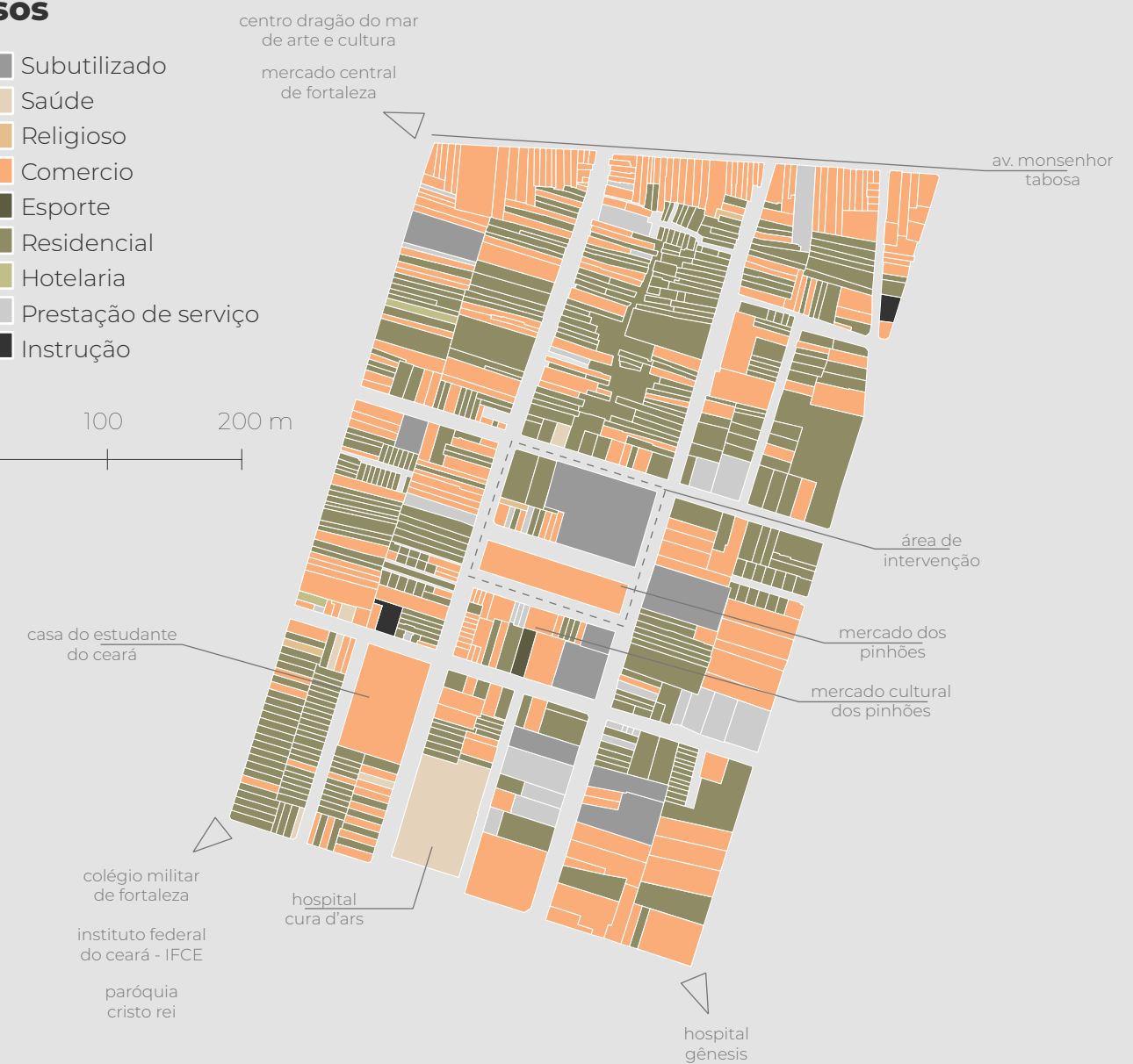
USOS – Nas quadras do entorno imediato à área de intervenção, os usos predominantes são de residências e comércios de pequeno porte. No entanto, três construções de importância local se destacam: o Hospital Cura d'Ars, a Casa do Estudante do Ceará e O Mercado Cultural do Pinhões. Esse último, mais influente, foi inaugurado em 2007 pela Prefeitura, servindo de anexo gastronômico ao Mercado dos Pinhões. Dessa forma, o fluxo constante da gleba é escasso, sendo complementado por atividades em alguns dias da semana.

Conseqüentemente, o dia-a-dia do Mercado tem altos e baixos no quesito movimentação. Segunda, quarta e quinta ele se encontra fechado. Na terça há um leve fluxo com a feira de orgânicos. Entretanto, devido as poucas opções de alimentos e organização insuficiente, a feira não atinge seu potencial. Já na quinta, o Mercado Cultural dos pinhões abre. Sexta e sábado abrem os dois mercados, iniciando a vida noturna que segue até domingo com shows ao vivo e petiscos gourmet.

Usos

- Subutilizado
- Saúde
- Religioso
- Comercio
- Esporte
- Residencial
- Hotelaria
- Prestação de serviço
- Instrução

0 100 200 m



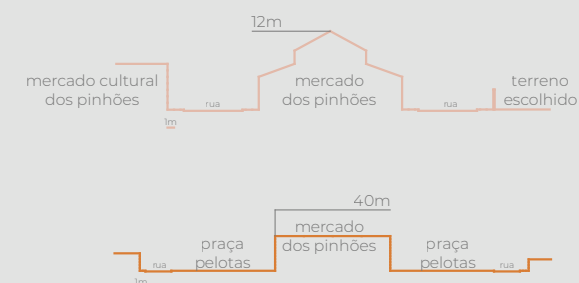
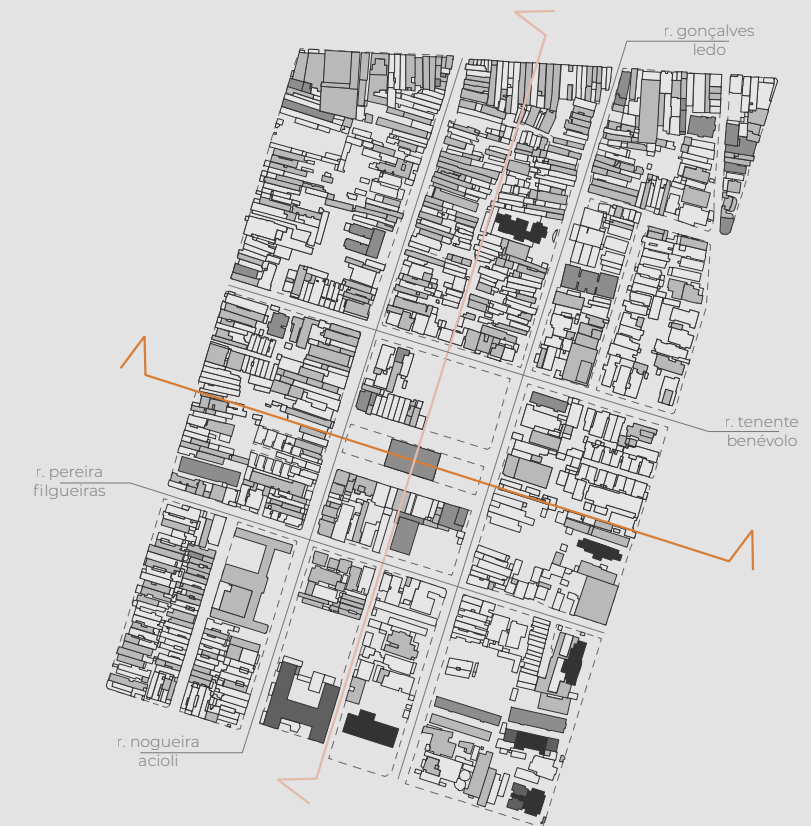
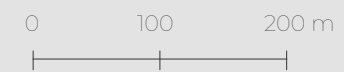
semana do mercado

segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo
-	feira orgânica 06-13h	-	-	música (forró) 16-23h	música (samba) 16-23h	música (brega) 18-22h
			+	+	+	
			mercado cultural dos pinhões 18-22h	mercado cultural dos pinhões 18-22h	mercado cultural dos pinhões 18-22h	

O gabarito de altura das adjacências exibe uma frequência de edificações baixas, entono de 1.0 – 5.0m ou 5.0 – 10.m. Pontualmente surgem torres entre 30.0 – 70.0 metros, principalmente no Sudeste, transição com o bairro Aldeota. Desse modo, pode-se caracterizar a gleba como predominantemente horizontal, com um ar pacato e amistoso. O Mercado, sendo um pouco mais alto que a média de edificações presentes, ganhando destaque.

Gabarito e vias

- 1.0 - 5.0m
- 5.0 - 10.0m
- 10.0 - 20.0m
- 20.0 - 30.0m
- 30.0 - 70.0m
- Divisão de quadras



O Mercado à noite



Ida ao Mercado numa noite de sábado. Bastante movimentado e sentimento de descontração. Acervo pessoal.



Passagem definida entre o Mercado dos Pinhões e o Mercado Cultural dos Pinhões. Acervo pessoal.



Vista entre Mercados. Acervo pessoal.



Atividades culturais e recreativas acontecendo. Acervo pessoal.



O Mercado Cultural dos Pinhões por dentro. Acervo pessoal.



Outros usos do entorno, principalmente ao lado leste. Acervo pessoal.

Feira de Orgânicos



Pouca movimentação. Acervo pessoal.



Pouca movimentação. Acervo pessoal.

O entorno pela manhã



Parte do comércio do entorno funcionando no lado Leste, ainda assim, baixo uso diurno. Acervo pessoal.



Opção de almoço. Lado Leste. Acervo pessoal.



Início de verticalização no sentido Aldeota. Acervo pessoal.



Lado Oeste sem movimento, restaurantes fechados e lotes subutilizados.
Algumas residências. Acervo pessoal.

Legislação

Ao observarmos a Lei complementar nº 236 de 11 de agosto de 2017 - Parcelamento, uso e ocupação do solo do município de Fortaleza (LUOS), nota-se que a área de intervenção se encontra em uma Zona Especial (ZOP), a ZOP1, recebendo um tratamento diferenciado para seus parâmetros de uso e ocupação do solo. Das subdivisões existentes de tal zona, a gleba é definida como uma Zona Especial de Dinamização Urbanística e Socioeconômica (ZEDUS), que, segundo a mesma Lei (2017:7) no Art. 8:

“IV - Zonas Especiais de Dinamização Urbanística e Socioeconômica (ZEDUS) - são porções do território destinadas à implantação e/ou intensificação de atividades sociais e econômicas, com respeito à diversidade local, e visando ao atendimento do princípio da sustentabilidade”

A ZEDUS – Centro ainda apresenta dois trechos, 1 e 2. Quando analisado, percebe-se que somente o trecho 1 apresenta novas restrições. No entanto, a área de estudo se encontra no trecho 2. O Anexo 4.3 desta Lei especifica os parâmetros urbanos da ocupação o qual a ZEDUS - Centro deve cumprir, sendo estes:

Taxa de Permeabilidade – 30%*

Taxa de ocupação – 60% solo e 60% subsolo

Índice de aproveitamento básico – 3,00

Índice de aproveitamento mínimo – 0,20

Índice de aproveitamento máximo – 4,00

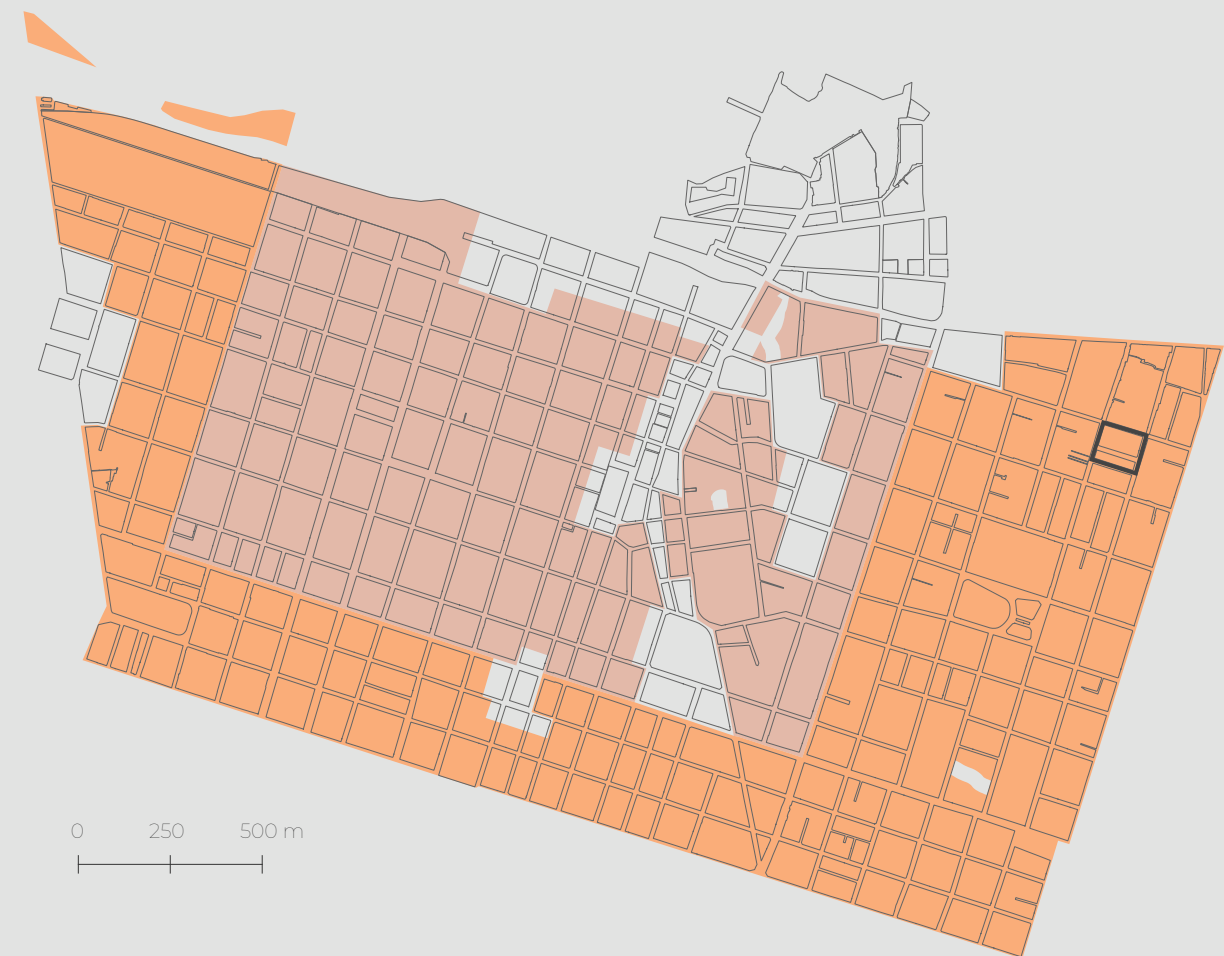
Altura máxima da edificação – 95,00m

Dimensões mínimas do lote – testada de 5,00m, profundidade de 25,00m e área de 125m²

*A taxa de permeabilidade pode ser reduzida em até 20% desde que ou outros 10% sejam garantidos por projeto de drenagem paralelo.

Zedus Centro

- trecho 01
- trecho 02
- área de atuação



Mercado da Carne



Mercado da Carne, Fortaleza.
Fonte: Mercado de Ferro: Notas sobre a restauração do mercado dos pinhões

Com o crescimento econômico de Fortaleza, impulsionado, principalmente, pela produção de algodão no Ceará que era exportado para a Europa, processos de modernização chegaram a cidade. Além disso, o intercâmbio comercial com este continente levou a informação de novos produtos, incluindo a arquitetura de ferro, rapidamente. Dessa maneira, como informa Capelo Filho (2003:11) sobre a cidade:

“O Código de Postura Municipal mais importante para a ordenação do crescimento urbano de nossa cidade data de 09/11/1893, e levou Fortaleza a substanciais transformações, modernizando-a sob o ponto de vista médico-sanitário e apontando a necessidade de um mercado público em harmonia com essa nova diretriz.”

Assim, o Mercado da Carne é inaugurado em 18 de abril de 1897, duas décadas depois de sugerido pela Câmara Municipal, em 1873, na gestão de Guilherme César da Rocha. Este era formado por dois pavilhões com uma rua interna interligando-os. O novo mercado de Fortaleza era quadrado, com quarenta metro de comprimento de cada lado, e uma área de mil e seiscentos metros quadrados.

Segundo CAPELO e SARMIENTO (2003), sua conformação interna era subdividida em três grandes seções, a central, que servia como entrada e circulação principal, possuindo cinco metros de largura, e as outras duas laterais, espelhadas, com oito compartimentos fraccionado em oito boxes, que se vendia, carne, peixes e miúdos, além das circulações secundárias. Entradas eram alocadas em todas as faces, sendo três na frente e três atrás e uma em cada lateral. Em seu ponto mais alto atingia doze metros. Foi projetado pelo arquiteto Lefèvre e fabricado nas oficinas Guillot Pelletier, em Orleans na França. O projeto adequava-se ao clima local, sendo aberto a luz e ventilação natural.

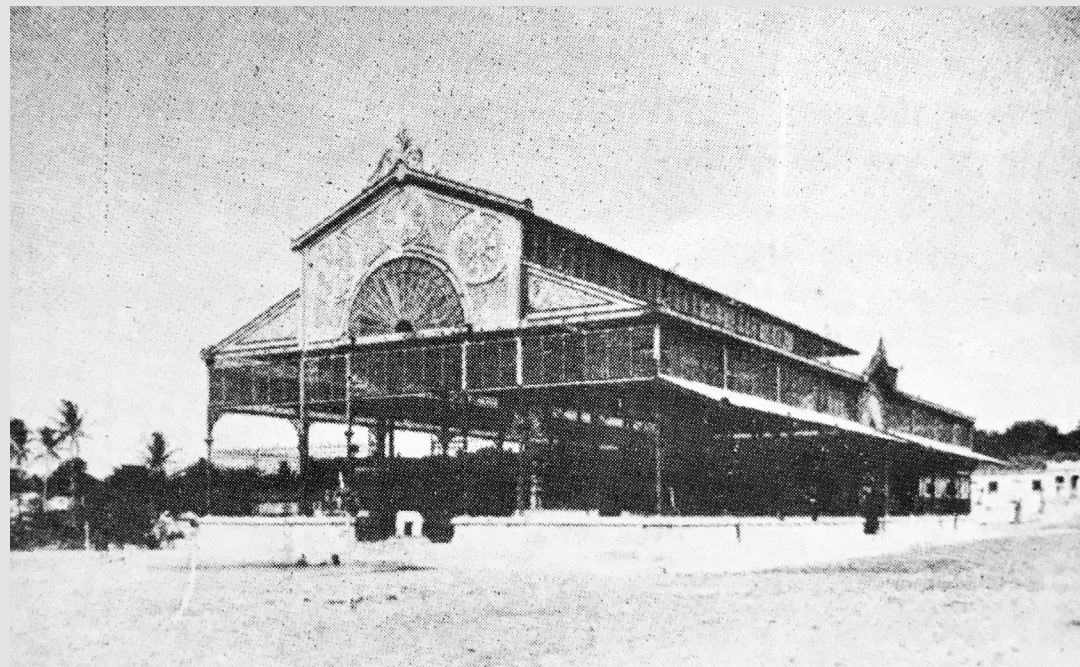
Os materiais que o compunham eram, em sua maioria, ferros. Nos adornos das fachadas e na estrutura apresentava-se ferro fundido, os elementos de vedação já se usava ferro laminado, sendo fixado ou com parafusos ou com

rebites. Para a montagem do Mercado, no entanto, foi utilizado granito cearense nas calçadas e mármore branco, de possível origem italiana, nas muretas que o circundam.

O Mercado da Carne, originalmente, foi montado na Praça Carolina (não mais existente), mas, auxiliado pela sua facilidade de transporte e desmonte, já foi remontado em diversos lugares diferentes pela cidade de Fortaleza.

A decadência do Mercado da Carne veio com a construção do Mercado Central no quarteirão adjacente, inaugurado em 22 de setembro de 1932. Desse modo, este perde, gradualmente, sua relevância de abastecimento de produtos frescos. Conseqüentemente, em 1938, o Mercado da Carne é desmembrado e seus dois pavilhões realocados em praças diferentes. Um vai para a chamada Praça dos Pinhões, que hoje se chama Praça Visconde de Pelotas, e o outro vai para a praça São Sebastião, e, posteriormente, para a Aerolândia, na BR-166, onde ainda está, em um infeliz estado material.

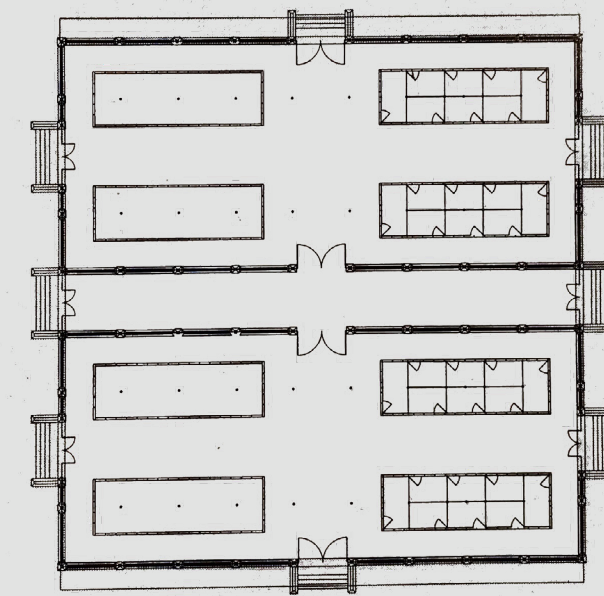
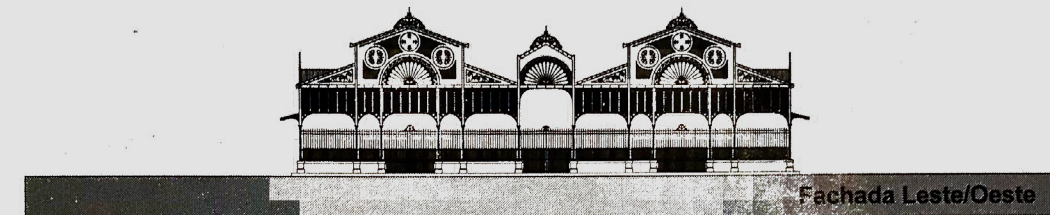
O, agora batizado, Mercado dos Pinhões, recebeu restauro através do convênio com a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR e a Prefeitura Municipal de Fortaleza. As obras foram concluídas em dezembro de 1998.



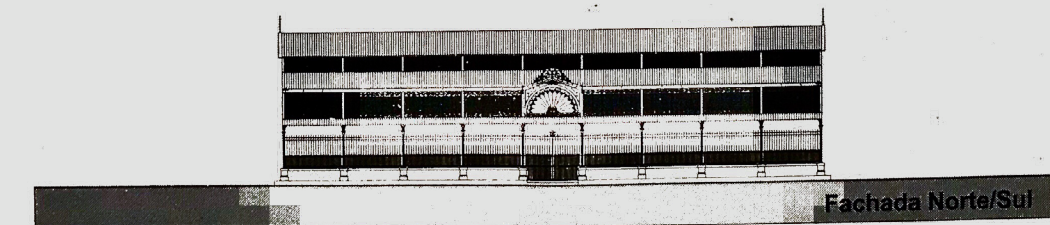
Mercado da Carne, Fortaleza.
Fonte: Mercado de Ferro: Notas sobre a restauração do mercado dos pinhões

Atualmente este funciona como local de feiras e eventos esporádicos e ganhou um anexo com o restauro de um mercado menor localizado no quarteirão vizinho, o denominado Mercado Cultural dos Pinhões.

DESENHO ORIGINAL DO MERCADO DA CARNE



Planta baixa



Desenhos Mercado da Carne, Fortaleza.
Fonte: Mercado de Ferro: Notas sobre a restauração do mercado dos pinhões

Referências projetuais

New Road

A novas ruas de Brighton seguem o conceito de “Espaços Compartilhados”, o que basicamente é uma nova composição de rua em que os veículos motorizados não são mais os dominantes, mas se cria um espaço democrático e humanizado, enfatizando os aspectos sociais e a prática da vida em comunidade. Dessa forma, esse design é definido pelo Centro de Conhecimento Holandês como (PROJECT FOR PUBLIC SPACES, 2017):

“um novo conceito de planejamento e conservação abrangente de espaços públicos, em que o design é feito de forma que os interesses e as responsabilidades individuais de todos os usuários do espaço venham primeiro”

Assim, nessa nova produção do espaço de transporte, os sinais de trânsito são removidos, forçando o motorista, o ciclista e o pedestre a se comunicarem. Como mostra os estudos de Hans Monderman (PROJECT FOR PUBLIC SPACES, 2017), o tráfego e os acidentes de trânsito diminuem, o espaço público é recuperado pela população e comércios locais começam a reaparecer, impulsionando a economia, socialização e lazer local.

No projeto em estudo, outros instrumentos projetuais foram utilizados para acentuar ainda mais o caráter democrático do espaço da rua, como os materiais utilizados, o uso de mobiliários que evocam a permanência e usos em horários variados.

Então, para a nova pavimentação do lugar, os arquitetos propuseram o redesenho do paralelepípedo de pedra, desconstruindo a simbologia típica de rua asfaltada e dando um ar mais de praça.

Para o mobiliário foi escolhido um único banco de madeira contínuo voltado para o espaço. Além disso, tomou-se partido dos numerosos teatros existentes no local, fomentando um uso noturno além do diurno, e promovendo este com um projeto de iluminação que passasse uma ideia de acolhimento e segurança.



New Road, Brighton
Fonte: Archdaily.com



New Road, Brighton
 Fonte: Archidaily.com



New Road, Brighton
 Fonte: <http://www.landezine.com/index.php/2011/04/new-road-by-landscape->



New Road, Brighton
 Fonte: <http://www.landezine.com/index.php/2011/04/new-road-by-landscape->

Mercado público de Lages

O primeiro lugar do concurso do Mercado público de Lages veio com uma proposta de reunir as atividades mais variadas em um só lugar. Como descrito no site Archdaily (BARATTO, 2014):

“um novo conceito de planejamento e conservação abrangente de espaços públicos, em que o design é feito de forma que os interesses e as responsabilidades individuais de todos os usuários do espaço venham primeiro”

O partido do projeto vem da sua origem, a praça, dessa forma, o espaço conta com um espaço aberto de livre passagem e se desenvolve para não apenas oferecer o consumo, mas também eventos, encontros e atividades geradas espontaneamente pelos usos variados. É no pátio que a imprevisibilidade do cotidiano irá se abrigar. Este é coberto por uma leve cobertura metálica que se conecta ao prédio histórico.

Além disso, a forma com que este se relaciona com seu entorno é repensada, abrindo novas entradas no antigo edifício que permitem uma maior fluidez entre o exterior e o interior. Para melhor direcionar esse movimento, um novo bloco de apoio foi desenvolvido, sendo a interligação entre o mercado, a praça, o exterior e o setor de serviço (docas, entradas e saídas de alimentos, estacionamentos, circulações verticais, instalações sanitárias e boxes de frios). E para o fluxo permanecer contínuo nos diversos períodos do dia, comércios, serviços, áreas de exposição e um auditório se encontram à margem da edificação. Podendo estes funcionar independentemente se o mercado estiver fechado.

Para não descaracterizar o patrimônio, apenas uma tonalidade branca foi desenvolvida em sua fachada. Internamente, as paredes foram descascadas, expondo o bloco cerâmico, enaltecendo sua materialidade e criando um ambiente acolhedor. Além disso, a cor bordô foi a escolhida para destacar

62

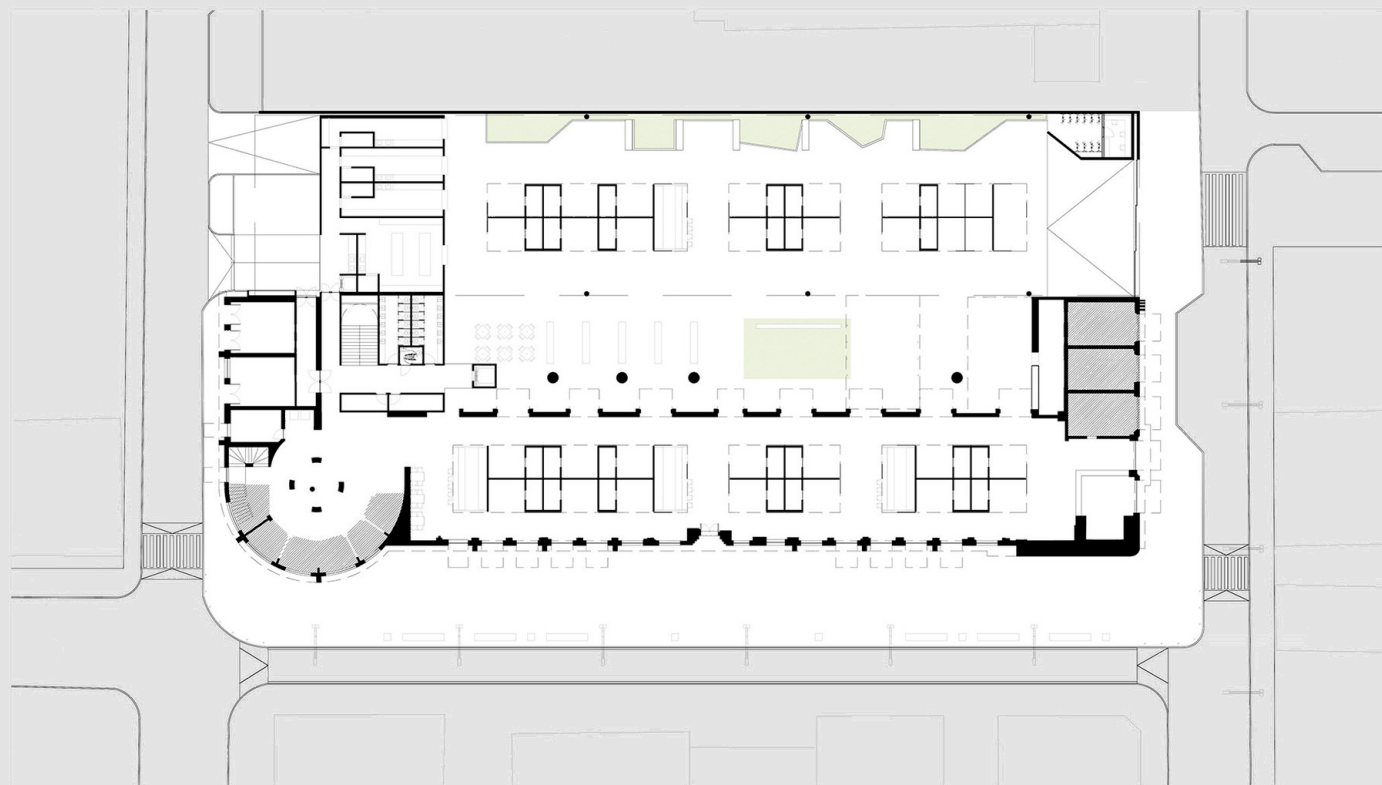
os novos elementos como os toldos e a coberta, além de que materiais mais novos foram escolhidos também para ressaltar o novo do antigo, assim, o novo bloco é composto por concreto e a coberta por estrutura de aço.

Ademais, a sustentabilidade foi uma das premissas do projeto, em que este se adequa as variações climáticas do local, prioriza a iluminação natural, o uso de energia renovável, dispondo de placas solares, e elabora um sistema de reaproveitamento da água da chuva. Além de que, faz uso de diversos elementos pré-fabricados para otimizar a obra e reduzir o desperdício de materiais.



Mercado Público de Lages, SC
Fonte: Archdaily.com

63



Mercado Público de Lages, SC
Fonte: Archidaily.com



Mercado Público de Lages, SC
Fonte: Archidaily.com

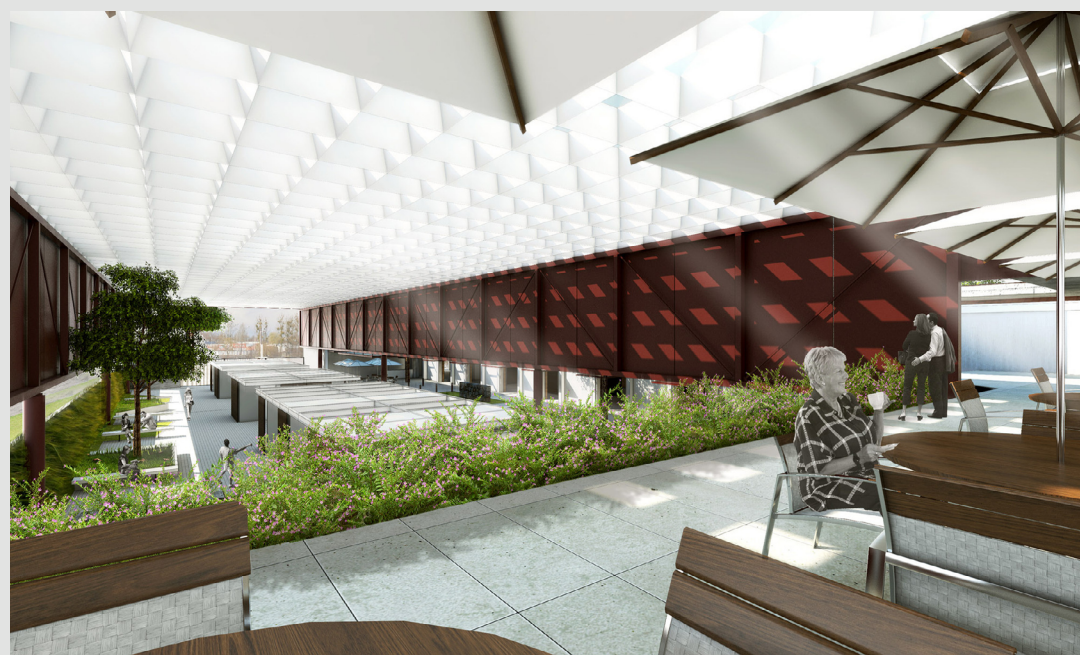
Mercado central de Belo Horizonte

O Mercado Central de Belo Horizonte se encontra entre Ruas e Avenidas movimentadas, no coração da cidade. É bastante utilizado, tanto pela população local quanto por turistas e existe desde 1929.

Antigamente, feito de barracas de madeira, chão de terra batida e sem cobertura entre lojas, sendo basicamente uma feira fixa, e, ainda assim, já dispunha de sua áurea amigável e convidativa. Em 1964, no entanto, o mercado seria fechado, pois a prefeitura alegava impossibilidade de administração. Foi então que os próprios vendedores compraram o lote do empreendimento, com a promessa de revitaliza-lo em cinco anos.

Desde de então, o Mercado de Belo Horizonte vem sendo gerenciado pelos próprios vendedores, passando de geração em geração e estabelecendo encontros mensais do conselho de organização.

Esse fato ocasiona uma sensação de pertencimento aos lojistas, além da



Mercado Público de Lages, SC
Fonte: Archidaily.com

fidelização de clientes que permeiam o local desde novos. Assim, a peculiaridade do mercado é acentuada, misturando tanto indivíduos rotineiros, quanto esporádicos, com interações distintas.

Essa miscigenação de cores, cheiros, sabores e pessoas traz ao local uma dinamicidade e abertura a interações. Sábado geralmente é o ponto alto, sendo o dia que apresenta o maior fluxo. Os bares se enchem de gente que estão lá para conversar, os fregueses param para olhar o placar do jogo, pessoas almoçam no espaço de gastronomia regional, acarretando, assim, vivacidade.

Arquitetonicamente falando, o Mercado Central lembra, em sua disposição, os antigos bazares do oriente médio. As mercadorias são superexpostas para fora dos quiosques, as passagens são estreitas, aparentando uma estrutura urbana com ruas e esquinas definidas, esta últimas mais valorizadas pela sua maior visualização.

Dessa forma, o mercado se torna difícil de se situar nas primeiras vezes. O ambiente não é óbvio, mas sim intrigante, levando o passante a desejar percorrer mais caminhos na esperança de novas experiências.



Mercado Central de Belo Horizonte
 Fonte: <https://www.viagenspossiveis.com.br/o-que-fazer-em-belo-horizonte-passeios-imperdiveis/mercado-central-de-belo-horizonte-credito-acervo-setur-mg-fernando-piancasteli/>

No Programa de Necessidades, o ponto principal é o Mercado em si, mas este também conta com um espaço gastronômico, escola de culinária, estacionamento, banheiros e serviços internos, como docas e etc.



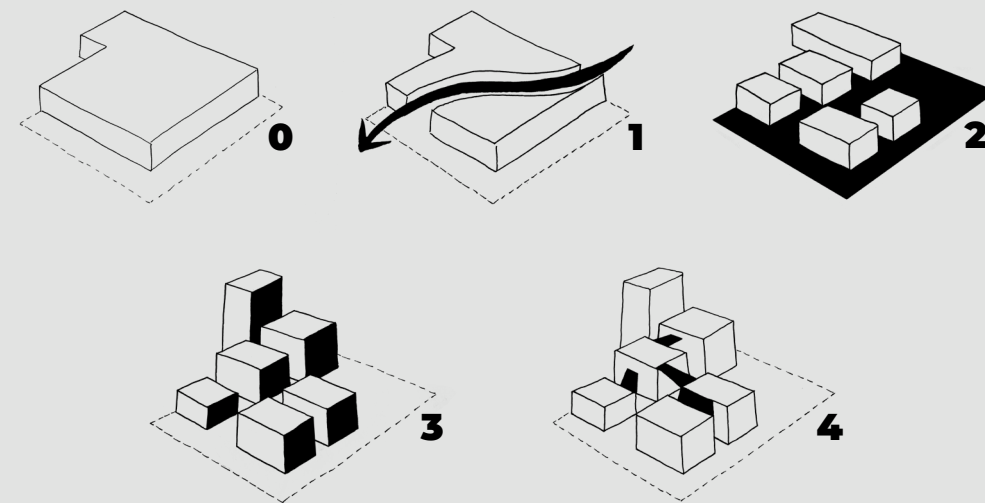
Mercado Central de Belo Horizonte
 Fonte: <https://www.viagenspossiveis.com.br/o-que-fazer-em-belo-horizonte-passeios-imperdiveis/mercado-central-de-belo-horizonte-credito-acervo-setur-mg-fernando-piancasteli/>

O projeto

Partido

Desenvolvimento formal:

1. Ao analisar as possibilidades que a área proporcionava, a primeira decisão tomada foi de criar um fluxo diagonal ao quarteirão, rompendo com os limites do terreno, em direção ao Mercado dos Pinhões.
2. Em seguida os caminhos térreos foram definidos, desenhando uma praça central com ramificações e, por conseguinte, fracionando o projeto em blocos.
3. A partir daí os blocos tomaram altura variadas, começando à Oeste mais baixo e misturado ao gabarito do entorno imediato e crescendo à medida que se afasta do Mercado dos Pinhões, mas sem nunca se opor ou destoar deste.
4. Por fim, foram idealizadas passarelas entre os blocos para religar a passagem entre estes além do pavimento térreo.



Para aumentar os fluxos em horários diferentes do dia e fomentar a população a utilizar o espaço público, o programa é desenvolvido com atividades variadas. A alma do projeto trata-se do novo mercado e da sua relação com o Mercado dos Pinhões. No entanto, para complementar, são adicionadas outras formas de comércio, serviços variados, escritórios laborais e unidades residenciais.



Rua como praça, praça no mercado, mercado ou rua?
Fonte: acervo pessoal

A disposição dos blocos dar-se de forma que crie visuais variados entre o projeto e o patrimônio. Assim, foi definido uma linearidade nordeste-sudoeste no terreno escolhido, enquadrando o Mercado dos Pinhões entre os novos blocos projetados.

Além disso, buscou-se desconstruir a forma dura e limitante do comércio tradicional, externando a circulação do edifício. Dessa forma, cinco blocos principais foram demarcados. O intuito é mesclar o mercado com a praça e a praça com a rua, removendo as barreiras entre o público e o privado, tornando a edificação mais atrativa ao passante.

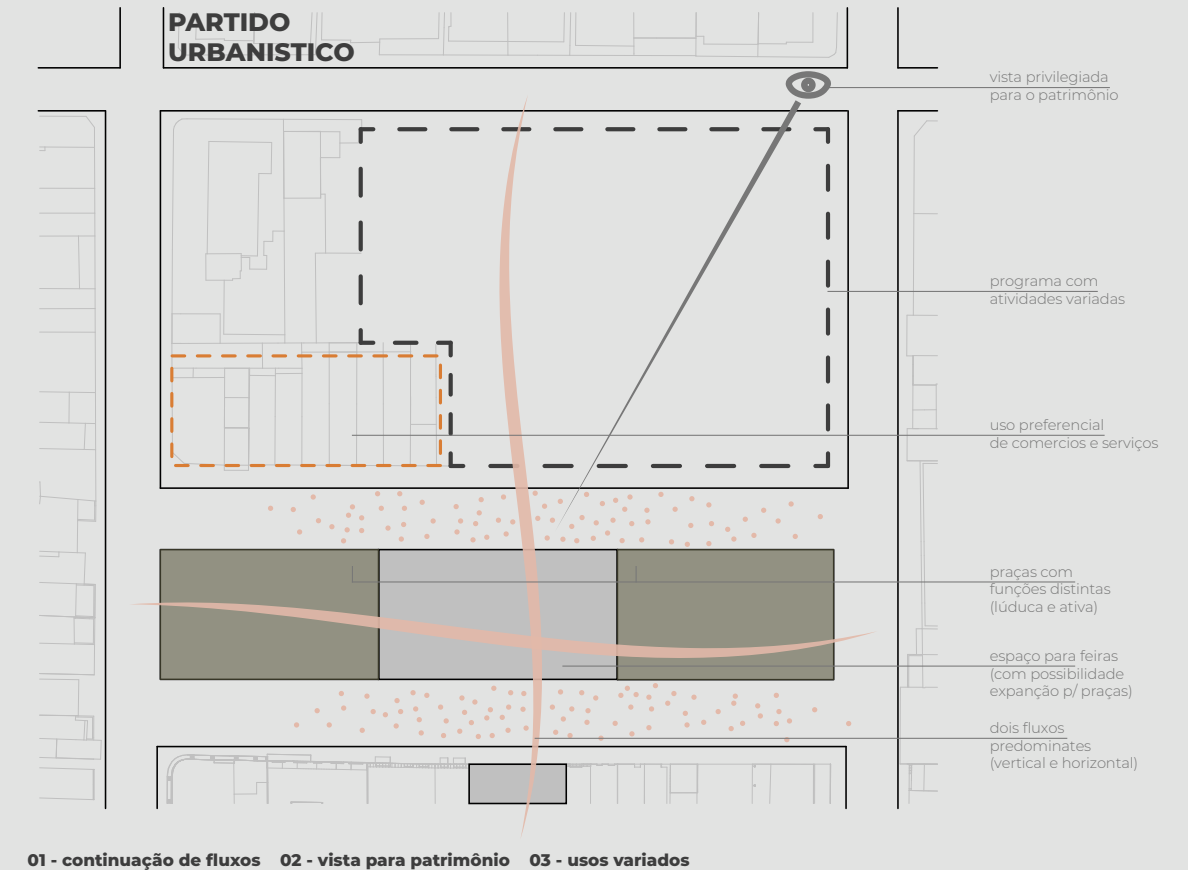
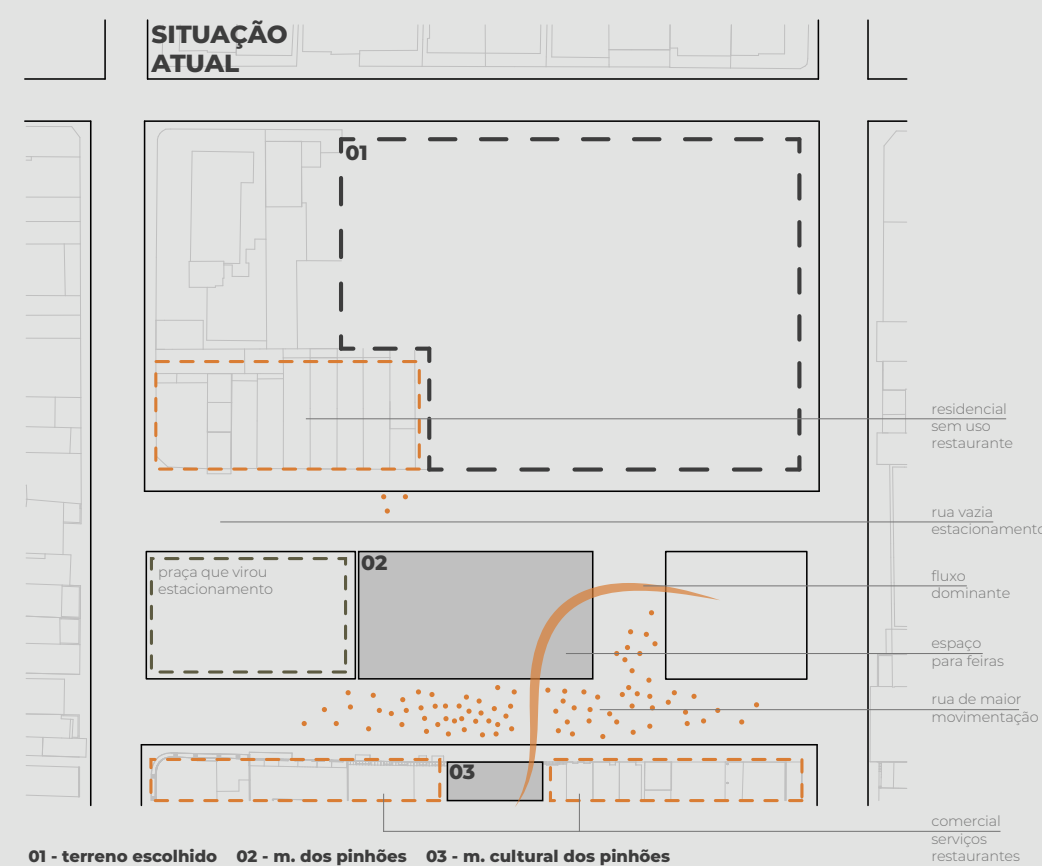
Os blocos possuem alturas variadas. Quanto mais próximo ao patrimônio, menor a quantidade de andares, não ofuscando-o. O edifício residencial é o mais elevado, estando na margem mais distante do terreno.

Conexões entre blocos também fazem parte do partido projetual, interligando os edifícios fisicamente distintos e elevando os caminhos

percorridos na praça térrea.

Sobre a materialidade do edifício, foram escolhidos materiais mais neutros, pois a cor e o brilho devem ser dos produtos expostos e das pessoas que ali circularem, pincelando em cores da paleta definida apenas alguns detalhes, como nos mobiliários ou no teto da laje, para dar uma unidade ao projeto.

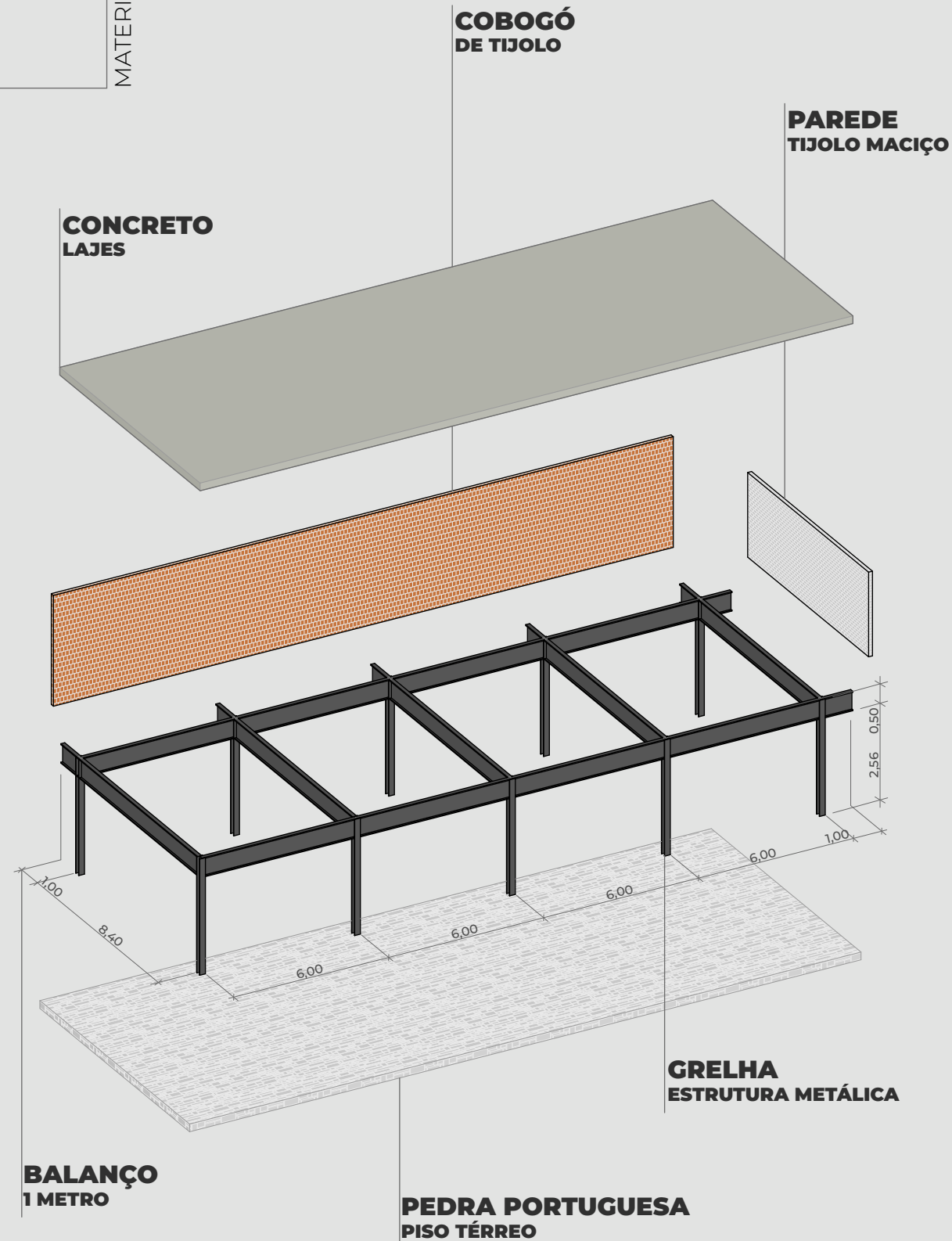
Além disso, decidiu-se utilizar da estrutura metálica para assim relacionar os dois mercados, bem como cobogós para refletir o semblante translúcido do Mercado dos Pinhões. Ademais, esses fechamentos semipermeáveis também servirão para permitir a entrada de luz filtrada e de vento ao interior do prédio.



ESTRUTURA

MATERIALIDADE

1:200



Estratégia

1. IMAGEM E IDENTIDADE

O conjunto de mercados, tanto o dos Pinhões quanto o novo a ser projetado, irão configurar o simbolismo e identidade da região, marcando a memória da população.

2. ATRAÇÕES E DESTINAÇÕES

Com um programa variado, cheio de pequenas destinações diferentes, haverá diferentes motivos para a ida das pessoas ao local, dinamizando e incrementando o fluxo local. Segundo a PPS (Project For Public Spaces), praça ideal oferece dez programas de sucesso diferentes.

3. MOBILIÁRIO

Mobiliários confortáveis e localizados corretamente impulsiona o uso do espaço público. Assim, essa necessidade será atendida através do projeto. A iluminação noturna também, trazendo segurança.

4. ATRAÇÕES ESPORÁDICAS

Através de feiras com temáticas diferentes, que já se dão no Mercado dos Pinhões, e outros eventos, como o Pré-carnaval Glitter, mobilizam pessoas de todas as partes da cidade para o local. No projeto, o antigo mercado continua como área de feira, mas novas áreas de expansão desta são projetadas.

5. ACESSO

Facilidade de acesso é essencial para uma boa movimentação da praça, especialmente se for projetada para pedestres. Assim, as ruas que permeiam o Mercado dos Pinhões serão apenas para uso de pedestres ou compartilhadas com modais alternativos, removendo do veículo motor particular sua prioridade no espaço público. Além disso, diversos pontos de ônibus já permeiam o local.

tijolo pintado de branco



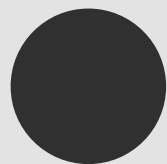
cobogó de tijolo maciço



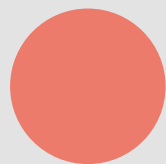
pedra portuguesa



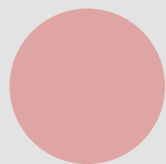
cinza escuro - estrutura



coral - teto e mobiliário



rosa - teto e mobiliário



rosa - teto e mobiliário



MERCADO

AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA (m ²)
salão mercado	4	658,86
salão mercado - artesanato	1	171,56
salão mercado - vegano	1	112,66
mercado aberto	1	115,25
padaria	1	98,55
restaurantes	6	282,55
restaurante vegano	1	140,56
bar	1	21,57
café	1	25,37
área de mesas	3	168,81
área de mesas com wifi	1	65,68
bloco 04 - café	1	26,11
banheiros	5	221,92
total		2109,45

SERVIÇOS

AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA (m ²)
correios	1	55,43
consertos e manutenções	1	32,89
gráfica	1	32,14
lavanderia	1	27,67
sala aberta - workshop	1	28,12
salão de beleza	1	55,07
loja compartilhada	1	34,74
espaço zen	1	100,69
coworking	1	196,61
horta urbana	3	481,53
depósito - horta	3	40,27
total		1085,16

APOIO

AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA (m ²)
estacionamento	1	1827,13
geradores	1	32,31
caixa escada/elevador	1	41,04
carga e descarga	1	61,13
preparação de produtos	1	29,57
adminitração mercado	1	25,01
sala de reunião	1	25,6
sala de segurança	1	10,24
enfermagem	1	15,4
copa e descanso	1	47,34
wc/vestiário	1	26,1
depósito	2	14,9
caixa d'água	5	112,32
total		2268,09

RESIDENCIAL

AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA (m ²)
hall	1	47,22
banheiros	1	5,91
salão de festas	1	91,71
academia	1	71,91
depósito	7	40,74
administração	1	17,51
sala de reunião	1	34,76
banheiros e vestiários	1	20,09
copa e descanso	1	41,26
apartamento tipo A	6	549,76
apartamento tipo B	6	380,82
apartamento tipo C	6	441,84
apartamento tipo D	6	442,2
caixa d'água	1	35,6
casa de maquinas	1	5,83
total		2227,16

URBANO

AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA (m ²)
merc. dos pinhões - espaço feiras	1	754,51
parque canino	1	100,76
parque infantil	1	316,85
palquinho	1	18,1
livraria	1	161,95
rua compartilhada	2	2905,14
total		4257,31



Perspectiva 01
Acesso de pedestres principal pela rua
Tenente Benévolo. Mercado dos Pinhões ao fundo.



Perspectiva 02
Vista lateral pela rua Tenente Benévolo.

Perspectiva 04
Acesso ao bloco de serviços a população pela rua Tenente Benévolo.



Perspectiva 03
Esquina da Tenente Benévolo com a rua Gonçalves Ledo.

Perspectiva 05
Pré carnaval na praça Pelotas na lateral da rua Gonçalves Ledo





Perspectiva 06
Pré carnaval na praça Pelotas. Vista ao lado Norte dos Mercado dos Pinhões



Perspectiva 07
Biblioteca semi enterrada com gramado ao lado Oeste do Mercado dos Pinhões

Perspectiva 08
Vista do projeto na rua compartilhada Gonçalves Ledo



Perspectiva 09
Vista interna sobre passarela





Perspectiva 10
Vista do segundo pavimento à praça interna ao projeto



Perspectiva 11
Passarela entre blocos



Perspectiva 12
Vista para passarelas entre blocos da horta urbana

Perspectiva 13
Visão interna - praça de alimentação com pe direito duplo



Perspectiva 14
Visão interna do mercado - primeiro pavimento



USOS

disposição

MERCADO DOS PINHÕES + MERCADO CULTURAL DOS PINHÕES

Hoje em dia sendo eventualmente utilizado como espaço de feiras livres e eventos, o Mercado dos Pinhões continuaria com sua função, mas com maior suporte para a expansão dos eventos para todos as direções, devido a criação e ampliação de praças no sentido leste-oeste e a transformação de suas ruas limítrofes norte-sul em ruas de pedestre, esse segundo podendo se estender do Mercado Cultural dos Pinhões ao Mercado Praça. Dessa forma, o Mercado dos Pinhões se tornaria a articulação entre os dois eixos, proporcionando a este uma projeção digna que tal patrimônio merece.

PARQUE INFANTIL + PARQUE CANINO

A praça oeste desenvolve um perfil agitado e ativo, estando presente um parque infantil, um palquinho para possíveis eventos associados ao Mercado dos Pinhões e um parque canino.

MERCADO PRAÇA + RESTAURANTES

Entre um mercado e uma feira livre, o Mercado Praça se desenha no térreo através de quatro blocos, subindo em alguns dos pavimentos e se misturando com a praça de alimentação elevada. O intuito é de ser visualmente convidativo e acessível por falta de barreiras físicas, despertando a curiosidade de quem estiver de passagem. Para conquistar permanência além da curiosidade, restaurantes foram adicionados ao programa, incrementando a rota para trabalhadores, moradores ou turistas. Além disso, hortas urbanas no topo aproveitam o sol abundante e o terraço, sendo uma forma sustentável e orgânica, agregando valor ao mercado, além de aproximar a comunidade local entre si e ao equipamento.

LIVRARIA + GRAMADO

Essa zona leste do projeto foi destinada a criação de um espaço de contemplação e relaxamento. Desse modo, foi previsto a livraria como eixo principal articulador, além de um grande gramado. Aproveitando as curvas de nível, a livraria foi semi-enterrada na parte mais baixa do terreno, não obstruindo, assim, a visão ao Mercado dos Pinhões de quem chega pela rua Nogueira Acioli. A liberação do térreo e criação do gramado também se convertem a um espaço de ampliação das feiras livres.

RESIDENCIAL + APOIO MERCADO

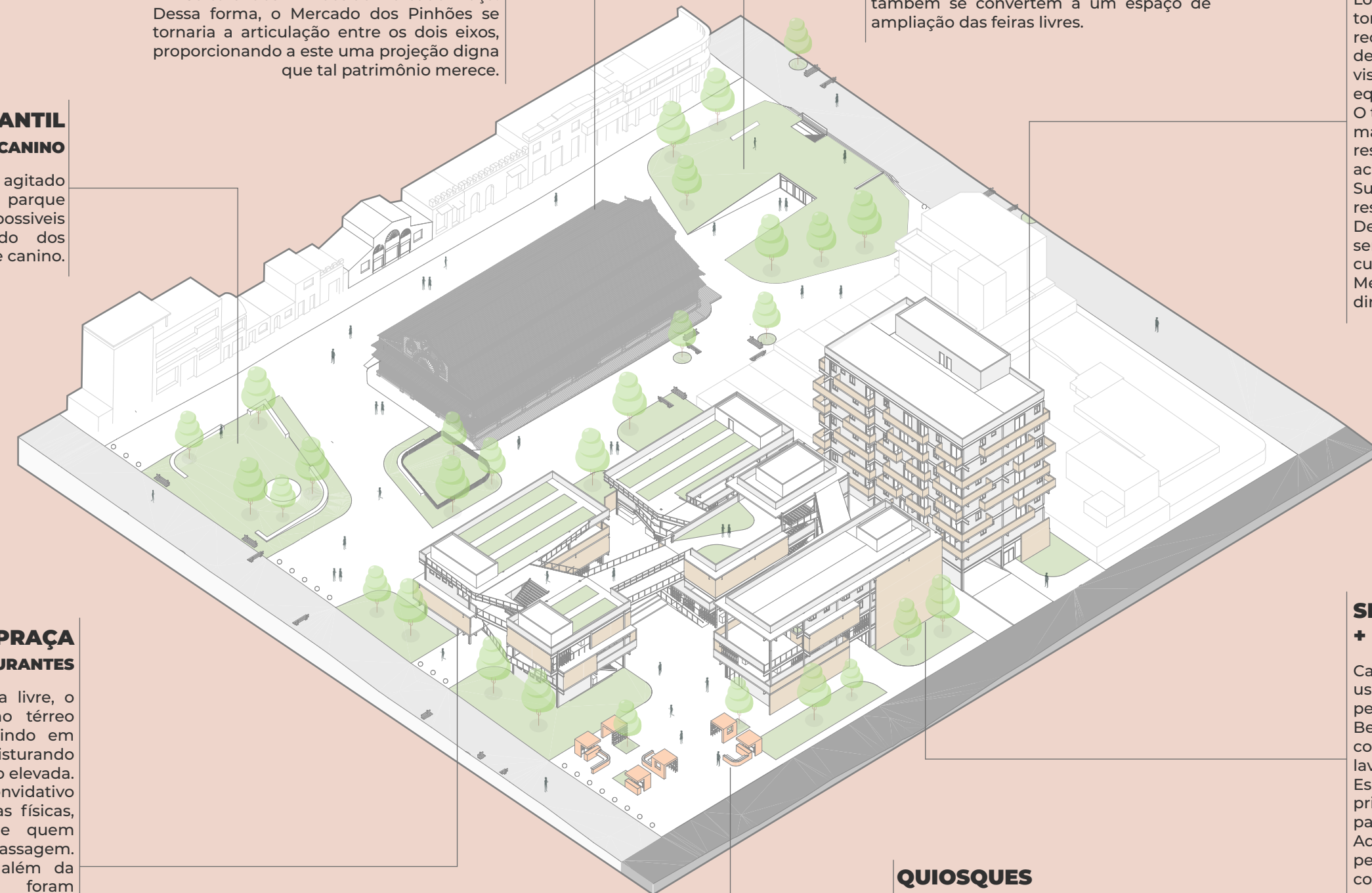
Localizada na ponta nordeste do terreno, a torre majoritariamente residencial recebeu esse uso para fomentar a densidade e a dinamização na área, visando assim aumentar o fluxo nos equipamentos. O térreo do edifício, no entanto, foi, em sua maioria, reservado ao apoio ao mercado, restringindo o uso residencial a apenas o acesso de pedestres. Sua forma foi pensada para compor com o resto do projeto, assim como sua altura. Dessa forma, os blocos alongam-se em sentido sul-norte de forma gradual culminando na torre residencial, longe do Mercado dos Pinhões, para não dissonar diretamente com este.

SERVIÇOS + COWORKING

Caracterizando-se por ser o bloco com usos mais variados, as boas-vindas ao pedestre que chega pela rua Tenente Benévolo se configura por uma série de conveniências, como correios, gráfica, lavanderia, entre outros. Esses serviços servem como atrativo primário, convidando a entrada ao passante e retendo-o por mais tempo. Ademais, para fomentar o fluxo rotineiro e permanente, no último andar situou-se o coworking, impelindo o trabalhador a explorar os andares precedentes.

QUIOSQUES + MERCADO ABERTO

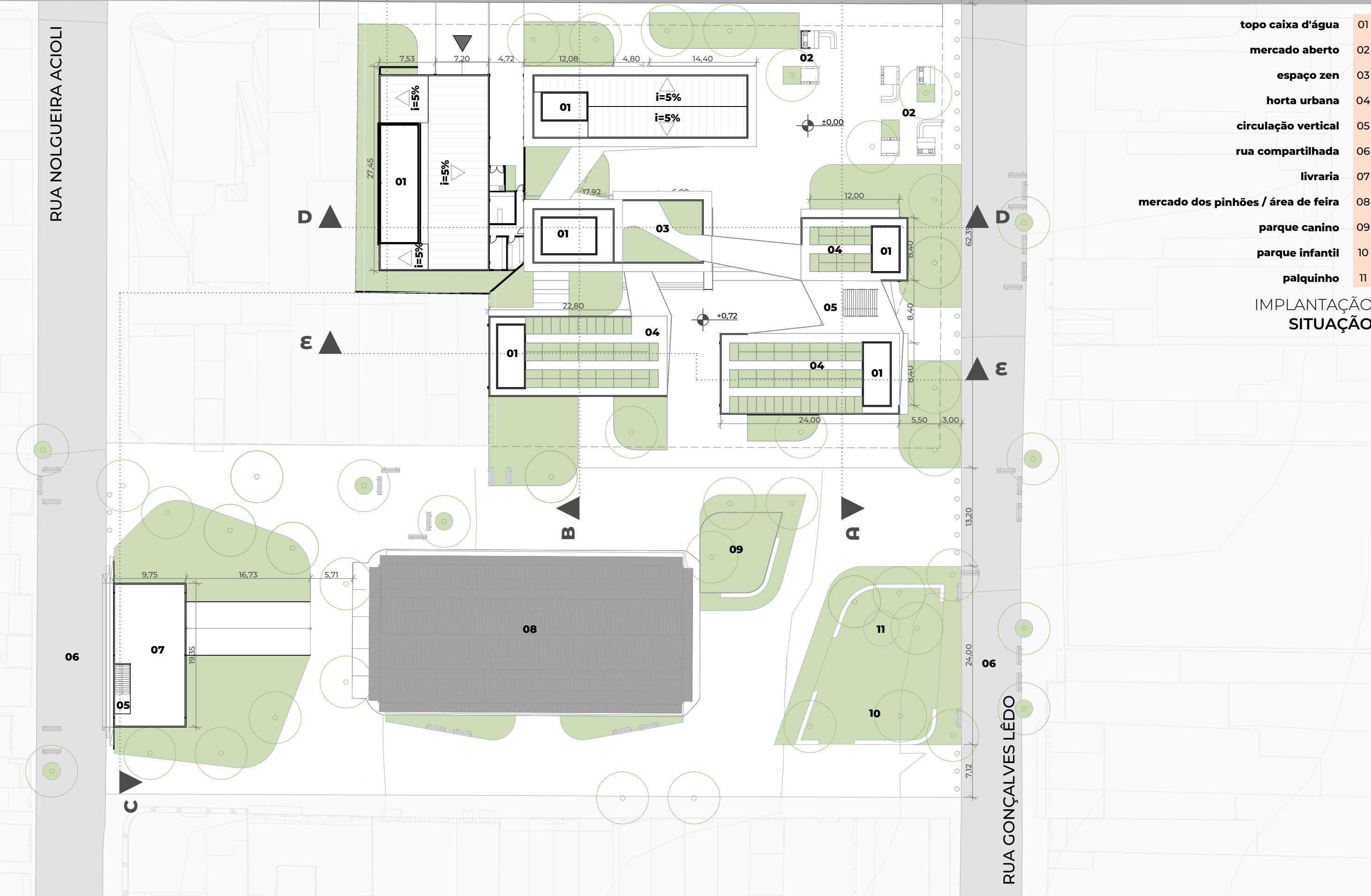
Quiosques modulares são dispostos em forma de um mercado aberto para a principal via de acesso ao projeto, gradualmente revelando de que se compõe seu interior. Espaçados entre si, eles espelham a ordenação do Mercado Praça.

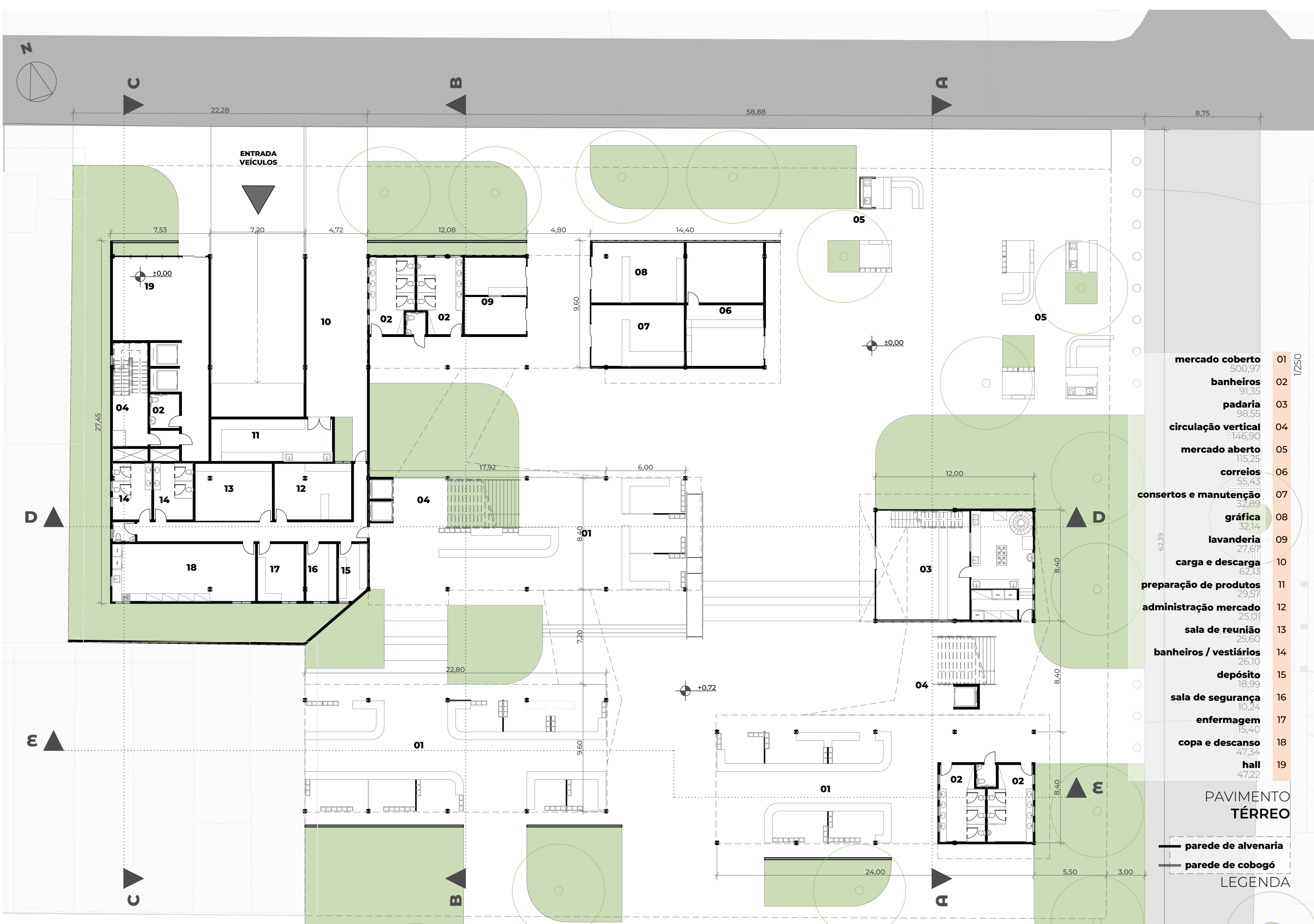


RUA TENENTE BENÉVOLO

RUA NOGUEIRA ACIOLI

RUA GONÇALVES LÉO





salão mercado - vegano	01
13,94	1/250
restaurante vegano	02
12,66	
cozinha industrial	03
52,93	
banheiros	04
41,23	
circulação vertical	05
140,04	
horta urbana	06
201,31	
barrilete	07
17,28	
depósito	08
29,31	
café	09
25,37	
áreas de mesas	10
30,65	
salão de beleza	11
65,07	
loja compartilhada	12
34,74	
restaurante	13
36,35	
área de mesas com wifi	14
65,68	
apartamento A	15
91,62	
apartamento B	16
63,45	
apartamento C	17
73,64	
apartamento D	18

PAVIMENTO
SEGUNDO

parede de alvenaria	—
parede de cobogó	- - -

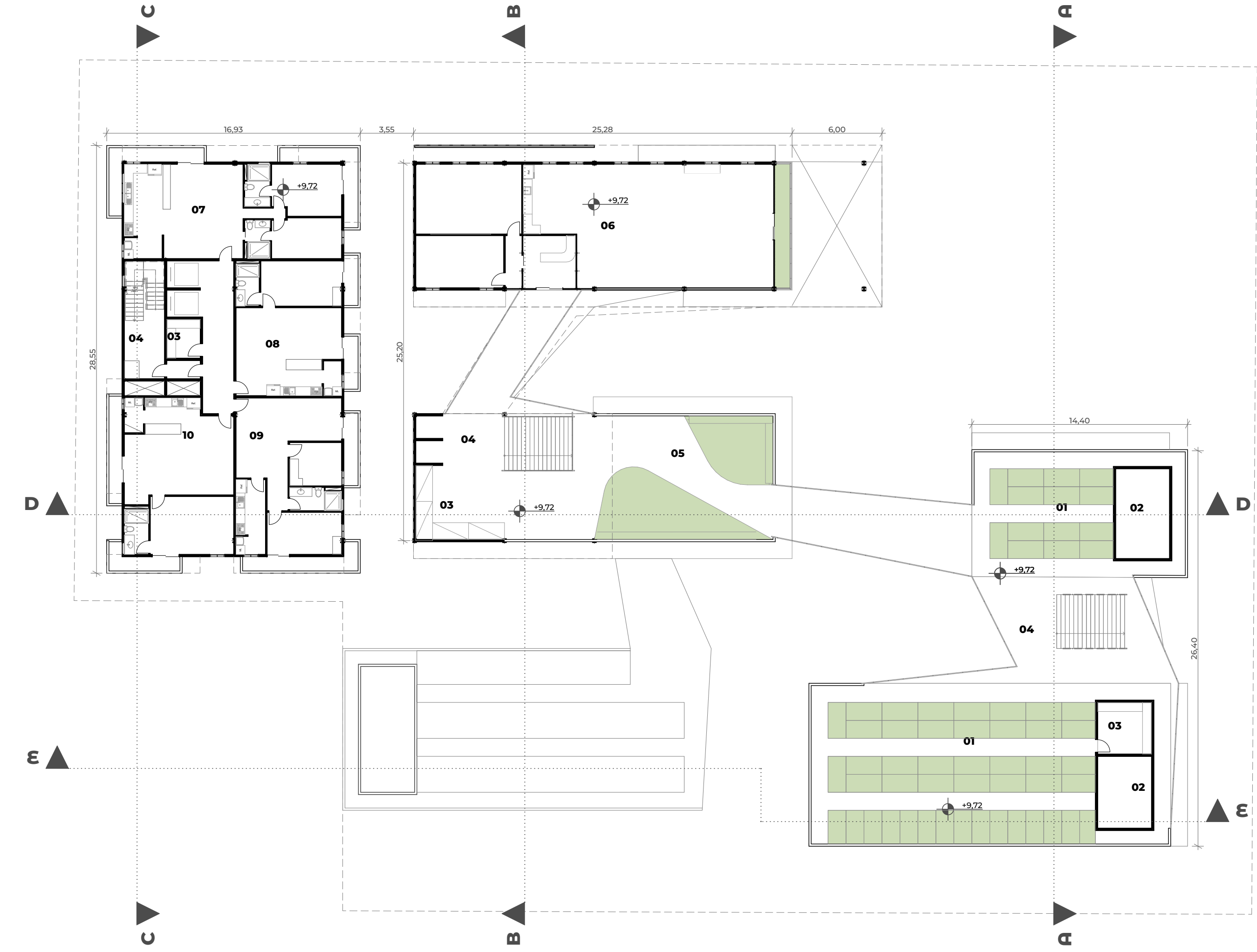
LEGENDA

horta urbana	01
280,22	1/250
barrilete	02
38,88	
depósito	03
23,38	
circulação vertical	04
123,13	
espaço zen	05
100,69	
coworking	06
196,61	
apartamento A	07
91,62	
apartamento B	08
63,45	
apartamento C	09
73,64	
apartamento D	10

PAVIMENTO
TERCEIRO

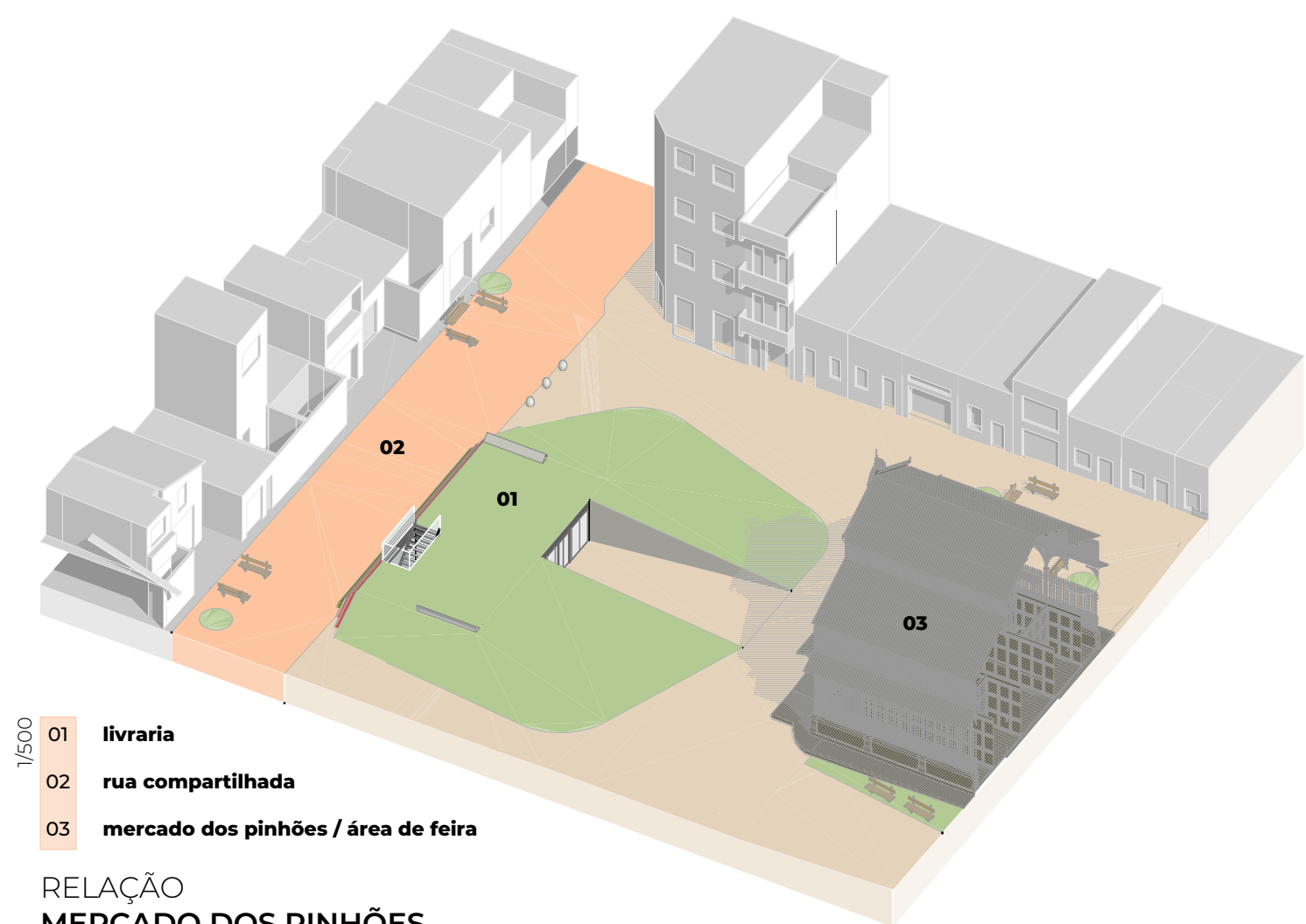
parede de alvenaria	—
parede de cobogó	- - -

LEGENDA

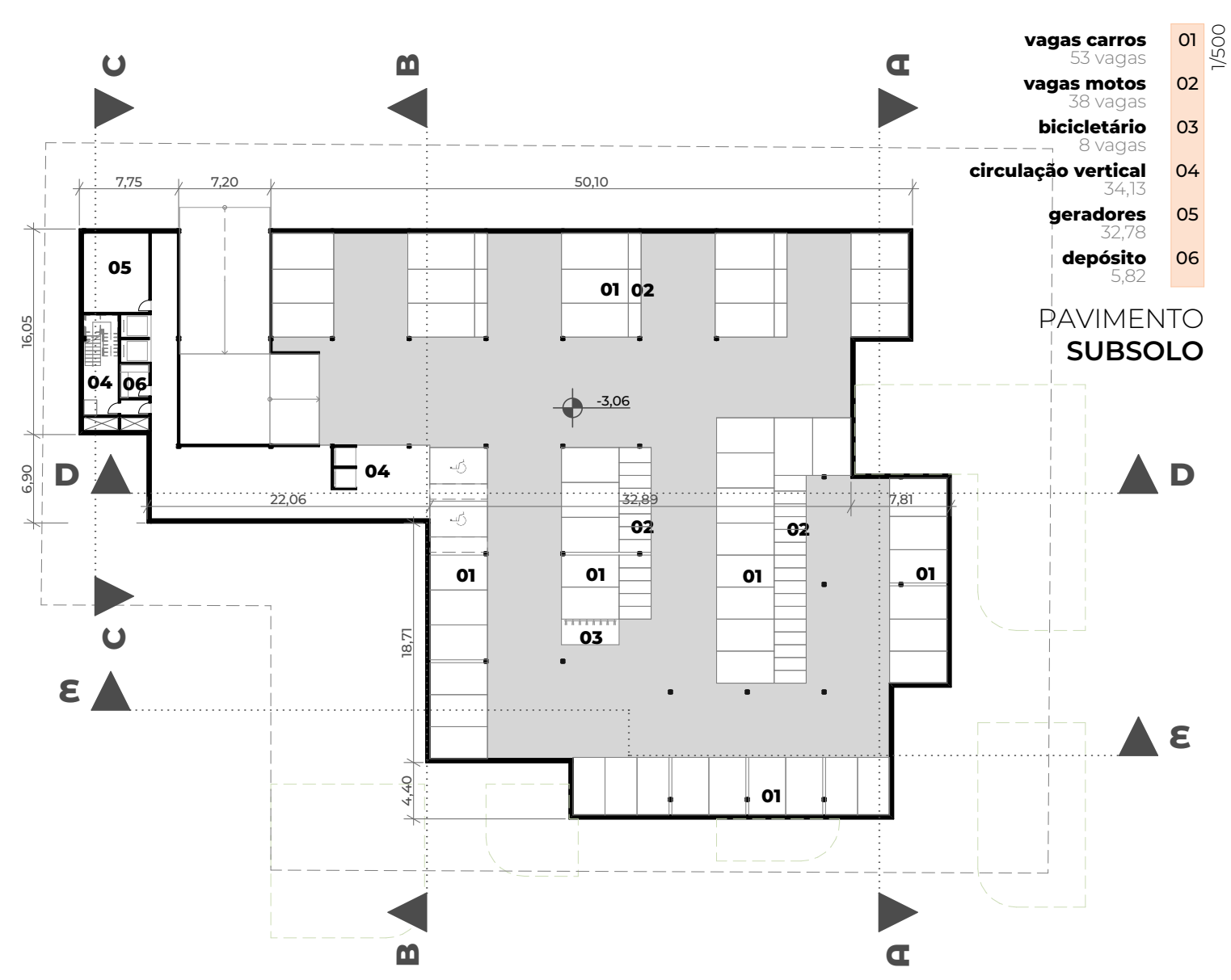




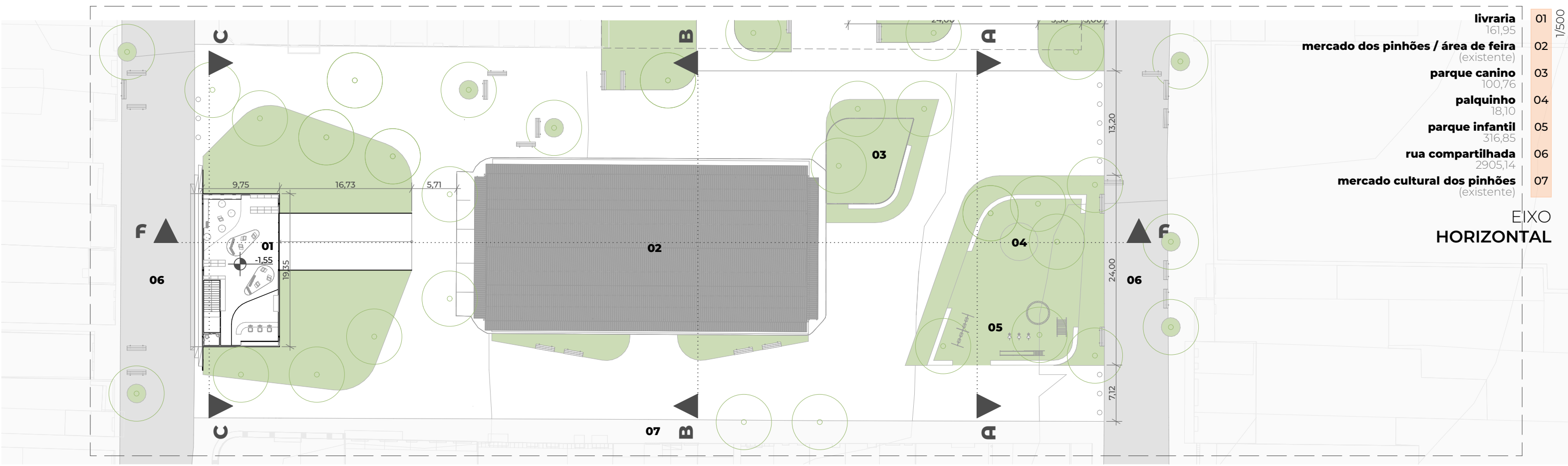
barrilete	01	1/250
telhado	02	
circulação vertical	03	
depósito	04	
apartamento A	05	
apartamento B	06	
apartamento C	07	
apartamento D	08	



RELAÇÃO
MERCADO DOS PINHÕES
LIVRARIA
RUA COMPARTILHADA



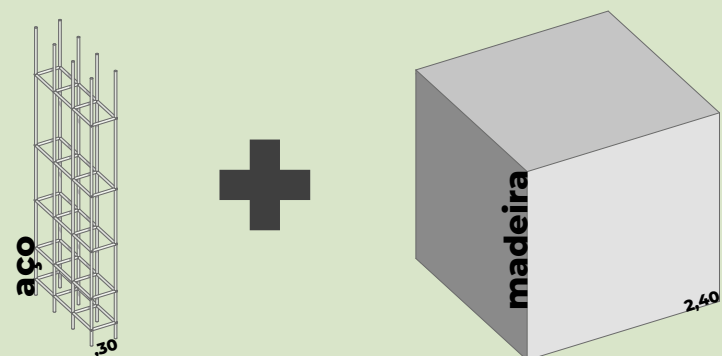
vagas carros	01	1/500
vagas motos	02	
bicicletário	03	
circulação vertical	04	
geradores	05	
depósito	06	



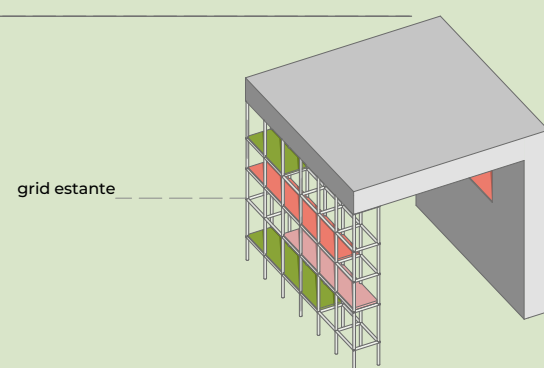
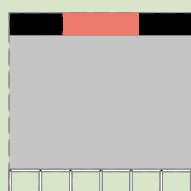
livraria	01	1/500
mercado dos pinhões / área de feira (existente)	02	
parque canino	03	
palquinho	04	
parque infantil	05	
rua compartilhada	06	
mercado cultural dos pinhões (existente)	07	

MOBILIÁRIO

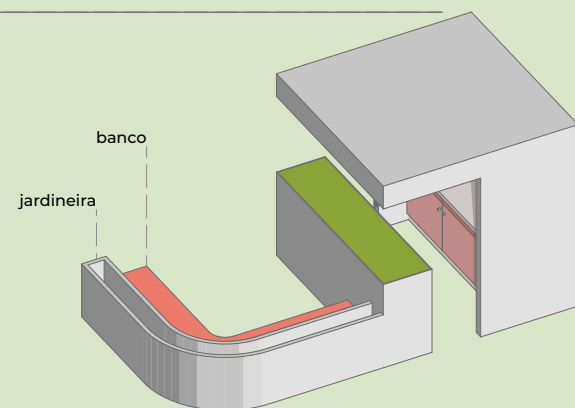
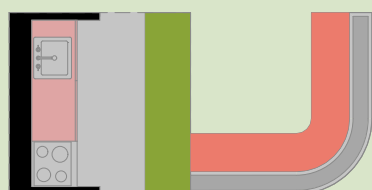
EVOLUÇÃO



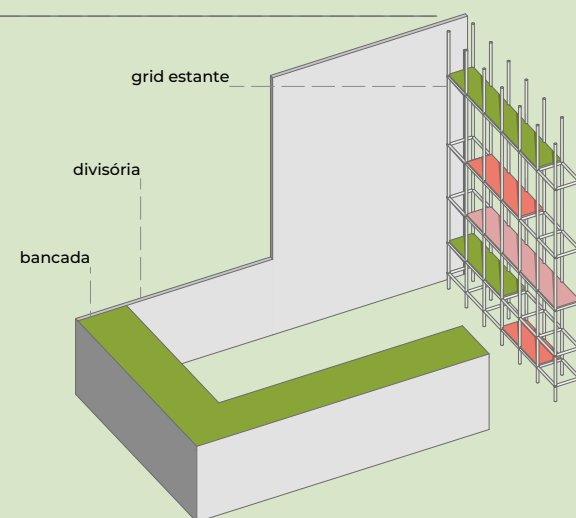
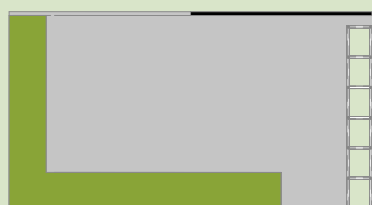
quiosque | loja mercado aberto



quiosque | lanches mercado aberto



quiosque | multiuso mercado coberto



Mobiliário

Como forma de extensão do Mercado para a praça e de efetivação da feira livre, dois quiosques principais foram confeccionados para a área externa. Ambos se comunicando formalmente com o do salão do mercado.

Partindo do princípio que juntamos um cubo de madeira de 2,40m e um grid de aço de profundidade de 30cm, dois usos foram desenhados para os módulos que habitariam a praça.

O primeiro quiosque toma forma de uma loja, formado pela junção de duas faces do cubo em forma de L e outra das faces constituída pelo grid, servindo como estantes de exposição de produtos. A intenção é que este não barre a vista nem a passagem na praça, por isso foi deixado um vão no meio do equipamento, além de uma abertura na face oposta a estante.

O segundo consiste em uma lanchonete. Mantendo as faces em L como o anterior, mas agora com meia face em cada lado perpendicular para auxílio na cocção. Apesar de não apresentar livre passagem como o primeiro, este se comunica com a praça pela adição de outro módulo de 2,40 no formato de um banco/jardineira. O grid, porém, não se faz tão visível, mas está presente como forma de prateleiras no interior do quiosque.

Para o balcão do mercado, utilizou-se da bancada e divisórias de madeira e do grid-estante, mas este apresenta formatos variados, as vezes até com ausência da divisória. A imagem ao lado representa uma das forma que esse quiosque se desenvolve no mercado, exemplificando suas características básicas.

Considerações finais

Ao analisar a evolução do comércio conjuntamente com a história humana nota-se que uma relação cotidiana saudável foi presente por um longo tempo. O comércio era a princípio nada além de um diálogo seguido de uma troca. Dessa forma ele fomentava a interação humana; rostos eram gravados, amizades feitas, e sentimentos gerados. Era, além de uma necessidade de sobrevivência, um momento de lazer em comunidade.

Entretanto, com a revolução industrial muito mudou e foi perdido. A crescente ambição de lucro máximo e rápido fragmentou o comércio, removendo quase sempre o diálogo da equação e deixando apenas a troca. As transações continuaram indispensáveis, porém, o dia a dia se torna cada vez mais vazio e recluso de interação social.

Através desse projeto tentou-se quebrar essa barreira da solidade recorrente. Não apenas reproduzindo o passado e esperando que funcionasse, mas aplicando uma releitura ao antigo arquétipo. O mercado apenas por si só está em decadência, não podemos esperar que as pessoas deixem sua comodidade de ir ao supermercado de repente, temos que oferecer algo a mais.

Foi daí que saiu a mistura de usos e dinamismos de horários. A variedade de atividade eleva o mercado de obrigação à experiência. Originando um local heterogêneo e vivo, que se dá curiosidade de percorrer e que se cria uma necessidade de estar ali só o encaixa no seu dia a dia.

Além disso, incluindo a praça, originalmente adjunta ao mercado, torna o acesso ao equipamento mais democrático e fácil, ficando em aberto a oportunidade de se gerar novos usos ainda não imaginados, deixando para sociedade escolher o que estar por vir.

Por fim, espero que essa discussão tenha lhe provido de esperança, assim como me provocou, de que projetos arquitetônicos distintos, como a releitura de mercado-praça, possa resgatar o convívio social.

Bibliografia

ALEX, Sun. Projeto da Praça: Convívio e exclusão no espaço público. São Paulo: SENAC, 2008.

BARBOSA, Renata Horn. Arquitetura e cidade: Fortaleza no final do século XX. São Paulo: FAUUSP, 2006. Dissertação (Mestrado de Arquitetura).

BASSOLS, Manuel; BAÑALES, José Luis. Los Mercados Públicos en la Ciudad Contemporánea. El Caso de Barcelona. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, ago. 2007, vol. XII, núm. 744. <<http://www.ub.edu/geocrit/b3w-744.htm>>

CAPELO FILHO, José. Mercado de Ferro; Notas sobre a restauração do mercado dos pinhões. Fortaleza: Oficina de Projetos S/C Ltda. 2003

GEHL, Jan. Cidade Para Pessoas. São Paulo. Perspectiva LTDA. 2017.

MERCATS DE BARCELONA (Barcelona) (Ed.). Direct economic impact of Barcelona's Network of Municipal Markets.2007. Disponível em: <<http://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/content/direct-economic-impact-barcelonas-network-municipal-markets>>. Acesso em: 11 set. 2018.

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

NEUFERT, E. A arte de projetar em arquitetura. São Paulo: Gustavo Gili. 1974.

NBR9050 – Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, ABNT, 2004.

OLIVEIRA JÚNIOR, José Vanildo. Fluxograma do Processo de Planejamento Arquitetônico Aplicado a Mercados Públicos. 2006. 146 f. Dissertação (Mestrado de Engenharia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

PELLEGRINO, Paulo Renato Mesquita; MOURA, Newton Célio Becker de. Estratégias para uma infraestrutura verde. [S.l: s.n.], 2017.

PINTAUDI, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço da história urbana. Scripta Nova. Revista electrónica de geografia y ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, ago. 2008, vol. X, núm. 218 (81). <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>>

PMF/IPLAM. Lei de Uso e Ocupação do Solo. Fortaleza, Iplam, 1996.

PMF/SUPLAM. Código de Obras e Posturas do Município de Fortaleza. Fortaleza, Suplam, 1982.

PROJECT FOR PUBLIC SPACES (Nova York) (Ed.). Market cities: barcelona offers a hopeful glimpse of the future. 2014. Disponível em: <[://whhttpsww.pps.org/article/market-cities-barcelona-offers-a-hopeful-glimpse-of-the-future](https://www.pps.org/article/market-cities-barcelona-offers-a-hopeful-glimpse-of-the-future)>. Acesso em: 10 set. 2018.

RENNÓ, Raquel. Do mármore ao vidro: mercados públicos e supermercados, curva e reta sobre a cidade. São Paulo, Annablume, 2006.

TORRES, Desire Blum Menezes. Espaço urbano: Supermercado de Rede: aproximação e distanciamento. Revista Cordis. V.6. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011. <<http://revistas.pucsp.br/index.php/cordis/article/view/10297>>

VARGAS, Heliana Comin. O Espaço Terciário. São Paulo. SENAC, 2001.

