

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA

REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO PÚBLICO 18 DE AGOSTO DE
GARANHUNS-PE

Recife

2019

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

Larissa Mayara Costa Almeida

**REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO PÚBLICO 18 DE AGOSTO DE
GARANHUNS-PE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para a Graduação no Curso de Arquitetura e Urbanismo, sob a orientação do Prof. Dr. Pedro Henrique Cabral Valadares.

Recife

2019

Catálogo na fonte
Bibliotecário Ricardo Luiz Lopes CRB-4/2116

A447r Almeida, Larissa Mayara Costa.
Requalificação do mercado público 18 de agosto de Garanhuns-PE / Larissa Mayara Costa Almeida. - Recife, 2019.
69 f. : il. color.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Henrique C. Valadares.
Trabalho de conclusão de curso (Monografia – Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, 2019.
Inclui bibliografia.

1. Arquitetura. 2. Intervenção. 3. Requalificação. I. Valadares, Pedro Henrique C. II. Faculdade Damas da Instrução Cristã. III. Título

72 CDU (22. ed.) FADIC (2019-282)

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

Larissa Mayara Costa Almeida

**REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO PÚBLICO 18 DE AGOSTO DE
GARANHUNS -PE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para a Graduação no Curso de Arquitetura e Urbanismo, sob orientação do Prof.º Dr. Pedro Henrique Cabral Valadares.

Aprovada em _____ de 2019

BANCA EXAMINADORA

Dr^a. Mércia Carréra de Medeiros, FADIC
Primeira examinadora

Me. Maria Izabel Rego Cabral, IFPE - Sertão
Segunda examinadora

Dr. Pedro Henrique Cabral Valadares, FADIC
Orientador

Recife
2019

Dedico este trabalho aos meus pais, meu irmão e amigos, que estiveram sempre me apoiando, e aos professores pelos conhecimentos obtidos ao longo do curso e por me fazerem me apaixonar cada dia mais por arquitetura e urbanismo.

AGRADECIMENTOS

A Deus e a Nossa Senhora, por terem acompanhando todas as minhas jornadas, me dando forças para seguir.

Agradeço aos meus pais, Ana e Jaime, por não me deixarem esquecer não apenas de quem sou, mas do melhor que posso vir a ser. Sem eles eu não chegaria até onde eu cheguei. Obrigada não só por terem acreditado no meu sonho, mas por terem investido em mim para que ele pudesse se realizar. Obrigada por existirem em minha vida e por tudo o que sempre fizeram e continuam a fazer por mim. Tudo o que sou hoje veio de vocês.

Ao meu irmão, Caio Rafael, que foi a pessoa que se fez mais presente durante os meus cinco anos de curso. Obrigada por tudo, por me ajudar em tudo o que eu precisava, pelas opiniões sinceras, pelos incentivos, sei que você só faz por mim. Obrigada por estar comigo nas horas em que eu mais preciso, eu não seria metade do que sou hoje sem você.

Ao meu namorado que sempre me incentivou, me apoiou, consolou e compreendeu todos os dias em que estive estressada por conta da Faculdade. Ele que não mediu esforços para me ajudar a prosseguir essa caminhada e que está sempre ao meu lado nos piores e melhores momentos da vida.

As minhas amigas de Garanhuns por sempre me dar motivos pra nunca desistir, pela compreensão das ausências e pelo afastamento temporário. E as minhas amigas de Recife que estavam sempre do meu lado nos meus momentos de agonia.

A minha cunhada Laura que mesmo longe, sempre me mandando aquela mensagem, aquela palavra de conforto.

Agradeço ao meu caríssimo orientador, Pedro Valadares, que vem me acompanhando desde o início do curso e foi muito além de um professor, sem ele ao meu lado, eu não conseguiria. Obrigada por todas as oportunidades, por não me deixar desistir e acreditar no meu potencial desde o início, você é e sempre será peça fundamental no meu crescimento como ser humano e profissional.

Por fim, agradeço a todos os que fizeram parte da minha vida acadêmica de forma direta ou indireta, em especial aos meus familiares que sempre acreditaram no meu potencial e nunca me deixaram baixar a cabeça.

"Para tudo há um tempo, para cada coisa há um momento debaixo do céu: tempo de nascer e tempo de morrer; tempo de plantar e tempo de arrancar o que se plantou."

Eclesiastes (3, 1-2)

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo propor a requalificação do Mercado Público 18 de Agosto, localizado em Garanhuns (PE), a fim de fazer uma reorganização interna, de modo a melhor atender às necessidades dos seus usuários, valorizando o patrimônio histórico e cultural da cidade. Têm-se como questão norteadora: em que medida é possível conciliar estas atividades de modo a eliminar os atuais transtornos e subutilizações no interior do mercado, ao passo em que tais atividades permaneçam atendendo à população de modo adequado. Parte-se da hipótese de que a conciliação adequada destas atividades é possível por meio de uma requalificação física, mantendo ao máximo as suas características originais. Para a verificação da hipótese, foi utilizado como referencial teórico o conceito de **requalificação de áreas históricas** embasados na abordagem de Moura et Al (2006), Moreira (2007), Cedru (1990), Neto (1992), Greer (1998), Lima (2017), Peixoto (2009), Carta de Lisboa (1995), Coutinho e Vidal (2007), Moura (2006), Instituto do Programa Monumenta (2005), Iphan (2015), Sotratti (2015). O método de abordagem utilizado foi o **hipotético-dedutivo** segundo Bunge (1980), além do **método histórico** e **estudo de caso** como métodos de procedimento, tendo como técnicas de pesquisa: pesquisas documentais através da história e projetos; pesquisa bibliográfica de autores que abordaram o conceito de requalificação urbana; observação em campo com visitas sistemáticas no Mercado Público 18 de Agosto de Garanhuns (PE); levantamento fotográfico dos vários momentos do mercado; casos de referência de obras de natureza similar à pretendida no projeto. Os resultados obtidos através da pesquisa confirmam a hipótese de que a proposta de requalificação para o mercado, é possível melhorar o seu reordenamento do espaço, sem interferir nas suas características originais, adequando a todos os frequentadores e comerciantes, com a aproximação da realidade do local.

Palavras-chaves: Intervenção. Requalificação. Mercado público 18 de agosto.

ABSTRACT

The objective of this work is to propose the requalification of Mercado Público 18 de Agosto, located in Garanhuns (PE), aiming to make an internal reorganization, leading to more efficient systems to meet the needs of its users, while continuing to value the historical and cultural heritage of the city. Therefore, the pertaining question is: to what extent is it possible to reconcile the current activities in order to eliminate existing disruptions and underutilization within the market, while maintaining such activities adequate to serve the population? Accordingly, it is hypothesized that adequate reconciliation of these activities is possible through physical requalification of the market while maximizing the preservation of the original and essential characteristics. To verify this hypothesis, the concept of **requalification of historical areas** based on the approach of Moura et Al (2006), Moreira (2007), Cedru (1990), Neto (1992), Greer (1998), Lima (2017), Peixoto (2009), Carta de Lisboa (1995), Coutinho e Vidal (2007), Moura (2006), Instituto do Programa Monumenta (2005), Iphan (2015), Sotratti (2015), was utilized as theoretical reference. The approach used in this work was **hypothetical-deductive** according to Bunge (1980), as well as the **historical method** and **case studies**, as procedural methods. Furthermore, the research techniques utilized include: documental research through history and projects, bibliographical research from authors that addressed the concept of urban requalification, field observation with systematic visits to Mercado Público 18 de Agosto, photographic survey from various moments in the market, and, finally, reference cases of works with similar nature to that intended in this project. The results obtained through the research confirm the hypothesis that, through the proposal of requalification for the market, it is possible to improve its spatial organization without interfering with its original characteristics, adapting to all the regulars and traders, with the approximation of the local reality.

Keywords: Intervention. Requalification. Mercado Público 18 de Agosto.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de Figuras

Figura 1: Comércio do Porto Alegre	21
Figura 2: Início da construção do mercado público	22
Figura 3: Pavilhão de Les Halles.....	22
Figura 4: Mercado de São José	23
Figura 5: Pavilhão do mercado de peixe em Belém	23
Figura 6: Comércio informal	24
Figura 7: Primeiro mercado de carne	27
Figura 8: Prédio da companhia de melhoramentos de Garanhuns	28
Figura 9: Motores Sulzer a óleo e gás.....	29
Figura 10: Antiga usina	29
Figura 11: Edifício da usina geradora de eletricidade em Garanhuns.....	30
Figura 12: Volumetria do mercado	31
Figura 13: Fachada com cobogós	31
Figura 14: Corredores ocupados com produtos	33
Figura 15: Corredores com linha amarela	33
Figura 16: Esquadrias e cobogós.....	33
Figura 17: Corredores com produtos.....	34
Figura 18: Boxes sem manutenção	34
Figura 19: Boxes fechados, sem utilizações	35
Figura 20: Tráfego com dificuldades no entorno do mercado	35
Figura 21: Entorno do mercado.....	36
Figura 22: Entorno com o Pop Shop	36
Figura 23: Feira livre com bancas de frutas e verduras	37
Figura 24: Imagem satélite indicando a localização do mercado e seu entorno	39
Figura 25: Perspectiva do mercado.....	39
Figura 26: Vista superior do mercado	40
Figura 27: Interior do mercado	41
Figura 28: Setorização de cada pavimento	41
Figura 29: Planta baixa do pavimento térreo.....	42
Figura 30: Planta baixa do primeiro pavimento	42
Figura 31: Corte longitudinal e transversal	43

Figura 32: Vista do mercado	43
Figura 33: Imagem satélite indicando a localização do mercado e seu entorno	45
Figura 34: Implantação geral indicando os acessos e circulação.....	46
Figura 35: Perspectiva do mezanino com o mercado e exterior entre o edifício principal e os anexos	46
Figura 36: Planta baixa do mezanino mostrando fluxos e usos	47
Figura 37: (a) Vista dos corredores para os Vitrais / (b) Vista do mezanino para os Vitrais	48
Figura 38: Corte	48
Figura 39: Imagem de satélite indicando a localização do mercado e seu entorno ..	49
Figura 40: Implantação do St. Lawrence Market	50
Figura 41: Croqui que representa a integração entre os edifícios existentes	51
Figura 42: Maquete do edifício	52
Figura 43: Interior do edifício.....	53
Figura 44: Vista externa do mercado e integração com as ruas vizinhas	53
Figura 45: Setorização em corte do mercado.....	54
Figura 46: (a) Corte do mercado – Ventilação cruzada / (b) Corte do mercado – Iluminação natural	54
Figura 47: Edifício integrado com o entorno.....	55
Figura 48: Revestimento cerâmico.....	62
Figura 49: Fachada sul com elementos salientes	62

Lista de Quadros

Quadro 1: Levantamento do Mercado Público 18 de Agosto	32
Quadro 2: Avaliação dos pontos positivos e negativos dos casos de referência	57
Quadro 3: Programa de necessidades do Mercado	61

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. REQUALIFICAÇÃO DE ÁREAS HISTÓRICAS.....	16
3. OS MERCADOS PÚBLICOS	20
4. O MERCADO PÚBLICO 18 DE AGOSTO	27
4.1 Contextualização histórica	27
4.2 Situação atual	31
5. CASOS DE REFERÊNCIA.....	38
5.1 Mercado Público de Lages.....	38
5.2 Mercado Municipal de São Paulo.....	43
5.3 St. Lawrence Market North.....	48
5.4 Análise dos casos de referência	55
6. PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO.....	58
6.1 Aspectos legais	58
6.1.1 NBR 9050.....	58
6.2 Diretrizes projetuais	60
6.3 Proposta Arquitetônica.....	60
6.3.1 Conceito	60
6.3.2 Programa de necessidades.....	60
6.3.3 Memorial.....	61
7. CONCLUSÃO	64
REFERÊNCIAS	66
APÊNDICE A – Anteprojeto do Mercado Público 18 de Agosto	69

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste na proposta de requalificação do Mercado Público 18 de Agosto de Garanhuns (PE), a fim de fazer uma reorganização interna, de modo a melhor atender às necessidades dos seus usuários, valorizando o patrimônio histórico e cultural da cidade.

O Mercado Público 18 de Agosto tem grande relevância para a história de Garanhuns, principalmente pelo papel central que ele desempenha na dinâmica diária da cidade, funcionando, inclusive, como âncora para a feira e o comércio informal que o cercam. Este mercado é o único de domínio público que comercializa carne no município, o que o torna ainda mais importante para seus usuários.

Apesar da importância do Mercado 18 de Agosto, as atividades que ele abriga ocorrem atualmente de modo desordenado, assim como em seu exterior, onde a feira e o comércio informal se desenvolvem de modo precário e em conflito com a circulação de transeuntes e veículos. Além disso, os ambientes apresentam insalubridade devido à presença de ferragens oxidadas, manchas de umidade, limpeza deficiente, entre outros aspectos.

Sendo assim, devido à relevância do Mercado Público 18 de Agosto para o município de Garanhuns, faz-se necessário elaborar um estudo que aponte uma possível solução de requalificação que vise a conciliação das atividades comerciais internas, de modo a garantir, também, a preservação deste edifício importante no desenvolvimento urbano da cidade.

Considerando que tanto o mercado como o comércio de seu entorno são agentes importantes na dinâmica de Garanhuns, o presente trabalho questiona em que medida é possível conciliar estas atividades de modo a eliminar os atuais transtornos e subutilizações no interior do mercado, ao passo em que tais atividades permaneçam atendendo à população de modo adequado. A pesquisa parte da hipótese de que a conciliação adequada destas atividades é possível por meio de uma requalificação física, mantendo ao máximo as suas características originais.

Conseqüentemente, o objetivo geral da pesquisa é apresentar um anteprojeto arquitetônico para requalificação do Mercado Público 18 de Agosto, internamente, de modo a oferecer maior qualidade em seu funcionamento para a população, em

paralelo com a preservação de sua importância histórica. Tem-se como objetivos específicos:

- Propor soluções arquitetônicas para reordenamento do espaço interno do mercado;
- Propor uma praça de alimentação;
- Criar melhores condições de iluminação natural.

Com relação ao apoio teórico, o conceito sob o qual a pesquisa se desenvolve é a **requalificação de áreas históricas**, baseado nos estudos de Moura et Al (2006), Moreira (2007), Cedru (1990), Neto (1992), Greer (1998), Lima (2017), Peixoto (2009), Carta de Lisboa (1995), Coutinho e Vidal (2007), Moura (2006), Instituto do Programa Monumenta (2005), Iphan (2015), Sotratti (2015).

O método de abordagem adotado é o **hipotético-dedutivo** segundo Bunge (1980) que se baseia na proposição de um problema de pesquisa e uma hipótese acerca deste a ser analisada durante a pesquisa. Como métodos de procedimento serão utilizados o **método histórico**, pelo qual se analisará o mercado público e o **estudo de caso**, através dos quais se analisará o processo de ocupação do objeto de estudo. Quanto as técnicas de pesquisa, seguiu-se as seguintes etapas:

- Etapa 1: pesquisas documentais em acervos da Prefeitura Municipal de Garanhuns e do Instituto Arqueológico Histórico e Geográfico de Pernambuco (IAHGP) através da história e projetos;
- Etapa 2: pesquisa bibliográfica de autores que aborda o conceito de requalificação urbana;
- Etapa 3: observação em campo com visitas sistemáticas no Mercado Público 18 de Agosto de Garanhuns (PE);
- Etapa 4: levantamento fotográfico dos vários momentos do Mercado Público 18 de Agosto, a fim de compreender o processo histórico do Mercado e sua situação atual;
- Etapa 5: casos de referência de obras de natureza similar à pretendida neste projeto, de modo a constituir um conjunto de diretrizes para a elaboração da proposta de requalificação do referido mercado.

Este trabalho está organizado em sete capítulos, sendo o capítulo 1 referente a essa introdução. No capítulo 2 trata do referencial teórico da pesquisa, a abordagem do

conceito de **requalificação de áreas históricas**. Em seguida, o capítulo 3 aborda sobre os primeiros Mercados Públicos no Brasil. Depois disso, inicia-se o capítulo 4 que engloba a contextualização histórica e a situação atual do Mercado Público 18 de Agosto de Garanhuns. Posteriormente o capítulo 5 apresenta casos de referência que irá basear no projeto de requalificação do mercado. Já no item 6 refere-se a proposta de requalificação para o Mercado, seus aspectos legais, diretrizes projetuais e a proposta arquitetônica. E por fim, o capítulo 7 corresponde as conclusões da pesquisa e resultados obtidos.

2. REQUALIFICAÇÃO DE ÁREAS HISTÓRICAS

Apesar de ser uma edificação relativamente jovem, exemplar do Movimento Moderno, o mercado público de Garanhuns possui grande relevância para a história da cidade, o que justifica a sua preservação. Entretanto, os problemas atualmente existentes neste mercado, que serão abordados mais adiante neste trabalho, tornam necessária a elaboração de um projeto de requalificação, de modo a oferecer uma estrutura melhor para seus usuários. Sendo assim, faz-se necessário abordar algumas questões teóricas no âmbito da requalificação de edificações históricas.

Para o Mercado 18 de Agosto, pretende-se propor uma reforma interna que vise dar-lhe novas qualidades espaciais e funcionais, atendendo ao que se considera Requalificação. Segundo a Carta de Lisboa (1995), a Requalificação tem a finalidade de dar uma atividade adaptada ao local e seu contexto.

Diante disso, as intervenções seguem a mesma linha de pensamento em relação ao objeto de estudo, que são as áreas e/ou edifícios degradados. Sobre revitalização é possível observar que trata-se de um conceito mais integrador, que não foca especificamente no objeto a ser modificado, mas sim a intervenção sobre essa localidade que será o resultado de todo um processo de mudanças sociais, econômicas, culturais e sustentáveis.

[...] A revitalização assenta na implementação de um processo de planeamento estratégico, capaz de reconhecer, manter e introduzir valores de forma cumulativa e sinérgica. Isto é, intervém a médio e longo prazo, de forma relacional, assumindo e promovendo os vínculos entre territórios, actividades e pessoas. Não é, portanto, um projecto, ou uma soma de vários projectos ou de programas introduzidos num dado território, procurando-se antes garantir uma operação sustentável, a níveis diferenciados, mas em interdependência no desenho da intervenção ou na sua implementação, como: 1. a performance económica e financeira (“economic viability”); 2. a sustentabilidade física e ambiental (“environmental responsibility”); e 3. a coesão social e cultural (“social and cultural equity”). Assim, a revitalização urbana obriga a intervir na melhoria da qualidade do ambiente urbano, das condições socioeconómicas ou no quadro de vida de um determinado território (‘território de revitalização urbana’), baseando-se numa visão global, actuando de forma integrada e concertando muitos domínios e dimensões de intervenção (MOURA, 2006, p. 21).

De acordo com o Programa Monumenta do IPHAN (2005), a revitalização trata de:

[...] Conjunto de operações desenvolvidas em áreas urbanas degradadas ou conjunto de edificações de valor histórico de apoio à “reabilitação” das estruturas sociais, económicas e culturais locais,

procurando a conseqüente melhoria da qualidade geral dessas áreas ou conjuntos urbanos [...] (IPHAN, 2005)

Ainda sobre revitalização, é possível definir como encontrado no Dicionário do Patrimônio Cultural do IPHAN (2015):

Todas essas denominações se referem comumente à estratégia de valorização de áreas dotadas de patrimônio cultural que passam por processos degradativos. Por meio de uma refuncionalização dirigida e estratégica, o emprego de funções vinculadas ao capitalismo global, como turismo, cultura, negócios, comércio e residências, é incentivado nessas ações de planejamento urbano (SOTRATTI, 2015).

Desta forma, o termo revitalização está ligado ao ato de promover intervenções de modo integrado em todas as categorias relativas ao planejamento através da reordenação e proposição de elementos que possam atrair os usuários. O termo revitalização pode ser facilmente atribuído à requalificação devido à similaridade com que se desenvolvem os processos.

O discurso central da requalificação urbana evidencia a tentativa de inclusão social de uma população marginal em novos espaços saudáveis e revalorizados, onde relações sociais incluídas seriam estabelecidas e reforçadas por novas funções urbanas (SOTRATTI, 2015).

Para Moreira (2007), a utilização do termo requalificação é muito recente em Portugal, aparecendo apenas no fim dos anos 80. Nos vocabulários urbanísticos publicados até 1998, não aparece este termo, sendo usados os termos revitalização, reabilitação ou ainda recuperação para designar aparentemente o mesmo processo. No documento de apresentação da Valorização de Lisboa (VALIS) em 1990 refere-se ao termo requalificação.

Recuperar o sentido da localização residencial das populações, através de múltiplas ações e medidas, que vão da infraestrutura à valorização da imagem interna e externa, passando pela provisão dos adequados serviços e pela equidade no acesso ao emprego. Todos os caminhos, da nova rua ou da nossa aldeia deverão levar à Metrópole, sem traumas de regresso (s). A estratégia deve levar a ações que permitam descobrir e qualificar a alma dos lugares, pela nossa memória, pela vivência, pelo patrimônio – o que se herdou e importa valorizar, como também o que se deve construir no espírito do tempo (CEDRU, 1990, p. 5)

Segundo Moreira (2007), o termo requalificação, ou em inglês *regeneration*, surgiu na década de 80 na Inglaterra. Por meio das traduções para outros idiomas, o termo

passou a adquirir derivações linguísticas, como: revitalização, reanimação, reabilitação, renovação, recuperação.

Por recuperação urbana entende-se o conjunto de operações tendentes a reconstituição de um edifício ou conjunto degradado, ou alterado por obras anteriores sem qualidade, sem que, no entanto, esse conjunto de operações assuma as características de um restauro (MOREIRA, 2007, p. 5).

Já para Neto (1992) e Greer (1998) o termo requalificação é definido como reciclagem, que consiste no processo de modificação de uma construção ou área externa para o mesmo uso ou um uso diferente do qual ela foi originalmente concebida, dando-lhe novas qualidades, sejam elas estéticas ou funcionais.

[...] A requalificação é utilizada para ações que procuram o reordenamento, proteção e a recuperação dos centros urbanos, sempre integrando as questões econômicas, ambientais e socioculturais para uma melhor qualidade de vida. Procurando impulsionar a introdução ou a reintrodução de atividades urbanas, a requalificação propõe ações para a proteção de áreas degradadas e voltadas para o enquadramento contemporâneo, trazendo, assim, uma nova centralidade para a região. Com essas características, a requalificação pode ser conhecida, também, com uma política de centralização urbana (LIMA, 2017, p.15).

A requalificação é, acima de tudo, um instrumento para a melhoria da qualidade de vida da população, promovendo a construção e recuperação de equipamentos e infraestruturas e a valorização do espaço público com medidas de dinamização social e econômica, através de melhorias urbanas, de acessibilidade, etc. (MOURA, et. al., 2006), englobando processos de alteração em uma área urbana ou edificação, geralmente com a ideia de lhe dar nova função, diferente daquela pré-existente.

Peixoto (2009) menciona que, na Carta de Lisboa (1995), a requalificação refere-se geralmente a operações destinadas a espaços não residenciais, sendo que as mesmas apostam em desenvolver nesses espaços novas atividades adaptadas aos contextos urbanos contemporâneos. A requalificação urbana dirige-se mais ao seu entorno e ao espaço público, o objetivo último da requalificação passa por (re)introduzir “qualidades urbanas de acessibilidade ou centralidade a uma determinada área” (PEIXOTO, 2009, p. 46).

Neste sentido, Peixoto (2009) diz que o termo requalificação pode ser considerado sinônimo para uma realidade que busca conjugar a reabilitação física, arquitetônica e urbana dos centros históricos visando uma revalorização das atividades econômicas e culturais que se desenvolvem. Mencionando Peña, o autor diz que o objetivo da

requalificação é conservar e reabilitar o patrimônio do centro histórico, devolvendo a sua importância funcional mediante a requalificação das atividades comerciais e dos serviços tradicionais, além de outros, que tornam o local mais atraente para aqueles visitantes interessados pela história e pela cultura locais.

A partir do que foi exposto até aqui, é possível afirmar que diante dos conceitos tão semelhantes como revitalização e requalificação, ambos referem-se à recuperação de espaços urbanos e/ou arquitetônicos, promovendo novos usos, mas integrando também a população local e tornando o local a ser modificado mais atraente para quem vai utilizá-lo. Com isto, pode ser considerado como princípio fundamental das intervenções urbanas mais utilizadas hoje em dia, a partir de problemas gerados pela urbanização, promover condições de vitalidade urbana para os usuários através de ações que resultam em espaços seguros, atraentes e humanizados.

As novas formas de comercialização constituem-se em ameaça à existência dos Mercados Públicos. Atualmente, estes espaços não se configuram mais na única alternativa, tanto para o comércio quanto para o lazer. Os dias atuais pedem uma reconfiguração dos Mercados Públicos para novas formas de uso. A preservação de um espaço público busca valorizar sua importância histórica, arquitetônica, cultural e econômica. Assim, conforme Coutinho e Vidal (2007), o projeto de requalificação de um Mercado Público pretende devolver para a cidade um equipamento adequado à época atual, para o desenvolvimento de atividades de comércio, serviços, cultura e lazer, sem que isso afete a estrutura e a função original dos Mercados.

3. OS MERCADOS PÚBLICOS

Os mercados têm grande importância no cenário econômico e social de uma cidade, sendo o principal ponto de encontro entre vendedores e compradores de qualquer comunidade urbana desde a antiguidade, transformando-se pela tradição, em centro de convívio onde melhor encontra-se retratada uma cidade (LINS, 2007).

Entende-se por Mercado Público como um espaço público, de fato, formador do meio ambiente urbano, onde as pessoas se encontram no dia a dia por interesses comuns. Sendo assim, esse espaço público possui uma centralidade que atrai pessoas, estabelecendo relações de troca, podendo ser econômica ou simbólica.

Mercado é um lugar de grande movimentação de pessoas, onde são comercializados produtos e serviços, como gêneros alimentícios e artesanato de acordo com a tradição popular da cidade, local geográfico de grande influência, local pertencente ao povo, aberto a qualquer conjunto de pessoas de grupos sociais diversos. O local serve também para realização de eventos culturais. Este espaço expressa a verdadeira identidade da população.

O trajeto da história dos mercados está diretamente relacionado ao histórico da consolidação das cidades, ao que pode considerar “uma relação umbilical” (VARGAS, 2001, p.11). Estes espaços respondiam às necessidades de abastecimento da população urbana e das regiões mais próximas, o que garantiam a articulação política, territorial e econômica da sua região de influência.

A palavra mercado, significa “lugar de venda de gêneros alimentícios e outras mercadorias”, ou seja, lugar de compra e venda ou de troca. O encontro e o contato direto entre vendedores, compradores, viajantes que permite um jogo de trocas, pois a troca supõe a conversa para que o negócio seja efetivado (VARGAS, 2001, p.15). Desta forma, é possível reconhecer os lugares de mercado enquanto espaços de sociabilidade, uma vez que estes constituem de uma interação recíproca entre indivíduos, através de costumes predominantes ou pelo comportamento relacionado às atividades, as quais neles, historicamente teceram seu lugar.

Nos tempos mais antigos, o mercado era o local onde, sobretudo, vendiam "gêneros alimentícios em primeira mão" (BRAUDEL, 1985, p. 17) sendo a forma mais transparente e direta para a troca.

Mesmo na economia mais crua, alguma forma de distribuir os excedentes e trocar produtos especiais de demanda limitada deveria ser encontrada, quer pela simples troca, quer por meio de presentes, quer em banquetes (MUMFORD, 2004, p. 86).

Filgueiras (2006) analisa a possibilidade destes lugares de mercado ser a criação das localidades centrais. Os lugares dos mercados, particularmente, se desenvolviam nas áreas centrais das cidades, áreas que sempre foram caracterizadas como lugares de encontro, condensadores de fluxos, da diversidade de atividades e significados. O mercado correspondia à “principal razão da cidade como lugar de trocas e serviços” (LAMAS, 2000, p. 154).

Os mercados públicos iniciaram-se através de interesses socioeconômicos, pela Revolução Industrial, onde a economia só evoluía. Com interesses nas construções de pavilhões, ferrovias, armazéns, lojas de departamentos, foram elaborados projetos de mercados públicos e de outros equipamentos de infraestrutura urbana, que serviram para a reorganização do espaço urbano nas cidades, tanto na Europa, onde surgiu a ideia, como no Brasil, que se interessou pelo fato da sua economia estar em evolução.

No início do século XIX, assim como ocorreu nas grandes cidades europeias, tais como Londres, Paris e Berlim, iniciou-se a implantação dos mercados públicos no Brasil, principalmente devido ao crescimento das cidades em decorrência da vinda da família real portuguesa ao país (Figuras 1 e 2).

Figura 1: Comércio do Porto Alegre



Fonte: Portoalegrenacopa, 2019.

Figura 2: Início da construção do mercado público



Fonte: Portoalegrenacopa, 2019.

A cidade do Rio de Janeiro, instituída pela família real portuguesa como a nova capital do Brasil, recebeu o primeiro mercado público no país. Durante a segunda metade do século XIX e início do XX, foram construídos mercados públicos com estrutura de ferro, similares a um dos pavilhões do grande Les Halles de Paris (Figura 3), tais como o Mercado Público de São José (Figura 4), no Recife (1875), e os pavilhões do Mercado de Peixe (Figura 5), em Belém (1901).

Figura 3: Pavilhão de Les Halles



Fonte: Blog Arte e Arquitetura, 2019.

Figura 4: Mercado de São José



Fonte: Site Unicap, 2019.

Figura 5: Pavilhão do mercado de peixe em Belém



Fonte: Prefeitura Municipal de Belém, 2019.

Os primeiros Mercados Públicos no Brasil sempre foram construídos como espaços de trocas de produtos e abastecimentos de alimentos de diferentes gêneros. Os fatores de desenvolvimento principais foram a existência do chamado de produção, assim foi definido como “fruto do desenvolvimento das forças produtivas, que levou ao sistema de trocas” (CLEPS, 2004, p. 120).

Segundo Xavier (2016), os mercados eram fundamentais para manter a sobrevivência das pessoas e, com o passar do tempo, começaram a desempenhar um papel fundamental na produção dos espaços urbanos, sendo, em alguns casos, o principal meio para o surgimento dos centros urbanos, apropriados pelos usuários que criaram costumes e identidade com o lugar.

No Brasil, existe um considerável conjunto de variações entre feira¹ e mercado². Suas características, de um modo geral, são bem parecidas, que dificilmente consegue-se distinguir entre esses dois gêneros, pois se modificam e se adequam à realidade de cada região, de acordo com as necessidades dos seus usuários.

O mercado público se caracteriza por ser um prédio essencialmente comercial, com a venda de alimentos, vestuário, artesanato e uma diversidade de utensílios. De modo geral, tais mercados se situavam nas áreas centrais ou em núcleos comerciais periféricos, consagrando-se também como pontos de encontro e lazer das cidades, tanto para moradores quanto para visitantes.

O comércio informal é denominado por muitos autores como comércio de rua, além do encontro inesperado, oferece uma maior variedade, diversidade e preços mais acessíveis. Nesse processo de troca, ocorre um atendimento personalizado e diferenciado, por isso tem atraído cada vez consumidores e visitantes que vão em busca de um produto diferenciado (Figura 6).

Figura 6: Comércio informal



Fonte: Street view, 2019.

¹ Entende-se por feira a organização de compra e venda de produtos alimentícios que geralmente ocorre em dias e horários determinados, sem necessariamente possuir uma estrutura física permanente.

² Diferentemente das feiras, os Mercados são organizações que possuem uma estrutura física permanente e seu comércio ocorre durante toda a semana. Possuem o mesmo objetivo que as feiras, o de aquisição de gêneros alimentícios. Geralmente, os mercados funcionam em edificações cobertas, administradas pelo poder público.

Dentro do comércio informal merecem destaque as feiras e mercados, principalmente os de artesanato e antiguidades que oferecem mercadorias diversificadas, criativas e inesperadas, o que os tornam mais atraentes. No entanto, há também ambulantes e camelôs, que são aqueles que se dedicam à venda de mercadorias ainda mais baratas, importadas, falsificadas, entre outros. Caracterizam por ser em pontos localizados próximos a eventos que sempre são atraídos pelo fluxo de pessoas. Encontram-se também nos lugares de frequente concentração de tráfego ou até mesmo nos semáforos das cidades.

De acordo com Vargas (2001), além da grande quantidade de impostos sonegados da maioria das atividades presentes, a falta de garantia das mercadorias que se adquire com os vendedores ambulantes, a falta de condições sanitárias adequadas, o lixo gerado e pelo qual ninguém se responsabiliza são apenas alguns dos problemas gerados pelo comércio informal.

O comércio informal é constituído por um mercado paralelo, formado por vendedores ambulantes, profissionais irregulares, servidores domésticos, oficinas de fundo de quintal, fábricas caseiras de diferentes produtos, entre outros.

Na história de trocas, o comércio ambulante foi a primeira forma de se cambiar produtos.

O comércio ambulante [...] assumiu formatos diferentes, quer na forma de mercados temporários ou feiras, quer como barracas isoladas, panos estendidos no chão, carroças, carros e o próprio ambulante perambulando em busca de consumidores (VARGAS, 2001, p. 303).

Comércio informal caracteriza-se como uma atividade predominantemente de rua.

Por ser economia de rua, depende, como é natural, exclusivamente do espaço público. Deste ângulo, não pagam aluguéis, mas apenas taxas municipais, quando são legalizados. Nesta territorialidade, caracterizam-se ainda, em variados casos, por nomadismos: conforme o calendário de eventos, deslocam-se para onde há concentração de pessoas, conforme o horário de entrada-saída: jogos de futebol, escolas etc. Em alguns casos, há continuidade noturna. Estes são os genuínos ambulantes (Yázigi, 1997, p.110).

Portanto, as feiras e mercados tiveram desde sempre uma importante função econômica, social e cultural para as cidades e para os seus moradores enquanto formas ou locais de comércio, de compra e venda, de festivais, de relações sociais em comunidade e de fluxos de pessoas e informação.

As feiras e mercados tem um símbolo histórico com um grande significado no desenvolvimento econômico e social das cidades, constituindo um elemento de interação urbana. Em muitos centros urbanos, as feiras e mercados tradicionais foram reinventados transformando-se em locais de modernização e inovação. Além disso, representam polos de comércio de caráter único e um património histórico e cultural (ENPI/CBCMED, s/d).

Os comerciantes, assim, procuram ofertar aos consumidores produtos mais especializados, de forma a garantir o reconhecimento do seu produto ao nome de quem o transforma, além de agregar valor (RIBEIRO, 2007). Da mesma maneira, os feirantes ecológicos mantem uma relação bastante próxima com seus consumidores, de forma que eles “reconheçam o caráter diferenciado dos produtos obtidos e dos processos que lhes originaram” (ANJOS et al., 2005, p. 145). O consumidor, então, cada vez mais mostra preferência por produtos que tenham ligação com o local no qual está inserido, sendo “produtos de qualidade diferenciada, são, com sabor e que deem prazer” (FRANÇOIS, 2000, p. 05).

Essas mudanças de conteúdos nas feiras e mercados ocorreram porque também vários aspectos da sociedade se alteraram, ou seja, a população passou a se concentrar na zona urbana e adquiriu outras necessidades. Surgiram outras formas de varejo variando mais ainda os lugares onde a população possa adquirir as mercadorias. Com esse ensejo, as feiras e os mercados passaram a conviver com os supermercados, shopping Center, lojas e ruas comerciais.

4. O MERCADO PÚBLICO 18 DE AGOSTO

4.1 Contextualização histórica

Em Garanhuns, havia um mercado na Rua Mauricio de Nassau (Figura 7), construído no início do século XX. Segundo o Instituto Arqueológico, Histórico e Geográfico Pernambucano (IAHGP) (2019), com o passar do tempo ele foi se deteriorando, alguns boxes foram vendidos e passaram a ter usos diversos, de modo que muitos comerciantes insatisfeitos com a nova dinâmica local passaram a abandonar o mercado, até que o mesmo se tornou insalubre e entrou em processo de arruinamento.

Figura 7: Primeiro mercado de carne



Fonte: Instituto Histórico Geográfico e Cultural de Garanhuns, 2019.

O mercado foi implantado na construção que abrigou o antigo prédio da Companhia de Melhoramentos de Garanhuns, que era uma empresa de energia, água e telefone, que abastecia Garanhuns (LIMA, s.d) (Figuras 8 e 9). Essa empresa pertencia ao comerciante José de Almeida Filho, que logo se tornaria prefeito e tinha como diretor técnico o engenheiro recém-formado Ruber Van Der Linden. A empresa de melhoramentos, fundada entre as décadas de 1910 e 1920, foi a responsável por

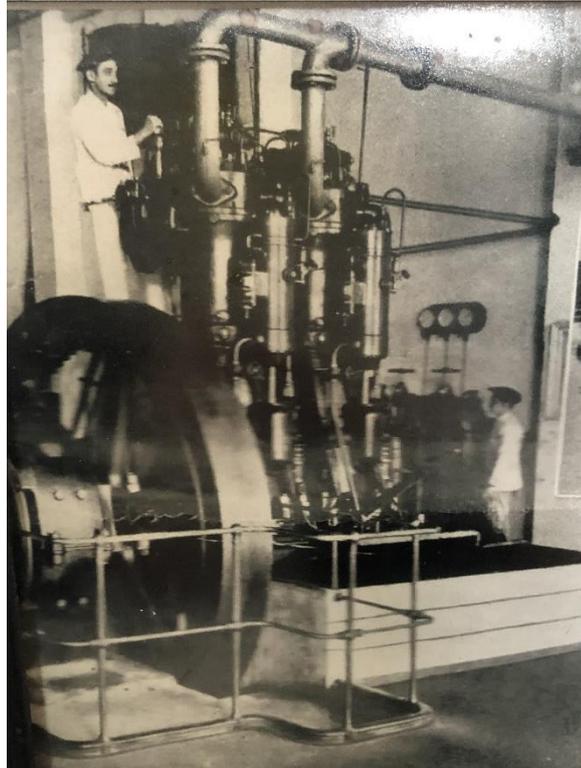
instalar a telefonia em Garanhuns. A Companhia foi entregue ao Poder Público Municipal e cedida à gestão da Secretaria Estadual de Viação, transformando-se na empresa de Serviços de Água e Luz de Garanhuns (SALG), abastecendo Garanhuns com energia elétrica proveniente da queima de madeira, sob o gerenciamento de Ruber Van Der Linden. No edifício da Usina, como era conhecido, ficava o maquinário, as caldeiras e a chaminé. Com a substituição da matriz energética de termoelétrica para hidroelétrica, com Paulo Afonso, na década de 1960, que distribuía energia para o Nordeste inteiro, a empresa não era mais necessária e a usina foi cedida para abrigar o novo mercado de Garanhuns (Figura 10).

Figura 8: Prédio da companhia de melhoramentos de Garanhuns



Fonte: Instituto Histórico Geográfico e Cultural de Garanhuns, 2019.

Figura 9: Motores Sulzer a óleo e gás



Fonte: Instituto Histórico Geográfico e Cultural de Garanhuns, 2019.

Figura 10: Antiga usina



Fonte: Instituto Histórico Geográfico e Cultural de Garanhuns, 2019.

Em 1963 foi dado início ao processo que levaria à construção de um novo mercado público em Garanhuns, mas desta vez como uma adaptação de uma edificação que havia servido para abastecimento de energia elétrica (Figura 11) para o município.

Figura 11: Edifício da usina geradora de eletricidade em Garanhuns



Fonte: Instituto Histórico Geográfico e Cultural de Garanhuns, 2019.

O local para a construção do mercado foi escolhido pelo prefeito Amílcar da Mota Valença, aproveitando o prédio que servia de mercado para as necessidades dos garanhuneses. A construção do Mercado Público teve alguns entraves, entre eles, a desapropriação e demolições de algumas casas. Em 1965 a construção foi iniciada, sendo levantadas as primeiras paredes, mas em maio já estavam com algumas divisões prontas para receber as primeiras etapas construtivas, mas, devido a alguns habitantes do quarteirão, a obra não deu continuidade. Na metade do ano de 1966, a primeira parte da construção do mercado já encontrava bastante adiantada, denotando que seria uma obra de grande valor.

Após diversos percalços, a obra foi inaugurada em 1967. Essa obra de grande valor para a cidade, que foi entregue ao público e foi batizada como Mercado Público Municipal 18 de Agosto, em homenagem à data da vitória eleitoral do prefeito Amílcar da Mota Valença (18 de agosto de 1963).

Ocupando um lote de cabeça de quadra, o mercado é uma edificação de bloco único, com planta trapezoidal e vocabulário estético que remete à Arquitetura Moderna vigente na época de sua construção. Em suas fachadas predominam os cheios sobre os vazios, sendo estes constituídos por cinco acessos, janelas e cobogós, cujos vãos são predominantemente horizontais, assim como a edificação em si. A cobertura, contida entre platibandas, se desenvolve em duas águas, composta por telhas de fibrocimento estruturadas por elementos em madeira sobre estrutura de concreto. Ver as Figuras 12 e 13.

O atual mercado público de Garanhuns é um importante polo comercial do município, com grande relevância na movimentação do comércio local, funcionando, inclusive, como âncora para a feira e o comércio informal que o cercam.

Figura 12: Volumetria do mercado



Fonte: A autora, 2019.

Figura 13: Fachada com cobogós



Fonte: A autora, 2019.

4.2 Situação atual

Atualmente o mercado 18 de Agosto tem 167 boxes e possui cinco acessos (Quadro 1). O mercado é um local onde se encontra carnes, frutas, roupas, calçados, acessórios e no seu lado posterior existe uma feira, com variedades de frutas, verduras e ervas. O imóvel se encontra em estado de conservação precário devido à ausência, ou inconstância, de serviços de manutenção, o que causa a ocorrência de

danos e patologias como manchas de umidade, fissuras, etc. Somam-se a este fato as condições deficientes de higiene em suas instalações.

Quadro 1: Levantamento do Mercado Público 18 de Agosto

Boxes do pavimento térreo	
Quantidade	Atividades exercidas
08	Bares
02	Lanchonetes
01	Não identificado
08	Lojas
-	Banca
32	Depósitos
07 boxes desocupados	
Boxes do 1° andar	
04	Bares
01	Lanchonetes
23	Venda de carne
03	Não identificado
45	Depósitos
10 boxes desocupados	

Fonte: A autora, 2019.

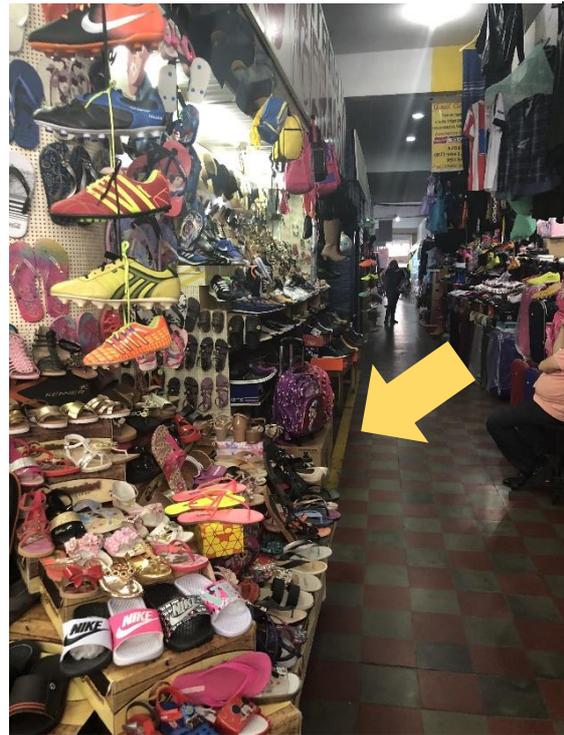
Com relação à infraestrutura do mercado, na área interna, parte das circulações é ocupada por produtos postos à venda por seus comerciantes, causando interrupções na circulação e gerando desconforto na mobilidade. A administração do mercado propôs uma linha amarela de limite, onde as mercadorias podem ser expostas, não atrapalhando a circulação, como nas Figuras 14 e 15 mostra, não é obedecida prejudicando os próprios vendedores.

Figura 14: Corredores ocupados com produtos



Fonte: A autora, 2019.

Figura 15: Corredores com linha amarela



Fonte: A autora, 2019.

As esquadrias metálicas encontram-se oxidadas e os vidros com sujidades, o que prejudica a incidência da luz natural no interior da edificação (Figuras 16 e 17).

Figura 16: Esquadrias e cobogós



Fonte: A autora, 2019.

Figura 17: Corredores com produtos



Fonte: A autora, 2019.

Grande parte dos boxes destinados ao comércio de carnes está fechada, sem uso, conseqüentemente sem manutenção, apresentando oxidação nos gradis, fissuras nas alvenarias, infiltrações, poeira, etc., tornando o local insalubre (Figura 18 e 19).

Figura 18: Boxes sem manutenção



Fonte: A autora, 2019.

Figura 19: Boxes fechados, sem utilizações



Fonte: A autora, 2019.

No entorno do mercado estão presentes camelôs e ambulantes, os quais ocupam partes das calçadas e trechos das ruas, o que dificulta o tráfego de pedestres e automóveis, tornando confusa e caótica a utilização do espaço externo do mercado (Figura 20).

Figura 20: Tráfego com dificuldades no entorno do mercado



Fonte: A autora, 2019.

Os camelôs utilizam barracas de estrutura metálica com tabuleiro de madeira, cobertas por uma lona plástica. As barracas estão posicionadas, em sua maioria, ao longo do meio-fio, o que cria uma barreira para o livre fluxo de pedestres entre a rua e a calçada (Figura 21).

Figura 21: Entorno do mercado



Fonte: A autora, 2019.

Em alguns trechos do entorno do mercado, o comércio informal ocupa quase que inteiramente a calçada, deixando um espaço insuficiente para o tráfego de pedestres. Além disso, tais comércios fazem uso da alvenaria da fachada do mercado e obstruem o acesso aos postes da rede elétrica pública (Figura 22).

Figura 22: Entorno com o Pop Shop



Fonte: A autora, 2019.

Entre os camelôs, há também a feira livre, cujas barracas também se configuram como barreiras para o trânsito de pedestres, além de estreitar a área transitável da rua (Figura 23).

Figura 23: Feira livre com bancas de frutas e verduras



Fonte: A autora, 2019.

Como se vê, apesar da importância do Mercado 18 de Agosto para o comércio da cidade, as atividades que ele abriga ocorrem atualmente de modo desordenado, assim como em seu exterior, onde a feira e o comércio informal se desenvolvem de modo precário e em conflito com a circulação de transeuntes e veículos. Apesar disso, a prefeitura tem, em certa medida, empreendido algumas ações, na tentativa de melhorar a situação do lugar, a exemplo da padronização de algumas barracas. Todavia, o atual estado de conservação do mercado demanda cuidados, externa e internamente, incluindo o comércio de seu entorno.

5. CASOS DE REFERÊNCIA

No presente capítulo foram estudados casos considerados referenciais devido às suas similaridades com a problemática do Mercado 18 de Agosto, em Garanhuns, com o intuito de, posteriormente, elaborar diretrizes de requalificação urbana para o referido mercado.

Para tal, aplicou-se o método de Baker (1998), o qual determina que existem algumas formas de concepção de projeto, diretamente ligadas a sete categorias, que consistem em:

- a) *O Contexto*: trata-se de onde o imóvel está situado, caracterizando o local, seja ele natural ou construído;
- b) *Iconologia*: a referência utilizada pelo arquiteto;
- c) *Identidade*: caracteriza-se pelo momento em que a obra aconteceu e sua relação com o local;
- d) *Significado do Uso*: onde estão listados o programa de necessidades, organização e fluxos;
- e) *Movimento e Geometria*: a forma interior e exterior, cheios e vazios, volumetria do projeto;
- f) *Construção, tecnologias construtivas e uso de materiais escolhidos*;
- g) *Configuração*: a forma do projeto.

Portanto essas categorias citadas acima são fundamentais para a execução de análise dos projetos, assim como propõem um entendimento sistematizado de uma obra, tomando-as como referência para adotá-las ao estudo em questão.

5.1 Mercado Público de Lages

Situado na cidade de Lages, na região de Santa Catarina, com um clima úmido, o projeto foi realizado pelo escritório de arquitetura Hiperstudio no ano de 2014, e comandado por quatro arquitetos: Matheus Marques, Ricardo Gonçalves, Denise Capalbo e Alexandre Hepner. Apresenta uma área de terreno de 4.700 m² e área construída de 3.550 m² (BARATTO, 2018) (Figura 24).

Figura 24: Imagem satélite indicando a localização do mercado e seu entorno



Fonte: Google Earth. Acessado em setembro de 2019. Adaptado pela autora.

O projeto teve como foco um mercado público que tem potencial cultural, econômico e democrático. Um traçado simples no espaço comercial para representar uma manifestação cultural legítima, palco da diversidade, dos costumes e comportamentos de uma comunidade na troca de mercadoria e no consumo. Portanto a empresa mencionada anteriormente foi selecionada para desenvolver uma nova infraestrutura que propusesse uma melhora para o edifício (Figura 25).

Figura 25: Perspectiva do mercado



Fonte: Archdaily, 2019.

O eixo principal do Mercado mantém relação tanto com a Rua Manuel da Silva Ramos na frente, quanto com a área de estacionamento posterior, as quais priorizam

atualmente a presença do automóvel em desvantagem do pedestre, isolando o edifício e limitando o seu uso apenas dentro de seus limites (Figura 26).

Figura 26: Vista superior do mercado



Fonte: Archdaily, 2019.

O edifício original do Mercado possui em sua essência uma ideia de modernidade, promovida por sua estrutura geral e seus atributos estéticos. Contudo, o bloco anexo executado posteriormente foi considerado pelos autores do projeto como desprovido de valor arquitetônico significativo, possibilitando sua eliminação.

O seu partido propõe uma reapropriação do entorno do mercado para o uso exclusivo de pedestres, onde não tenha a passagem de automóveis na área posterior e restringir uma das ruas apenas para tráfego local em faixa delimitada. No projeto, há um objetivo de transformar essa rua em uma ampla praça, para onde os fluxos do mercado podem ser estendidos por meio de feiras livres (Figura 27).

Figura 27: Interior do mercado



Fonte: Archdaily, 2019.

Essa fluidez é garantida no interior do edifício por meio da eliminação da parede original que fazia divisa com o antigo anexo, revelando uma amplitude e flexibilidade ideais para o novo uso do mercado, integrando o pavilhão histórico com o novo anexo.

Para se adequar às novas exigências para o uso do mercado, decidiu-se implantar todos os setores de bancas no novo bloco desenvolvido, que mantém uma interação com o pavilhão antigo, no qual funcionará como um portal de acesso e abrigará exclusivamente atividades culturais e gastronômicas. Já os setores administrativos ocupam um mezanino disposto ao longo do bloco inteiro, com fachada voltada para a praça de feira e eventos (Figura 28, 29, 30 e 31).

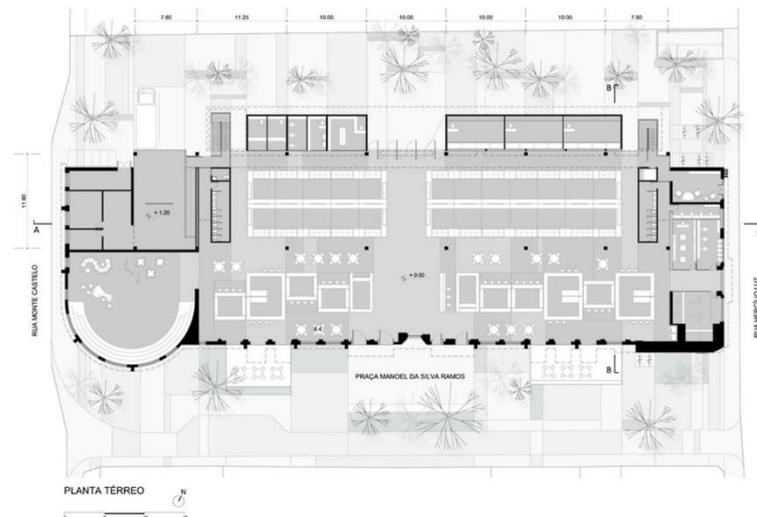
Figura 28: Setorização de cada pavimento



Fonte: Archdaily, 2019.

O pavimento térreo abriga a setorização de bancas dispondo, em todo o setor, blocos de banheiros, bares, açougue, áreas gastronômicas e culturais. A planta tem forma predominantemente retangular com pilares de sustentação, contendo alguns recortes. Existe um eixo de comunicação com o bloco antigo e o bloco novo (Figura 32), parede original que foi demolida com o intuito de ligação entre eles, com as entradas principais voltadas à praça.

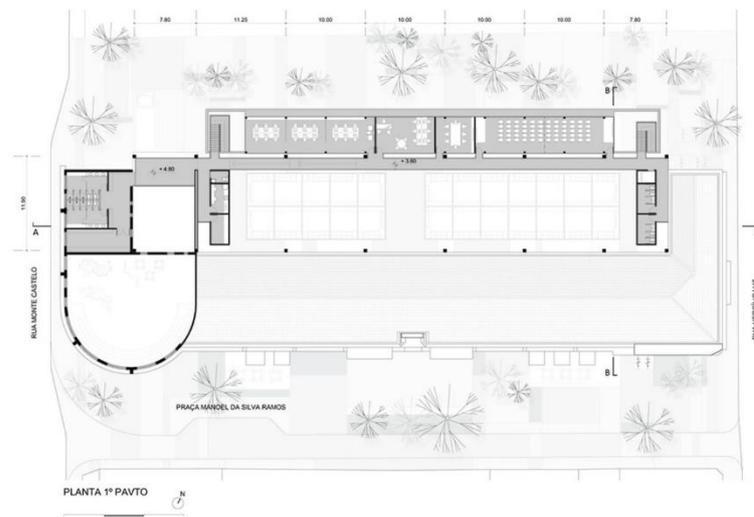
Figura 29: Planta baixa do pavimento térreo



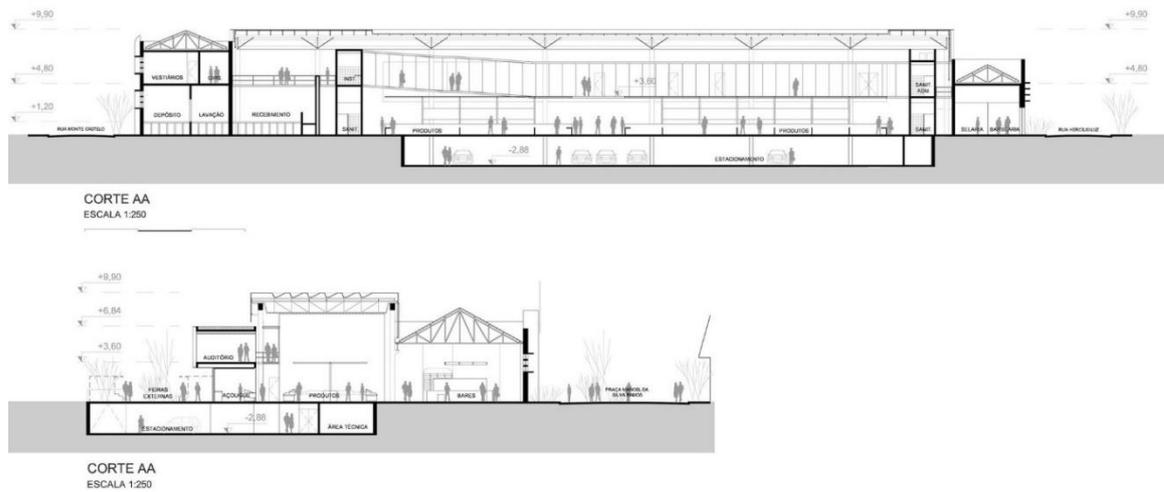
Fonte: Archdaily, 2019.

Já no primeiro pavimento é composto inteiramente pelo setor administrativo que é disposto ao longo do eixo do novo anexo, com um bloco de banheiros, auditório e escadas.

Figura 30: Planta baixa do primeiro pavimento

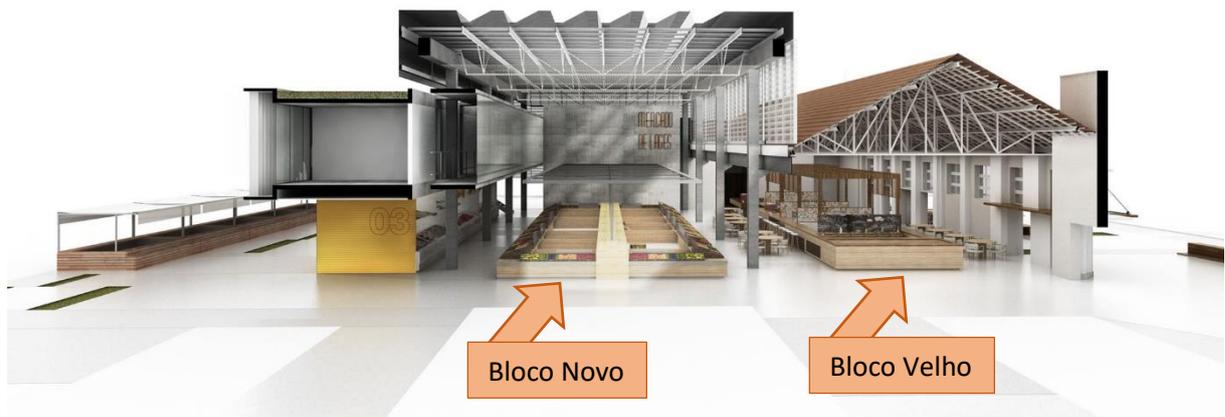


Fonte: Archdaily, 2019.

Figura 31: Corte longitudinal e transversal

Fonte: Archdaily, 2019.

Em relação ao aspecto construtivo, prezou-se pela racionalidade e a economia, sendo a edificação composta por pilares pré-fabricados de concreto e treliças metálicas que vencem os vãos transversais. Já a cobertura é composta por telhas metálicas aparentes e aberturas tipo SHED, que visam garantir a iluminação natural no interior do mercado (Figura 32).

Figura 32: Vista do mercado

Fonte: Archdaily. Acessado em setembro de 2019. Adaptado pela autora.

Trata-se de uma requalificação com linhas puras e com materiais neutros, resultando em um volume simples e claro, sem muitas formas e sem destoar do edifício histórico.

5.2 Mercado Municipal de São Paulo

O Mercado Municipal de São Paulo, também conhecido como Mercadão, surgiu em meados da década de 1930, com o intuito de substituir o antigo Mercado Central, que funcionava a céu aberto na Rua 25 de Março.

O edifício, com 12.600 metros quadrados, foi idealizado por Francisco de Paula Ramos de Azevedo, que também assina outros edifícios emblemáticos na cidade de São Paulo como o Teatro Municipal e a Pinacoteca, e por oito décadas foi uma referência importante para a região do Centro da cidade (O PORTAL DO MERCADÃO, 2015).

Entretanto, com o passar do tempo e com o desenvolvimento de outras áreas de São Paulo, seu papel de abastecimento da população se enfraqueceu e o edifício monumental ficou esquecido na paisagem urbana.

Mas em 2003, uma proposta de recuperação ambiental e urbana do Parque Dom Pedro II incluiu o projeto de Requalificação Espacial do Mercado Municipal Paulistano, visto a sua importante função urbana e representação histórica para a cidade (PORTAL VITRUVIUS, 2003).

O mercadão está localizado no Centro Histórico de São Paulo, na Rua da Cantareira, por onde se tem o acesso principal ao edifício. Seu terreno tem a face pela lateral esquerda com a Rua Comendador Assad Abdalla, por onde se tem uma área de estacionamento e um acesso secundário para o interior do Mercado, o mesmo acontece na face lateral direita, onde se tem uma via de fluxo intensa. O terreno confrontando-se ainda aos fundos com a Avenida dos Estados, também de fluxo alto de veículos, onde se tem a área de docas (Figura 33).

Além das vias que conectam o Centro ao restante da cidade, a região do Mercado fica próxima à Rua 25 de Março, bastante conhecida pelo extenso comércio atacadista e varejista, que é um polo atrativo de pessoas não só de São Paulo, mas de todo o Brasil.

É importante citar sua proximidade com o Rio Tamanduateí, que remete a relação com fontes de água das Praças de Mercado antigas e com a Praça São Vito, que hoje perdeu sua função original de praça e dá lugar a um estacionamento.

Figura 33: Imagem satélite indicando a localização do mercado e seu entorno



Fonte: Google Earth. Acessado em setembro de 2019. Adaptado pela autora.

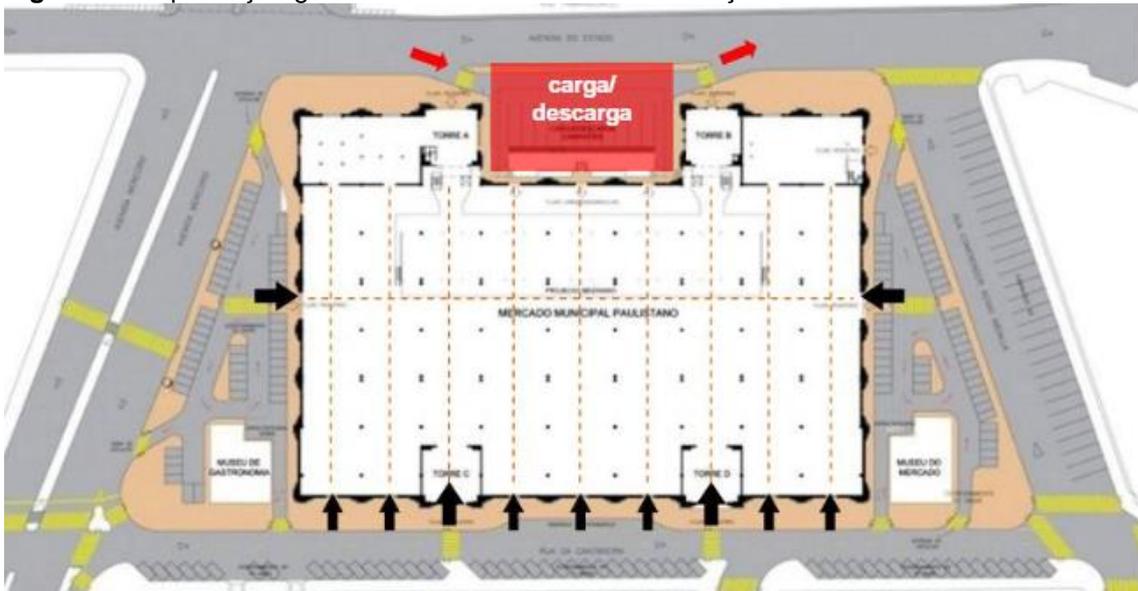
O projeto busca recuperar e requalificar não só o Mercado Municipal de São Paulo, mas também o seu entorno, como promover o desenvolvimento da micro região, regenerando o tecido urbano, de modo a aquecer a economia local renovando o entorno imediato do edifício e requalificá-lo com novas funções para alçar o posto de novo Centro Varejista e Gastronômico na cidade (PORTAL VITRUVIUS, 2003).

As intervenções propostas são multidisciplinares e vão desde a conservação e restauro do bem tombado, passando por implementação e modernização de infraestrutura, projeto de iluminação interna e externa, até acessibilidade local, incluindo urbanização e sistema viário.

Na Implantação Geral (Figura 34) é possível perceber a preocupação de integrar o edifício com o seu entorno, através das inúmeras faixas de pedestre, bem como na disposição de vagas de estacionamento para clientes em três das quatro ruas confrontantes. Outro ponto interessante foi a escolha para a área de carga/descarga, que com acesso independente, evita o conflito entre fluxo de serviço e fluxo de usuários.

Pode-se compreender também que o ritmo das aberturas na fachada principal (Rua da Cantareira), ajuda a determinar as faixas de circulação bem como uma prévia setorização do espaço.

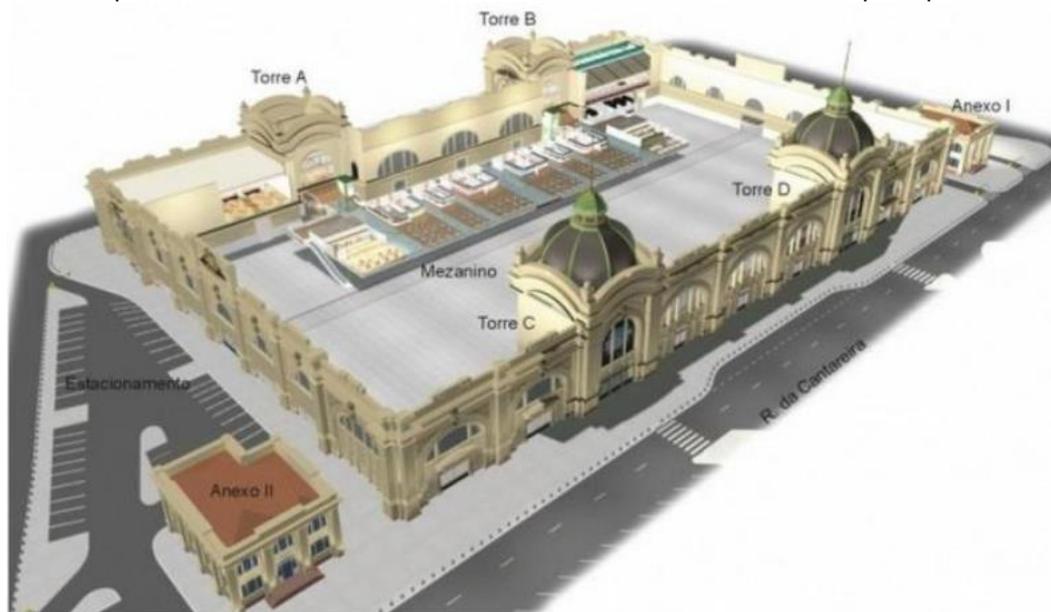
Figura 34: Implantação geral indicando os acessos e circulação



Fonte: PORTAL VITRUVIUS. Acessado em setembro de 2019. Adaptado pela autora.

Além da atividade de mercado no edifício principal, nota-se que os edifícios vizinhos, de menor porte, abrigam novos usos (Figura 35). O Museu do Mercado e o Museu de Gastronomia são atividades atrativas para diferentes públicos, mas também são relevantes para a valorização do patrimônio cultural da cidade.

Figura 35: Perspectiva do mezanino com o mercado e exterior entre o edifício principal e os anexos



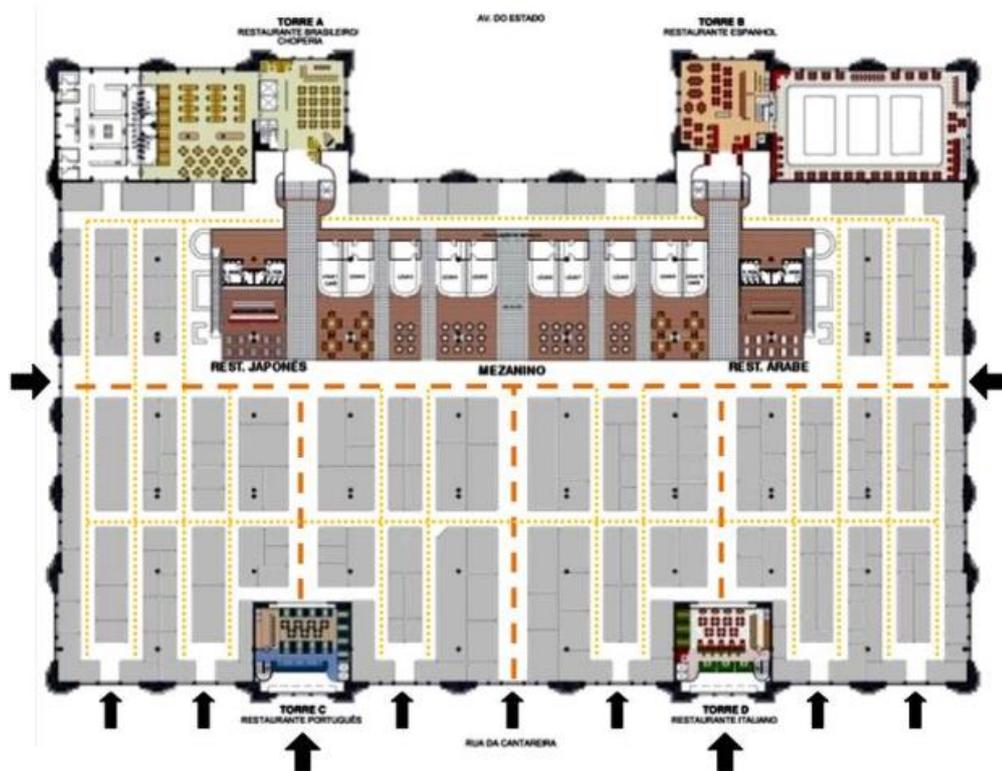
Fonte: PORTAL VITRUVIUS, 2019.

A reformulação do edifício incluiu também um mezanino conectado as torres A e B, estabelecendo uma “Varanda de Alimentação” para a implantação de restaurantes, lojas, quiosques para café e flores, todos com um apelo para a área da gastronomia, a fim de autenticar a ideia de Centro Varejista e Gastronômico da cidade. Para isso,

as torres também foram reformuladas para abrigar restaurantes temáticos, escola, padaria, choperia e um piano bar.

Através da planta baixa do Mezanino (Figura 36), pode-se entender a composição dessa área gastronômica, bem como a circulação entre os quase 300 estandes da área do mercado. Os estandes possuem tamanhos variados e comercializam uma grande variedade de produtos, desde frutas e especiarias até as refeições e lanches.

Figura 36: Planta baixa do mezanino mostrando fluxos e usos



Fonte: PORTAL VITRUVIUS, 2019.

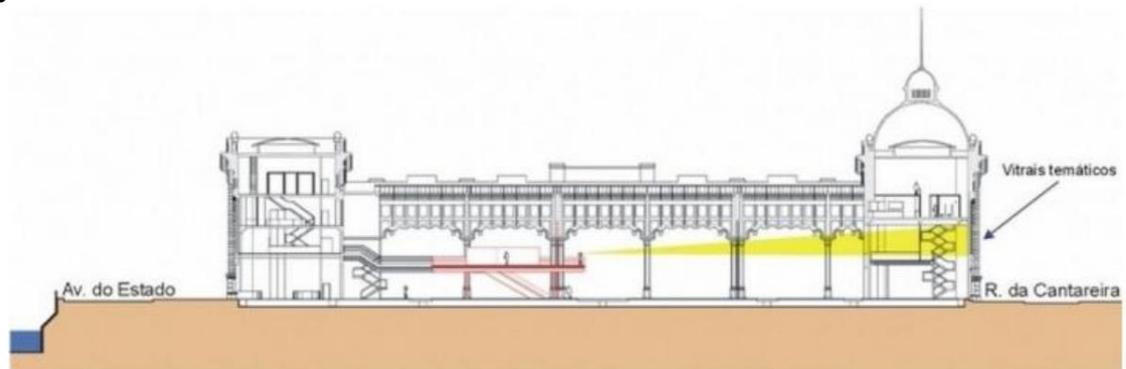
Como observado anteriormente, os acessos induzem uma espécie de malha que ajuda a definir as vias de circulação. As entradas da fachada principal e as laterais vindas do estacionamento, direcionam os corredores criando eixos visuais para os Vitrais Alemães de Conrado Sorgenicht (Figura 37), que retratam a vida no campo. A posição do Mezanino também buscou criar um visual privilegiado para esses vitrais, reforçando o valor do patrimônio (Figura 38).

Figura 37: (a) Vista dos corredores para os Vitrais / (b) Vista do mezanino para os Vitrais



Fonte: O PORTAL DO MERCADÃO, 2019.

Figura 38: Corte



Fonte: PORTAL VITRUVIUS, 2019.

5.3 St. Lawrence Market North

O St. Lawrence Market, localizado na cidade de Toronto, no Canadá, é composto por três edifícios principais: o mercado do Sul, o mercado do Norte e o St. Lawrence Hall. Neste estudo, será enfatizado o projeto do mercado do Norte, elaborado pelo escritório Rogers Stirk Harbour + Partners para um concurso realizado pela prefeitura de Toronto, no ano de 2010 (ST. LAWRENCE MARKET, s/d).

Figura 39: Imagem de satélite indicando a localização do mercado e seu entorno



Fonte: Google Earth. Acessado em 17 de setembro de 2019. Adaptado pela autora.

Este mercado se encontra nas proximidades de uma via estruturante da cidade (Figura 39). O St. Lawrence Market também tem relação com uma área verde, a praça da Catedral de St. James. Como visto, a localização do mercado está intimamente relacionada ao fluxo de pessoas, seja através de uma via, seja através de uma atividade atrativa como a igreja.

Para compreender o conceito do projeto, é necessário compreender, inicialmente, o conjunto do qual o St. Lawrence Market North (Mercado Norte) faz parte (Figura 40).

Figura 40: Implantação do St. Lawrence Market



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH. Acessado em 17 de setembro de 2019. Adaptado pela autora.

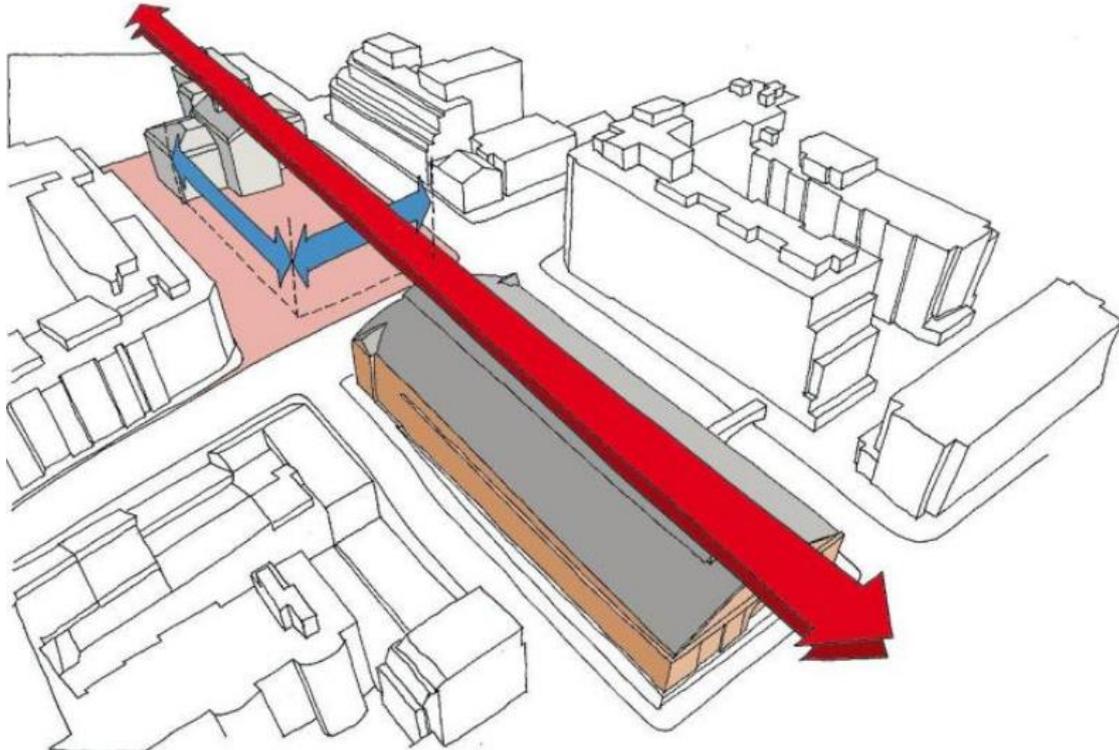
O edifício do St. Lawrence Hall foi construído em 1850 e foi restaurado em 1967, para o Centenário da Cidade de Toronto. No térreo abriga lojas comerciais e no primeiro pavimento escritórios empresariais. O segundo andar funciona como um centro de convenções, com salas de múltiplo uso que podem se transformar em salões para eventos de maior porte.

O Mercado do Sul funciona como salão de vendas no térreo, que comporta 120 boxes e oferece uma variedade de produtos, principalmente de suprimentos, como hortaliças, frutas, legumes, carnes, peixes e padaria. Já o segundo pavimento é ocupado pela Galeria Market, com espaço para exposições.

A área do Mercado Norte era tradicionalmente utilizada, desde 1803, por produtores do Sul de Ontário para expor produtos e por feiras de antiquários. O espaço também era utilizado para eventos e exposições (ST LAWRENCE MARKET, s/d).

O projeto vencedor do concurso realizado pela Prefeitura de Toronto propõe um edifício que integre o St. Lawrence Hall e o Mercado do Sul, criando uma peça única no tecido urbano (Figura 41).

Figura 41: Croqui que representa a integração entre os edifícios existentes



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH, 2019.

A proposta para o St. Lawrence North é de um edifício misto de 20.000m², divididos em área de mercado, escritórios empresariais e uma área voltada para a atividade jurídica, com salas de audiência, visto que o St Lawrence Hall já foi um símbolo histórico da cidade.

O conceito do projeto é criar integração, entre os edifícios existentes e entre os usuários com a cidade. Por isso utilizou-se o elemento translúcido, com vidros que percorrem toda a fachada do edifício de cinco andares, formando uma rua coberta que une o complexo de edifícios (Figura 42).

Figura 42: Maquete do edifício



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH, 2019.

O prédio, é dividido em dois módulos laterais, no centro cria um átrio pelo qual a ideia de permeabilidade se fortalece. Dessa rua central, é possível ter contato visual com edifícios existentes e com a parte externa ao edifício (Figura 43). O usuário está dentro, mas a sensação que se tem é que ele está em um ambiente aberto, tamanha a relação interior x exterior criada no projeto.

A área do térreo foi pensada para maximizar a ideia de espaço permeável. A repetição das portas de vidro, quando abertas, cria uma flexibilidade do espaço, transformando o térreo em uma grande área livre que se integra com o exterior do edifício. É possível que o mercado que acontece dentro do edifício se espalhe pelas ruas vizinhas (Figura 44). A área do mercado conta ainda com um mezanino, com espaço para cafés e galerias, além de atender como apoio para as funções do mercado.

Figura 43: Interior do edifício



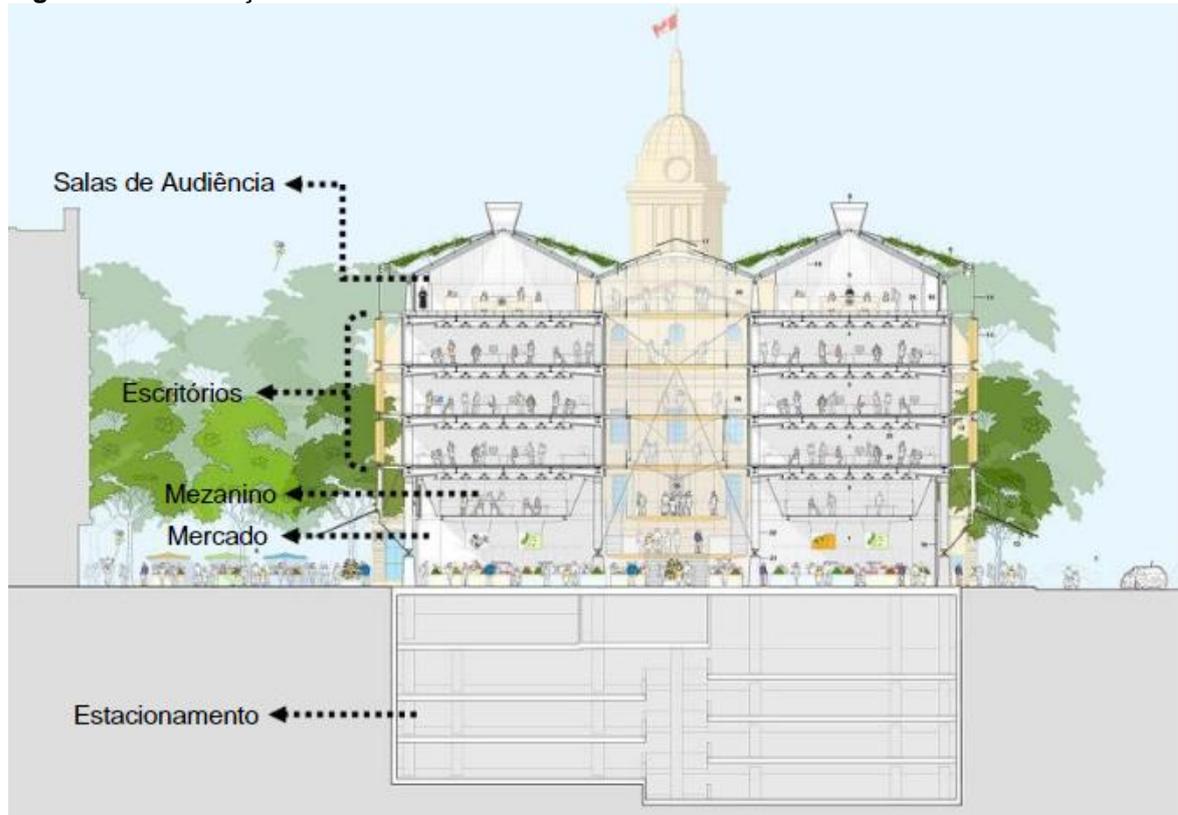
Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH, 2019.

Figura 44: Vista externa do mercado e integração com as ruas vizinhas



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH, 2019.

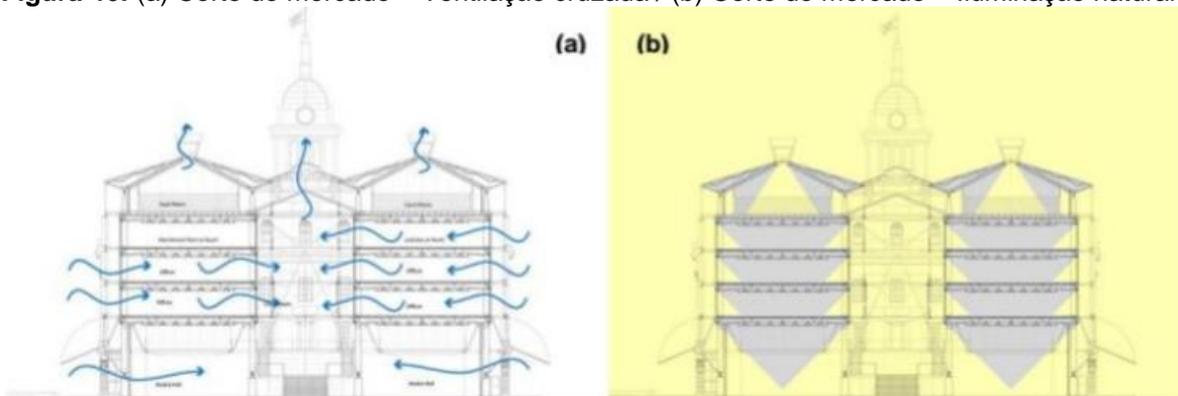
Figura 45: Setorização em corte do mercado



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH. Acessado em 17 de setembro de 2019. Adaptado pela autora.

Acima do Mezanino estão localizados três pavimentos de escritórios, e no último andar, abaixo do telhado, ficam as salas de audiência (Figura 45). A fachada translúcida combinada com elementos de proteção solar, e o átrio central, proporcionaram a todos os ambientes do edifício iluminação e ventilação natural (Figura 46). As escolhas projetuais se mostram de grande relevância pois privilegiam a relação humanizada do edifício com o seu entorno e proporcionam condicionantes de conforto ambiental.

Figura 46: (a) Corte do mercado – Ventilação cruzada / (b) Corte do mercado – Iluminação natural



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH, 2019.

A integração desejada no conceito do projeto, pensa ainda na relação do edifício com o seu entorno. A escala do Mercado Norte respeita a tipologia local e privilegia a continuidade da paisagem urbana (Figura 47).

Figura 47: Edifício integrado com o entorno



Fonte: ST. LAWRENCE MARKET NORTH, 2019.

5.4 Análise dos casos de referência

Os projetos analisados foram escolhidos pelo fato de abordarem requalificações de mercados públicos, com atividades culturais, de entretenimento, lazer e comércio, mas também, levando benefícios para a população.

O primeiro projeto analisado é o Mercado Público de Lages, em Santa Catarina. A implantação procura uma linguagem com o entorno, expondo suas técnicas construtivas como por exemplo o uso de concreto e estrutura metálica, no qual proporcionam benefícios e estética. Os benefícios são a racionalidade e performance econômica, trazendo maior flexibilidade espacial. O programa de necessidade, a capacidade dos diferentes espaços e o funcionamento do Mercado Público, surgem com a participação da comunidade através das suas diferentes atividades culturais. A edificação foi projetada com o intuito de se integrar com o bloco antigo, criando uma praça só para pedestres, além de propor um lugar de encontro e de participação.

Desta análise o aproveitamento para o projeto será obtido em relação aos espaços criados na proposta, como a criação das bancas e espaço gastronômico, além da relação com o entorno por suas técnicas construtivas. A relação com a criação do espaço verde e tornar a rua com o uso exclusivo para pedestres.

O segundo projeto analisado é o Mercado Municipal de São Paulo, em São Paulo. Esta edificação encontra-se em uma localização privilegiada pelo seu entorno, no qual possui uma comunicação com as edificações em volta. A localização se torna privilegiada pois é um local turístico, onde as pessoas sempre visitam. Este projeto possui uma arquitetura horizontal e com a utilização de vitrais em sua fachada. A edificação comporta um bloco e dois anexos que são independentes um do outro e disponibilizados paralelamente entre si. O seu principal objetivo era recuperar e requalificar não só o mercado, mas também o seu entorno, regenerando o tecido urbano e mais que isso, propôs aprimorar com a criação de outras áreas, que agregassem características próprias do mercado municipal. Dispondo uma circulação totalmente convidativa para permanência do visitante.

E, finalizando, com o terceiro projeto, o St. Lawrence Market North, em Toronto, no Canadá. A implantação da edificação em um terreno plano e por estar ligado ao cruzamento de vias, privilegia todas as suas dimensões. Este projeto possui uma arquitetura linear e simples, que traz uma linguagem com o espaço externo, buscando uma vivência do público. Este Mercado trouxe em sua edificação soluções que pudessem integrar os edifícios existentes e os usuários, colocando elementos translúcidos. Foi criada uma cobertura que se destaca pela utilização do vidro, com o formato de duas águas, porém sem deixar de conversar com o entorno, seja em seu volume ou nos materiais utilizados, mesmo o entorno não contendo os mesmos materiais.

Desta análise do projeto, poderá agregar ao anteprojeto do espaço do mercado de Garanhuns o uso da iluminação e ventilação natural, além da criação do espaço externo convidativo e principalmente a ideia da vivência e união da população internamente, assim como externamente.

Por fim, as três edificações dispõem de formas e modos diferentes de serem aplicadas aos locais, porém, portam da mesma finalidade, a preocupação com o benefício que iria trazer para a população. Estas edificações foram essenciais para a determinação do programa de necessidades e funcionamento do anteprojeto de um mercado público, para a cidade de Garanhuns.

Tendo em vista os três casos de referência abordados nesse capítulo, o Quadro 2 à diante foi elaborado com o intuito de apresentar os pontos positivos e negativos

encontrados nos três projetos de requalificação, afim de tomar essas notificações como parâmetro para o projeto do Mercado que será proposto para a cidade de Garanhuns.

Quadro 2: Avaliação dos pontos positivos e negativos dos casos de referência

CASOS DE REFERÊNCIA	AVALIAÇÃO	
	Pontos positivos	Pontos negativos
Mercado Público de Lages	<ul style="list-style-type: none"> - Reaproveitamento da edificação existente; - A requalificação dialoga com o projeto original; - Área antiga conectada com a nova; - Diversidade de usos; - Ligação do mercado com a praça. 	<ul style="list-style-type: none"> - Extenso para caminhar; - Não há elevador acessível do pavimento térreo para o superior.
Mercado Municipal de São Paulo	<ul style="list-style-type: none"> - Setor de carga e descarga; - Corredores largos; - Diversidades de usos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acessibilidade para cadeirantes. - Não tem área verde.
St. Lawrence Market North	<ul style="list-style-type: none"> - Possui tratamento acústico; - Iluminação e ventilação natural; - Diversidade de usos; - Relação com o externo. 	-

Fonte: A autora, 2019.

6. PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO

Este capítulo tem como objetivo propor diretrizes para a requalificação no Mercado 18 de Agosto, para que este se torne um lugar com melhores condições de atender aos clientes e usuários, pela sua importância para a cidade e suas atividades comerciais e culturais e assim potencializar o poder do comércio na área, através da conexão entre o centro e outras áreas.

6.1 Aspectos legais

De acordo com o Plano Diretor de Garanhuns, Lei nº 3620/2008, o mercado está localizado no Setor Especial de Centro (SEC), ou seja, um setor que tem como objetivo preservar e conservar a ambiência e a função de centro principal de comércio e de serviços, onde compreende que a área de origem do centro urbano da sede municipal está inserida na Zona Histórico-Ambiental (ZHA), ocupada predominantemente por essas atividades. No Art 63 a ação é:

I – ordenar as atividades de comércio, serviços cultura e lazer.

6.1.1 NBR 9050

A NBR estabelece requisitos para cada categoria representadas abaixo, com relação a segurança e sustentabilidade do local. Foi realizado um resumo dos principais requisitos correspondente à arquitetura para um mercado, que é a categoria a ser proposta no presente trabalho.

SÍNTESE DA NBR 9050	
LOCAIS	RECOMENDAÇÕES
Acessos	Nas edificações e equipamentos urbanos todas as entradas devem ser acessíveis, bem como as rotas de interligação às principais funções do edifício; Acesso de uso restrito, acesso a equipamentos de medição, guarda e coleta de lixo e outras com funções similares, não necessitam obrigatoriamente atender às condições de acessibilidade desta Norma.
Circulações	Os pisos devem ter superfície regular, firme, estável e antiderrapante sob qualquer condição, que não provoque

	<p>trepidação em dispositivos com rodas (cadeiras de rodas ou carrinhos de bebê);</p> <p>Os desníveis devem ser evitados em rotas acessíveis. Eventuais desníveis nos pisos de até 5mm não demandam tratamento especial. Desníveis superiores a 5mm até 15mm devem ser tratados em forma de rampa, com inclinação máxima de 50%. Desníveis superiores a 15mm devem ser considerados como degraus; As larguras mínimas para corredores em edificações e equipamentos urbanos são: - 0,90m para corredores de uso comum com extensão até 4,00m; - 1,20m para corredores de uso comum com extensão de até 10,00m e 1,50m para corredores com extensão superior a 10,00m; - 1,50m para corredores de uso público.</p>
Portas	<p>Devem ter um vão livre mínimo de 0,80m e altura mínima de 2,10m. Em portas de duas ou mais folhas, uma delas deve ter o vão livre de 0,80m;</p>
Sanitários	<p>Os boxes para bacia sanitária devem garantir as áreas para transferência diagonal, lateral e perpendicular, bem como área de manobra para rotação de 180°. Para isso, o tamanho para a cabine é 1,70 x 1,50m, já com a inserção do lavatório e a abertura da porta deverá ser para fora da cabine; Prever duas barras horizontais de apoio nos sanitários acessíveis com dimensão de no mínimo 0,80m de comprimento e fixada na parede a 0,75m do piso acabado;</p>
Restaurantes, Refeitórios e Bares	<p>Devem possuir pelo menos 5% do total de mesas, com no mínimo uma acessível a P.C.R</p>

Fonte: NBR 9050. Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos, 2015. Sintetizado pela autora, 2019.

6.2 Diretrizes projetuais

Além da legislação municipal e da norma brasileira de acessibilidade, pretende-se utilizar como parte integrante das diretrizes para o projeto objeto deste trabalho alguns conceitos adotados nos casos estudados no capítulo 5.

O Mercado Público de Lages, por exemplo, tem como aproveitamento para a requalificação uma circulação longitudinal, que se desenvolve os principais boxes do mercado.

Já no caso do Mercado Municipal de São Paulo foi apresentada tal ideia de requalificar o mercado colocando uma circulação, onde a diferentes exposições de produtos que permitirá que ele tenha contato com o máximo de itens ou produtos que esteja procurando. E um mezanino, onde pudesse ver quem está no térreo.

E, por último, o caso do St. Lawrence Market North, criar uma integração, entre os usuários e a cidade que agregará o uso da iluminação e ventilação natural.

6.3 Proposta Arquitetônica

6.3.1 Conceito

O projeto do Mercado foi pensado para fazer uma reorganização no seu interior, fazendo com o que fosse aproveitado ao máximo a estrutura existente e pudesse fazer um espaço mais amplo para a convivência e socialização entre usuários.

Para que isso seja alcançado, o projeto foi pensado com cuidado para que todas essas ideias sejam cumpridas, tanto na geração de emprego, por meio da proposição de um maior número de boxes, quanto na oferta de maior variedade de produtos, tanto alimentícios quanto de vestuário, utensílios domésticos, entre outros produtos.

6.3.2 Programa de necessidades

O programa de necessidade do projeto setoriza os ambientes e áreas que compõem o Mercado Público, divididos em três grandes setores: boxes de venda; serviços e administração. O setor de vendas subdivide em oito subsetores, de acordo com o tipo de produto que será comercializado. As áreas foram obtidas em função da limitação espacial existente no mercado e da legislação vigente.

Quadro 3: Programa de necessidades do Mercado

PROGRAMA DE NECESSIDADES MERCADO PÚBLICO 18 DE AGOSTO		
SETOR	AMBIENTES	ÁREA M²
Serviços	2 Banheiros Femininos e 2 Masculinos	110,94 m ²
Administração	Sala de Administração	10,25 m ²
BOXES DE VENDA (Qtde.)		
Frutas	52	347,05 m ²
Carnes	16	185,01 m ²
Peixes	6	45,91 m ²
Artesanato	14	109,72 m ²
Utensílios domésticos	13	119,60 m ²
Vestuário	16	87,78 m ²
Sapataria	19	114,72 m ²
Lanchonetes	8	43,60 m ²
TOTAL	149	1.174,58 m ²

Fonte: A autora, 2019.

6.3.3 Memorial

O projeto do Mercado de Garanhuns foi pensado para oferecer melhorias para os usuários, visitantes, feirantes e comerciantes que o frequentam. Desta forma, como o foco principal é relocar parte dos feirantes para dentro do mercado, pensou-se em uma reorganização dos boxes de modo a acomodá-los adequadamente, ocupando os boxes que estavam em desuso. Além de criar um vazio no centro da edificação, no encontro das circulações longitudinais e transversal, onde os usuários que estejam no pavimento superior possam ver o pavimento térreo, conferindo maior riqueza espacial, coroada por uma coberta translúcida que permite iluminação zenital.

Quanto aos usos, o pavimento térreo comporta 70 boxes para comercialização de roupas, sapatos, utensílios domésticos, entre outros. O pavimento superior abriga 75 boxes que destinados à comercialização de frutas, verduras, carnes e peixes.

No projeto, buscou-se empregar materiais neutros que valorizassem a forma da edificação em si, alterando apenas o revestimento da alvenaria de um dos acessos ao mercado, com o intuito de melhor sinalizá-los. O revestimento escolhido consiste em material cerâmico cujo padrão estético alude aos tijolos cerâmicos maciços, remetendo à rusticidade e raízes do interior do estado (Figura 48). Na fachada sul contém elementos salientes que são pintados na cor vermelha (Figura 49).

Figura 48: Revestimento cerâmico



Fonte: Google fotos, 2019.

Figura 49: Fachada sul com elementos salientes



Fonte: A autora, 2019.

Os percursos internos são lineares e se cruzam no eixo transversal do mercado, atendendo a todos os boxes. Os banheiros de ambos os pavimentos foram requalificados de maneira a melhor atender ao novo número de boxes, com provimento das instalações necessárias para acessibilidade.

Foi proposta uma praça de alimentação no mercado, tanto para criar um espaço distinto para o descanso, como para oferecer opções de alimentação para usuários e visitantes do mercado. O local escolhido para a praça de alimentação foi o centro da edificação, no ponto de convergência das circulações, de maneira a arrematar a composição espacial, reforçando os eixos de simetria ortogonal. No pavimento superior, foi proposta a demolição de trecho da laje para criar um vazio sobre a praça de alimentação. Sobre este vazio, foi proposta a demolição de trecho da laje de cobertura para instalação de uma claraboia. Tal intervenção visou a criação de um espaço vertical, cuja espacialidade é arrematada pela incidência da luz solar zenital, propiciando visibilidade a ambos os pavimentos.

No apêndice A pode ser visto o projeto proposto (uma planta de cobertura, uma de situação, duas plantas baixas, duas plantas de obras, dois cortes e três fachadas).

7. CONCLUSÃO

A pesquisa teve como objetivo a proposta de requalificação do Mercado Público 18 de Agosto, que está localizado em Garanhuns-PE, tendo objetivado apresentar um anteprojeto arquitetônico para requalificação do Mercado Público 18 de Agosto, internamente, de modo a oferecer maior qualidade em seu funcionamento para a população, em paralelo com a preservação de sua importância histórica. Com isso apresentou soluções arquitetônicas para reordenamento do espaço interno do mercado, propôs uma praça de alimentação e criou melhores condições de iluminação natural.

Devido à grande importância do mercado na dinâmica de Garanhuns, a pesquisa teve como questão norteadora: em que medida é possível conciliar estas atividades de modo a eliminar os atuais transtornos e subutilizações no interior do mercado, ao passo em que tais atividades permaneçam atendendo à população de modo adequado.

Desta forma, partiu-se da hipótese de que a conciliação adequada destas atividades é possível por meio de uma requalificação física, mantendo ao máximo as suas características originais.

Como suporte teórico foi utilizado o conceito de **requalificação de áreas históricas** embasados na abordagem de Moura et Al (2006), Moreira (2007), Cedru (1990), Neto (1992), Greer (1998), Lima (2017), Peixoto (2009), Carta de Lisboa (1995), Coutinho e Vidal (2007), Moura (2006), Instituto do Programa Monumenta (2005), Iphan (2015), Sotratti (2015). Ademais, foram utilizados os seguintes processos metodológicos: o método de abordagem **hipotético-dedutivo** segundo Bunge (1980), **método histórico** e **estudo de caso** como métodos de procedimento. As técnicas de pesquisa utilizadas foram divididas em cinco etapas a seguir: 1. pesquisas documentais em acervos da Prefeitura Municipal de Garanhuns e do Instituto Arqueológico Histórico e Geográfico de Pernambuco (IAHGP) através da história e projetos; 2. pesquisa bibliográfica de autores que abordaram o conceito de requalificação urbana; 3. observação em campo com visitas sistemáticas no Mercado Público 18 de Agosto de Garanhuns (PE); 4. levantamento fotográfico dos vários momentos do Mercado Público 18 de Agosto, a fim de compreender o processo histórico do Mercado e sua situação atual; 5. casos de referência de obras de natureza similar à pretendida neste

projeto, de modo a constituir um conjunto de diretrizes para a elaboração da proposta de requalificação do referido mercado.

Os resultados obtidos através da pesquisa confirmam a hipótese de que a proposta de requalificação para o mercado, é possível melhorar o seu reordenamento do espaço, sem interferir nas suas características originais, adequando a todos os frequentadores e comerciantes, com a aproximação da realidade do local.

Sendo o mercado como um espaço público com alto potencial para Garanhuns, é necessário investimento dos órgãos responsáveis e, além disso, consultas públicas aos diversos tipos de usuários a fim de garantir a integralidade e o atendimento aos usuários de quem frequenta o local.

REFERÊNCIAS

- ANJOS, Flavio Sacco; GODOY, Wilson Itamar; CALDAS, Nádia. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR-9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaço e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro, 2004.
- BAKER, Geoffrey. **Le Corbusier: uma análise da forma**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- BARATTO, Romullo. **Segundo Lugar no Concurso para a Requalificação do Mercado Público de Lages-SC / Hiperstudio**". 12 Nov 2014. ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/757310/segundo-lugar-no-concurso-para-a-requalificacao-do-mercado-publico-de-lages-sc-hiperstudio>. Acesso em: 27 Ago 2019.
- BARRETA, João. **Comércio de proximidade e regeneração urbana**. Edtion ed.: CIP – Confederação Empresarial de Portugal, junho 2012. 87 p. ISBN 978-989-98323-1-2.
- Blog Arte e Arquitetura. Disponível em: <http://art1arquitectura.blogspot.com.br/2011/12/en-el-ventre-de-paris.html>. Acesso em: 02 set 2019.
- BRAUDEL, Fernand. **Os Jogos das Trocas: Civilização material, economia e capitalismo**, séculos XV-XVIII, tomo 2. Tradução Maria Antonieta Magalhães Godinho. Lisboa: Cosmos, 1985. 628 p. (Coleção Rumos do Mundo).
- BUNGE, Mario. **Epistemologia: curso de atualização**. São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1980.
- CEDRU (1990). **Valorização de Lisboa**. VALIS, CEDRU, Lisboa.
- CLEPS, Geisa Gumiero. **O Comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. Sociedade & Natureza**, Uberlândia/MG. 2004, v. 16, n. 30.
- COUTINHO, Marco Antônio; VIDAL, WylInna Carlos. **Pelas ruas do mercado, o pulsar de velhos costumes e novos anseios: O desafio da requalificação do Mercado Central de João Pessoa – PB**. Anais do 7º seminário do.co,mo.mo_brasil. Porto Alegre. 2007.
- ENPI/CBCMED. **Marakanda - Mediterranean Historical Markets: Historical city markets guidelines**. S/d.
- FERREIRA, Vitor Matias, LUCAS, Joana e GATO, Maria. **Requalificação urbana ou reconversão urbanística?**. In A cidade do EXPO 98. Uma Reconversão na Frente Ribeirinha de Lisboa?. Portugal, 1999.
- FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte**. Dissertação de Mestrado em

Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro 2006.

FRANÇOIS, Martine. Ligação entre ações de desenvolvimento da economia rural. Circuitos curtos ou circuitos longos? Inovação em meio rural - Caderno nº7 – **Observatório Europeu Leader**: Julho, 2000.

GREER, Nora Richter. **Architecture Transformed** New Life for Old Buildings. [S.l.]: [s.n.], 1998.

ICOMOS. **Carta de Lisboa**. Lisboa Portugal: 1995.

IPHAN. Ministério da Cultura. **Instituto do Programa Monumenta Manual de elaboração de projetos de preservação do patrimônio cultural** / Elaboração José Hailon Gomide, Patrícia Reis da Silva, Sylvia Maria Nelo Braga. Brasília. Ministério da Cultura, Instituto do Programa Monumenta, 2005.

LAMAS, José Manuel Ressano Garcia. **Morfologia urbana e desenho da cidade**. 2ª edição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian; Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2000. 564 p. (Textos universitários de ciências sociais e humanas).

LIMA, Aryane. **Águas Jardim: Uma Requalificação Urbana do Canal Jardim América**. Trabalho de Conclusão de Graduação da Universidade de Fortaleza. Curso de Arquitetura e Urbanismo. Fortaleza, 2017.

LINS, Marcelo. **Mercados do Recife**. Recife: Marcelo Lins, 2007.

MOREIRA, Maria das Graças Santos Antunes (2007). **Requalificação Urbana**. Alguns conceitos básicos. Centro Editorial da Faculdade de Arquitetura e Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design. Pp. 117 – 129. Disponível em: <https://www.repository.utt.pt/handle/10400.5/1802>. Acesso em: 06 mai. 2019.

MOURA, Dulce. et al. **A revitalização urbana: contributos para definição de um conceito operativo**. Cidades - Comunidades e Territórios, Portugal, n. 12/13, p. 15-34, dez. 2006.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas**. Tradução Neil R. da Silva. Martins Fontes: São Paulo, 2004.

NETO, Antonio Manoel N. Castelnou A intervenção arquitetônica em obras existentes. **Semina: Ciências Exatas e Tecnológicas**, p. 265-268, 1992.

O PORTAL DO MERCADÃO. Disponível em: <http://www.oportaldomercadao.com.br/index.php?page=galeria-de-fotos>. Acesso em: 11 set 2019.

PEIXOTO, Paulo. Requalificação urbana. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença (Orgs.). **Plural de Cidade**: léxicos e culturas urbanas. Coimbra: Almedina, 2009.

PINTAUDI, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **Scripta Nova**. v. X, n. 218 14. p. 2006. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>. Acesso em: 08 Ago. 2019.

PIRENNE, Henri. **Medieval cities: Their origins and the revival of trade.** Edition ed. Princeton: Princeton University Press, 1946.

PORTAL VITRUVIUS. **Requalificação do Mercado Municipal Paulistano.** Projetos, São Paulo, ano 03, n. 036.03, Vitruvius, dez. 2003. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/projetos/03.036/2259>. Acesso em: 11 set 2019.

PORTO ALEGRE NA COPA. Disponível em: <http://ronaldofotografia.blogspot.com/2011/09/>. Acesso em: 02 set 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/ver-belem/detalhe.php?i=1&p=363>. Acesso em: 02 set 2019.

RIBEIRO, Eduardo Magalhães. **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semiárido de Minas Gerais.** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil; Universidade Federal de Lavras, 2007.

SITE UNICAP. Disponível em: http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92#jp-carousel-314. Acesso em: 02 set 2019.

SOTRATTI, Marcelo Antônio. Revitalização. In: REZENDE, Maria Beatriz; GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia (Orgs.). **Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural.** Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2015.

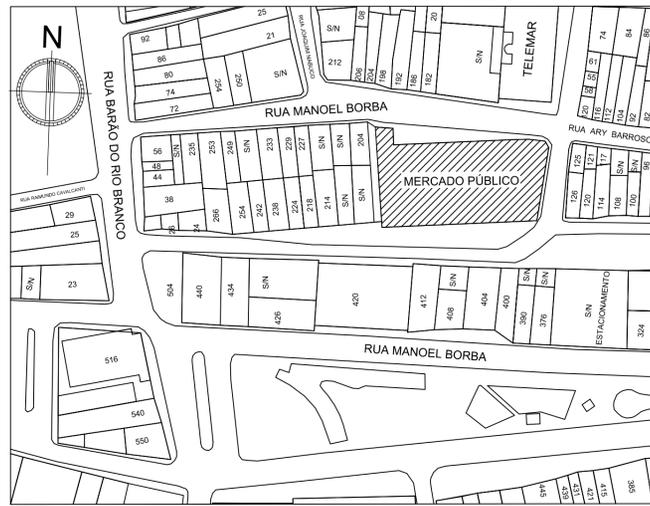
ST. LAWRENCE MARKET. Disponível em: <http://europaconcorsi.com/projects/138674-Adamson-Associates-Architects-Rogers-Stirk-Harbour-Partners-St-Lawrence-Market-North-Building>. Acesso em: 17 set 2019.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio.** São Paulo: SENAC, 2001.

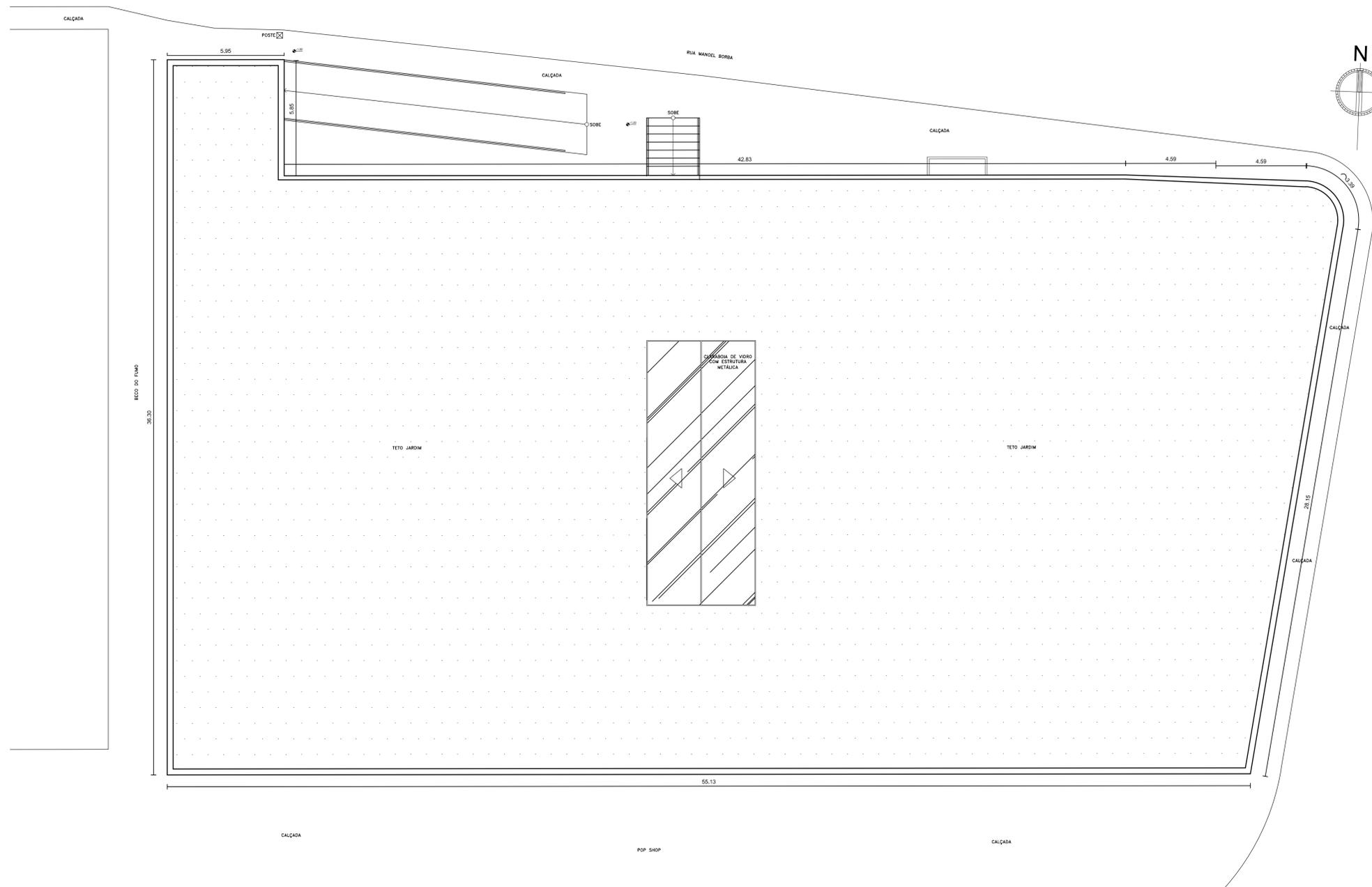
XAVIER, Ana Estela Vaz. **A revitalização do mercado público de Pelotas e sua ressignificação social.** IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais. Porto Alegre, RS, Brasil, 19 a 21 de outubro de 2016.

YÁZIGI, E. **O Mundo das Calçadas – Por uma política de espaços públicos em São Paulo.** Livre Docência (Tese), São Paulo, FFLCH/USP, 1997.

APÊNDICE A – Anterjeto do Mercado Público 18 de Agosto



1 PLANTA DE SITUAÇÃO
ESC 1/125



2 PLANTA DE COBERTA
ESC 1/125

ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO		
MERCADO 18 DE AGOSTO		
INSTITUIÇÃO DE ENSINO: FACULDADE DAMAS		
ALUNA LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA		
ORIENTADOR PEDRO HENRIQUE CABRAL VALADARES		
DESCRIÇÃO ANTEPROJETO DO MERCADO 18 DE AGOSTO RUA MANOEL BORBA, SANTO ANTÔNIO GARANHUNS - PE		
QUADRO DE ÁREAS		
ÁREA DO TERRENO.....1.935,00m ²		
EDIFICAÇÃO		
ÁREA DO PAV. TERREO.....1.827,00m ²		
ÁREA DO PAV. SUPERIOR.....1.785,00m ²		
ÁREA TOTAL.....3.612,00m ²		
OBSERVAÇÃO		
TIPO DO PROJETO: REQUALIFICAÇÃO		PRANCHA:
CONTEÚDO: PLANTA DE SITUAÇÃO E COBERTA		01/06
ESCALA: 1/125	DESENHO: LARISSA ALMEIDA	DATA: NOV/2019



1 PLANTA DE OBRA PAVIMENTO TÉRREO
ESC 1/125

LEGENDA	
	MANTIDA
	DEMOLIÇÃO
	CONSTRUÇÃO

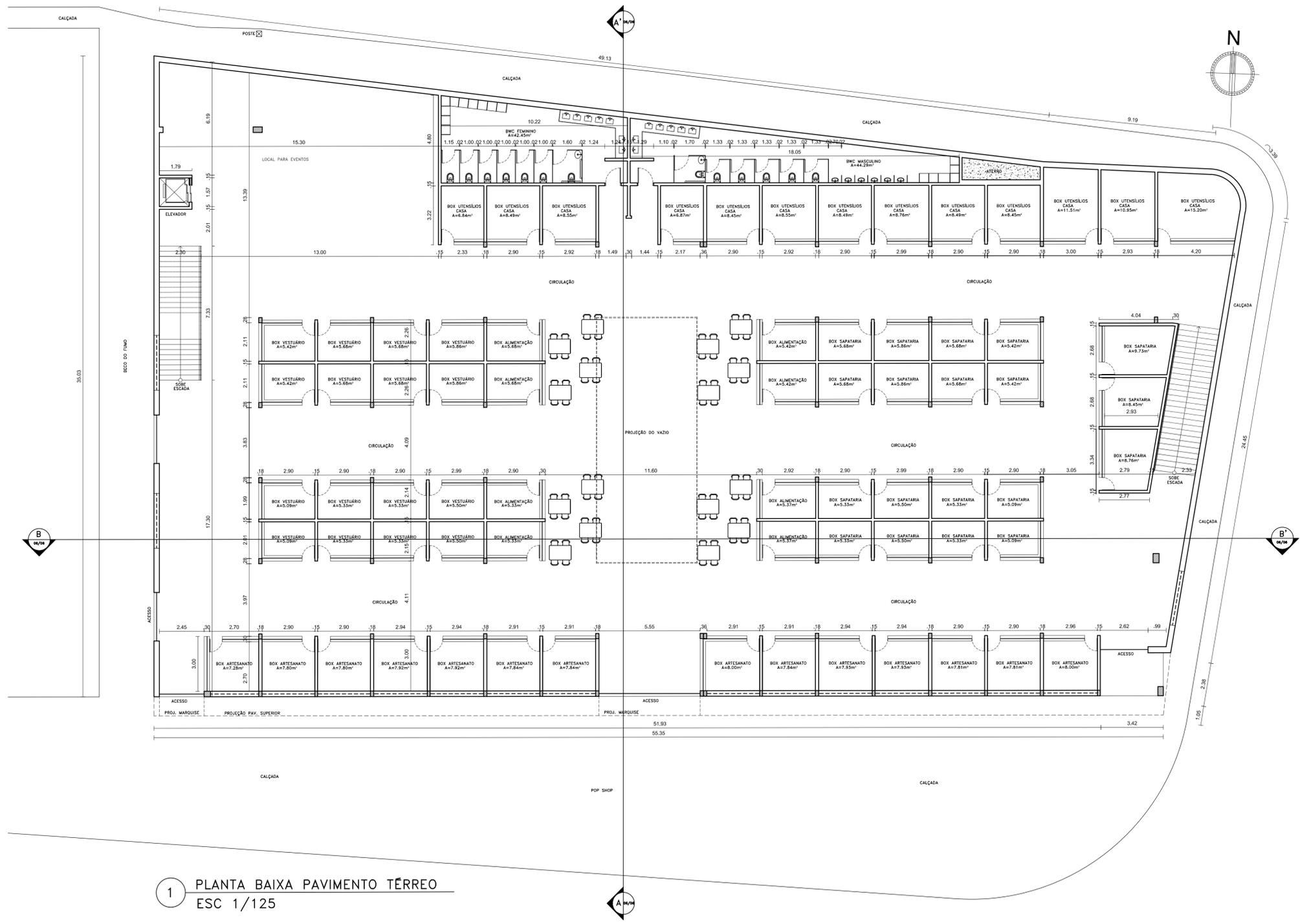
ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO	
MERCADO 18 DE AGOSTO	
INSTITUIÇÃO DE ENSINO: FACULDADE DAMAS	
ALUNA	LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA
ORIENTADOR	PEDRO HENRIQUE CABRAL VALADARES
DESCRIÇÃO	ANTEPROJETO DO MERCADO 18 DE AGOSTO RUA MANOEL BORBA, SANTO ANTÔNIO GARANHUNS - PE
QUADRO DE ÁREAS	<p>ÁREA DO TERRENO.....1.935,00m²</p> <p>EDIFICAÇÃO</p> <p>ÁREA DO PAV. TÉRREO.....1.827,00m²</p> <p>ÁREA DO PAV. SUPERIOR.....1.785,00m²</p> <p>ÁREA TOTAL.....3.612,00m²</p>
OBSERVAÇÃO	
TIPO DO PROJETO: REQUALIFICAÇÃO	PRANCHA:
CONTEÚDO: PLANTA DE OBRA PAV. TÉRREO	02/06
ESCALA:	DATA:
1/125	NOV/2019
DESENHO: LARISSA ALMEIDA	



1 PLANTA DE OBRA PAVIMENTO SUPERIOR
ESC 1/125

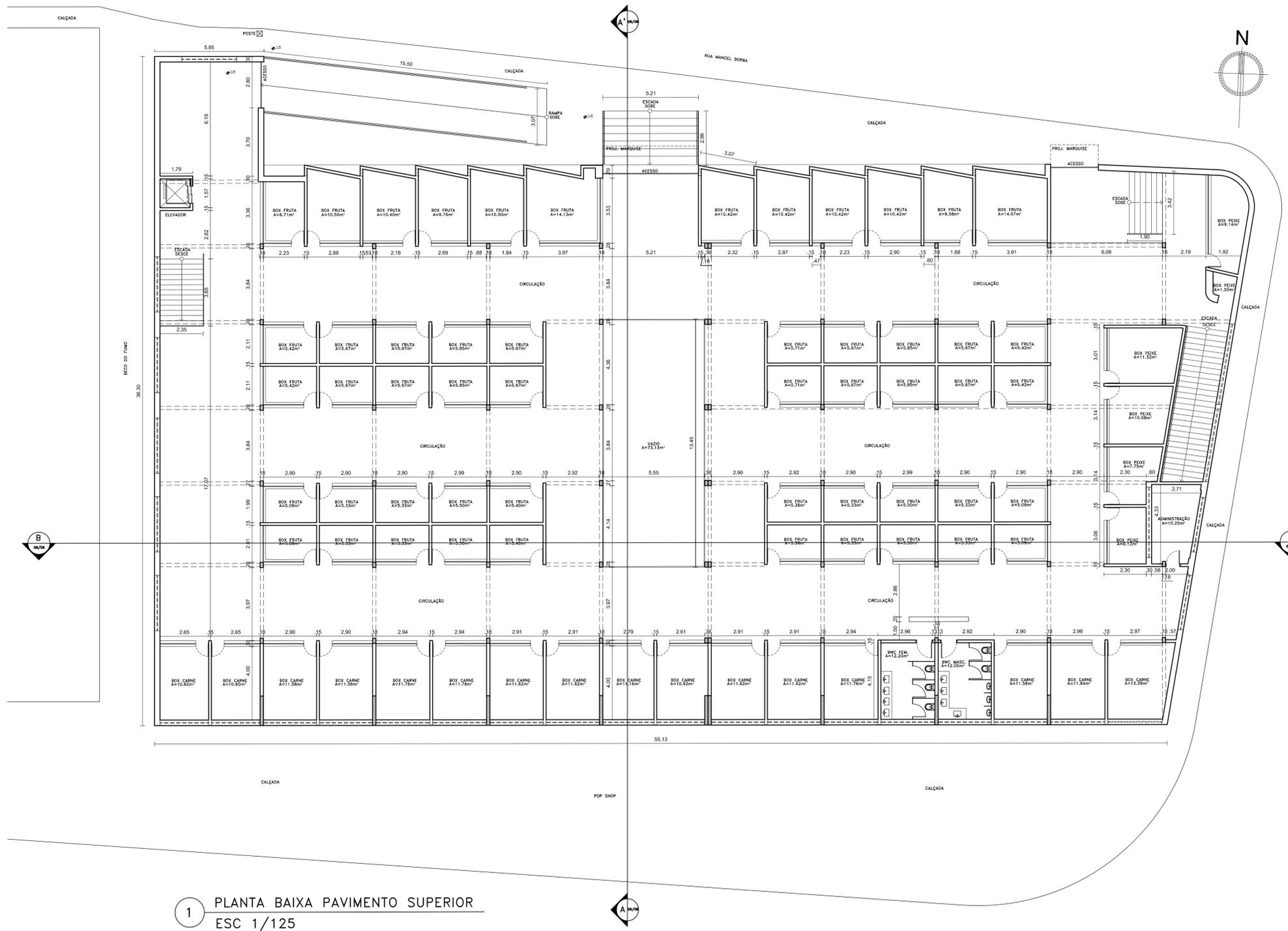
LEGENDA	
AMARELO	MANTIDA
VERMELHO	DEMOLIÇÃO
	CONSTRUÇÃO

ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO	
MERCADO 18 DE AGOSTO	
INSTITUIÇÃO DE ENSINO: FACULDADE DAMAS	
ALUNA	LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA
ORIENTADOR	PEDRO HENRIQUE CABRAL VALADARES
DESCRIÇÃO	ANTEPROJETO DO MERCADO 18 DE AGOSTO RUA MANOEL BORBA, SANTO ANTÔNIO GARANHUNS - PE
QUADRO DE ÁREAS	ÁREA DO TERRENO.....1.935,00m ² EDIFICAÇÃO ÁREA DO PAV. TERREO.....1.827,00m ² ÁREA DO PAV. SUPERIOR.....1.785,00m ² ÁREA TOTAL.....3.612,00m ²
OBSERVAÇÃO	
TIPO DO PROJETO: REQUALIFICAÇÃO	PRANCHA:
CONTEÚDO: PLANTA DE OBRA PAV. SUPERIOR	03/06
ESCALA: 1/125	DATA: NOV/2019 DESENHO: LARISSA ALMEIDA



1 PLANTA BAIXA PAVIMENTO TÉRREO
ESC 1/125

ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO	
MERCADO 18 DE AGOSTO	
INSTITUIÇÃO DE ENSINO: FACULDADE DAMAS	
ALUNA	LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA
ORIENTADOR	PEDRO HENRIQUE CABRAL VALADARES
DESCRIÇÃO	ANTEPROJETO DO MERCADO 18 DE AGOSTO RUA MANOEL BORBA, SANTO ANTÔNIO GARANHUNS - PE
QUADRO DE ÁREAS	<p>ÁREA DO TERRENO.....1.935,00m²</p> <p>EDIFICAÇÃO</p> <p>ÁREA DO PAV. TÉRREO.....1.827,00m²</p> <p>ÁREA DO PAV. SUPERIOR.....1.785,00m²</p> <p>ÁREA TOTAL.....3.612,00m²</p>
OBSERVAÇÃO	
TIPO DO PROJETO: REQUALIFICAÇÃO	PRANCHA:
CONTEÚDO: PLANTA BAIXA PAV. TÉRREO	
ESCALA:	DATA:
1/125	NOV/2019
DESENHO: LARISSA ALMEIDA	04/06



1 PLANTA BAIXA PAVIMENTO SUPERIOR
ESC 1/125

ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO

MERCADO 18 DE AGOSTO

INSTITUIÇÃO DE ENSINO: FACULDADE DAMAS

ALUNA

LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA

ORIENTADOR

PEDRO HENRIQUE CABRAL VALADARES

DESCRIÇÃO

ANTEPROJETO DO MERCADO 18 DE AGOSTO
RUA MANOEL BORBA, SANTO ANTÔNIO
GARANHUNS - PE

QUADRO DE ÁREAS

ÁREA DO TERRENO.....1.935,00m²
EDIFICAÇÃO
ÁREA DO PAV. TERREO.....1.827,00m²
ÁREA DO PAV. SUPERIOR.....1.785,00m²
ÁREA TOTAL.....3.612,00m²

OBSERVAÇÃO

TIPO DO PROJETO: REQUALIFICAÇÃO

FRANCHA:

CONTEÚDO: PLANTA BAIXA PAV. SUPERIOR

ESCALA:

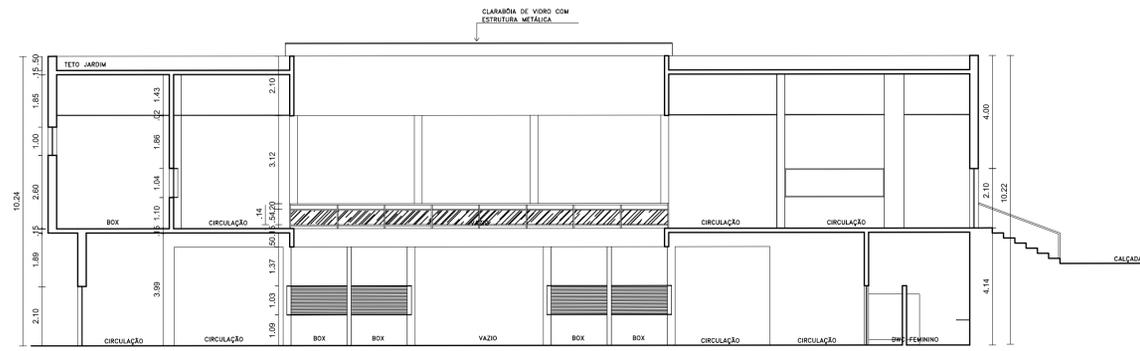
1/125

DESENHO: LARISSA ALMEIDA

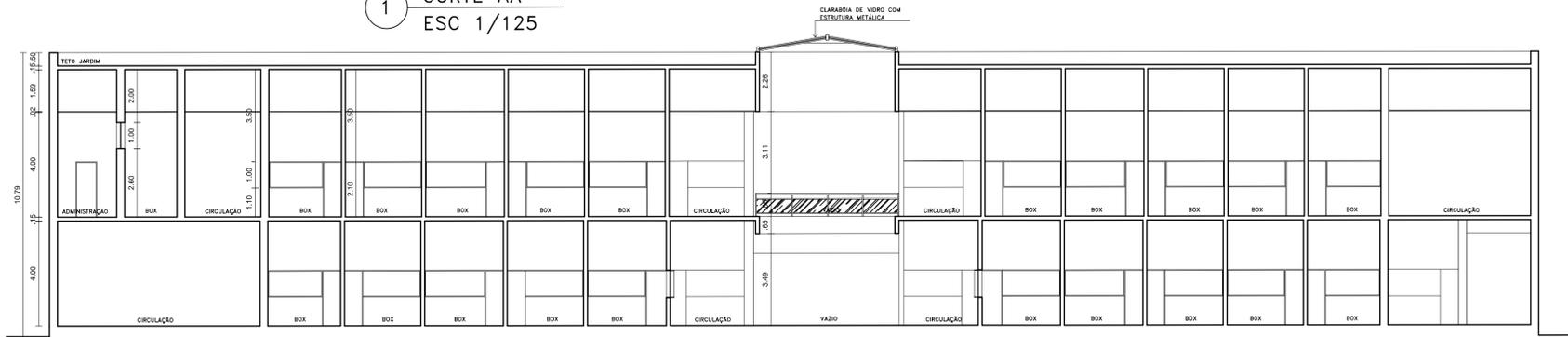
DATA:

NOV/2019

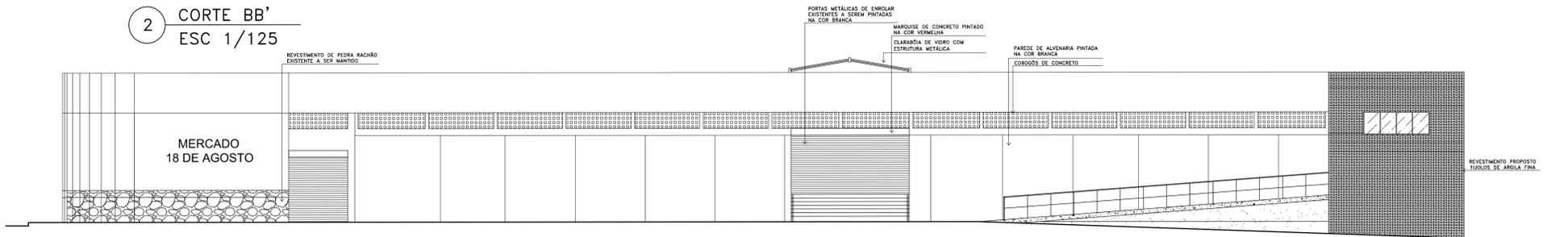
05/06



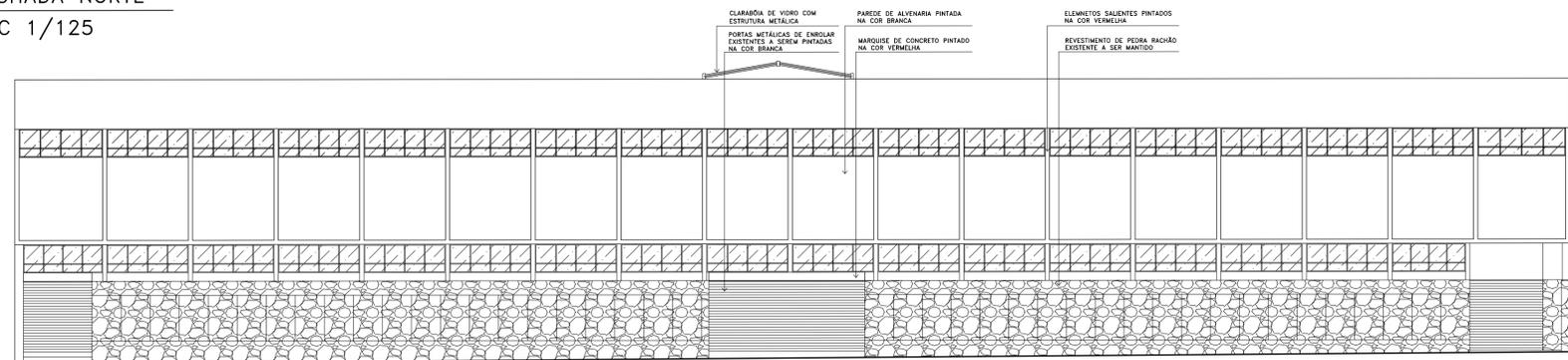
1 CORTE AA'
ESC 1/125



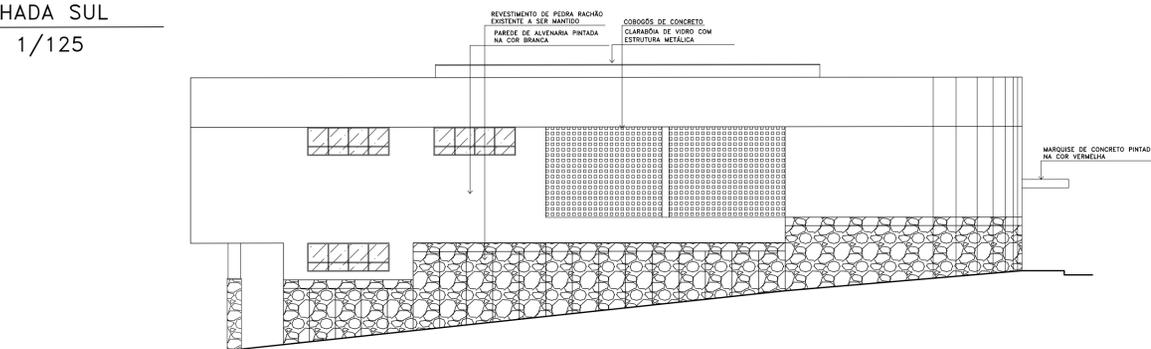
2 CORTE BB'
ESC 1/125



3 FACHADA NORTE
ESC 1/125



4 FACHADA SUL
ESC 1/125



5 FACHADA LESTE
ESC 1/125

ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO

MERCADO 18 DE AGOSTO

INSTITUIÇÃO DE ENSINO: FACULDADE DAMAS

ALUNA
LARISSA MAYARA COSTA ALMEIDA

ORIENTADOR
PEDRO HENRIQUE CABRAL VALADARES

DESCRIÇÃO
ANTEPROJETO DO MERCADO 18 DE AGOSTO
RUA MANOEL BORBA, SANTO ANTÔNIO
GARANHUNS - PE

QUADRO DE ÁREAS

ÁREA DO TERRENO.....	1.935,00m ²
EDIFICAÇÃO	
ÁREA DO PAV. TERREO.....	1.827,00m ²
ÁREA DO PAV. SUPERIOR.....	1.785,00m ²
ÁREA TOTAL.....	3.612,00m ²

OBSERVAÇÃO

TIPO DO PROJETO: REQUALIFICAÇÃO		PRANCHA:
CONTEÚDO: CORTES E FACHADAS		06/06
ESCALA: 1/125	DESENHO: LARISSA ALMEIDA	DATA: NOV/2019