

Mercado Municipal

: Espaço de Referência e Convivência para Cidade de
Santana da Vargem

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS
ARQUITETURA E URBANISMO
ADRIANA ARISSA HARA DE PAULA

Mercado Municipal

: Espaço de Referência e Convivência para Cidade de
Santana da Vargem

Mercado Municipal

: Espaço de Referência e Convivência para Cidade de
Santana da Vargem

Trabalho apresentado ao curso de
Arquitetura e Urbanismo do Centro
Universitário do Sul de Minas, como pré-
requisito para obtenção do grau de
Bacharel, sob orientação do Prof. Ms.
Christian Deni Rocha

Mercado Municipal

: Espaço de Referência e Convivência para Cidade de Santana da Vargem

Monografia apresentada ao curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário do Sul de Minas, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel pela Banca Examinadora composta pelos membros:

Aprovado em: ___ / ___ / _____

Prof.(a)

Prof.(a)

Prof.(a)

DEDICATÓRIA

Agradeço primeiramente a Deus pela saúde e força nos momentos mais difíceis. Em especial a minha família pelo apoio e confiança. Ao meu orientador pela paciência, carinho e conhecimento. Enfim a todos que contribuíram para essa conquista.

RESUMO

O presente trabalho aborda pesquisas relacionado a Mercado Público com objetivo de desenvolver um Mercado Municipal no município de Santana da Vargem em Minas Gerais. O projeto tem como intuito melhorar questões socioeconômicos através do incentivo, criando assim um projeto arquitetônico de referência, proporcionando a sociedade um espaço comercial, de convívio e conhecimento culturais. A metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho foi dividida em etapas: desenvolvimento do plano de trabalho; estudo teórico através de pesquisas bibliográficas e na internet; análise de campo; pesquisa de referências projetuais e pré-projeto.

Palavras-chave: Mercado Publico. Comercialização. Cultura.

ABSTRACT

The present work deals with research related to the Public Market with the objective of developing a Municipal Market in the municipality of Santana da Vargem in Minas Gerais. The project aims to improve socioeconomic issues through incentives, thus creating a reference architectural project, providing society with a commercial space, socializing and cultural knowledge. The methodology used for the development of the work was divided into stages: development of the work plan; theoretical study through bibliographic and internet research; field analysis; research of project and pre-project references.

Keywords: Public Market. Commercialization. Culture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Verduras verdes	10
Figura 02: Etapas do desenvolvimento da pesquisa	12
Figura 03: Pintura de verduras de feira livre	12
Figura 04: Verduras vermelhas	13
Figura 05: Mercado público no Império Romano	14
Figura 06: Evolução do mercado	16
Figura 07: Mercado Público x Supermercado	17
Figura 08: Linha do Tempo	17
Figura 09: Mercado de Candelária	18
Figura 10: Mercado São José em Recife	18
Figura 11: Mercado Municipal de São Paulo	19
Figura 12: Planta baixa do mercado de Florianópolis	21
Figura 13: Mercado Público de Belém	22
Figura 14: Mercado Central de São Paulo	22
Figura 15: Verduras amarelas	23
Figura 16: Igreja Matriz de Santana da Vargem	25
Figura 17: Galpão: Centro de Eventos	25
Figura 18: Entrada do galpão: Centro de Eventos	25
Figura 19: O governo municipal entrega 10 kits de barracas	26
Figura 20: Venda de alface na feira livre	26
Figura 21: Venda de frutas na feira livre	26
Figura 22: Movimento da feira livre da cidade	27
Figura 23: Movimento da feira livre da cidade	27
Figura 24: Movimento da feira livre da cidade	27
Figura 25: Vendas de produto na mesa e cadeira do próprio comerciante	28
Figura 26: Vendas de produto na mesa e cadeira do próprio comerciante	28
Figura 27: Comercio de goiabas	29
Figura 28: Plantação de goiabas	29
Figura 29: Comercio de café.	29
Figura 30: Comercio de café	29
Figura 31: Verduras roxas	30
Figura 32: Saída de água da ponte do Ribeirão	32
Figura 33: Nova tubulação da Ponte do Ribeirão	32
Figura 34: Prefeito de Santana da Vargem Plantando a Muda	34
Figura 35: Vista Superior do Terreno	36
Figura 36: Topografia do terreno escolhido	36

LISTA DE FIGURAS

Figura 37: Vista do terreno escolhido	37
Figura 38: Vista do terreno escolhido	37
Figura 39: Café	38
Figura 40: Fachada Mercado da Boca	39
Figura 41: Fachada Mercado da Boca	39
Figura 42: Torre de panela	40
Figura 43: Chaminés nas barracas	40
Figura 44: Horta nas arquibancadas	40
Figura 45: Utilização das paletas de cores	40
Figura 46: Vista da torre central	40
Figura 47: Planta baixa pavimento inferior do Mercado da Boca	41
Figura 48: Planta baixa pavimento superior do Mercado da Boca	41
Figura 49: Fachada Mercado Mané	41
Figura 50: Localização do mercado	42
Figura 51: Fotografia interna do Mercado	42
Figura 52: Fotografia interna do Mercado	42
Figura 53: Uma segunda cobertura	42
Figura 54: Planta baixa do Mercado Mané	43
Figura 55: Fachada Mercado Targ Blonie	43
Figura 56: Vista superior do Mercado Targ Blonie	44
Figura 57: Movimento durante as atividades	44
Figura 58: Após as atividades comerciais	44
Figura 59: Pavilhões comerciais	44
Figura 60: Volumetria do mercado	44
Figura 61: Planta baixa do Mercado Targ Blonie	45
Figura 62: Goiabas	46
Figura 63: Verduras laranjas	48
Figura 64: Diagrama do conceito	49
Figura 65: Desenvolvimento da identidade visual	49
Figura 66: Setorização	52
Figura 67: Organograma do mercado	53
Figura 68: Croqui da volumetria	54
Figura 69: Croqui da volumetria	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 70: Croqui da volumetria	54
Figura 71: Croqui da volumetria inserida no terreno	55
Figura 72: Milho	56
Figura 73: Verduras	58

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Legislação relacionada ao tema	47
Tabela 02: Programa de Necessidades acesso privado	50
Tabela 03: Programa de Necessidades acesso público	51
Tabela 04: Divisão das barracas	51

LISTA DE MAPAS

Mapa 01: Mapa de delimitação dos Municípios	24
Mapa 02: Mapa de Localização e Pontos Nodais	31
Mapa 03: Mapa de Acesso para o Terreno	32
Mapa 04: Mapa de Condicionantes Ambientais	33
Mapa 05: Mapa de Cheios e Vazios	34
Mapa 06: Mapa de Uso e Ocupação do Solo	35
Mapa 07: Mapa de Mobilidade Urbana	36

SÚMARIO

1	INTRODUÇÃO	10
	1.1 Justificativa	11
	1.2 Problematização	11
	1.3 Objetivo Geral	11
	1.3.1 Objetivos Específicos	11
	1.4 Metodologia	12
2	REVISÃO DE LITERATURA	13
	2.1 Origem e Evolução dos Mercados Públicos	14
	2.2 Mercado Público no Brasil	17
	2.2.1 Arquitetura de Mercados Públicos	20
3	SANTANA DA VARGEM	23
	3.1 História da Cidade	24
	3.2 Feira Livre de Santana da Vargem	25
	3.2.1 Produtos	28
4	DIAGNÓSTICO DA ÁREA	30
	4.1 Condicionantes Ambientais	32
	4.2 Uso e Ocupação do Solo	34
	4.3 Mobilidade Urbana	35
	4.4 Topografia	36
5	REFERÊNCIAS PROJETUAIS	38
	5.1 Mercado da Boca	39
	5.2 Mercado Mané	41
	4.3 Mercado Targ Blonie	43
6	LEGISLAÇÕES	46
7	PRÉ-PROJETO	48
	7.1 Conceito	49
	7.2 Programa de Necessidade	50
	7.3 Setorização	52
	7.4 Organograma	53
	7.5 Partido	54
8	CONCLUSÃO	56
	REFERÊNCIAS	58

1. INTRODUÇÃO



Figura 01: Verduras verdes.

Fontes: Educação Nutricional Grana Padano.

Historicamente, a melhoria na agricultura de subsistência e, posteriormente, produção agrícola excedente, permitiram que as primeiras civilizações gerassem suas primeiras relações comerciais por meio de uma economia de troca. A princípio, essas trocas aconteciam em espaços abertos, como em praças e ruas, mas com o crescimento da população, tornou-se necessário que o Estado regulamentasse esses espaços, surgindo então as feiras e mercados. Essa presença do mercado pode ser observada desde a Antiguidade.

A feira ao ar livre é caracterizada por ser um espaço de comercialização, porém, com o passar dos anos isso vem se alterando sendo também um espaço cultural e educacional, que busca atender todas as classes sociais. Na maioria das cidades, as feiras se transformaram em mercado público, se tornando assim um ponto de referência e turísticas, tornando um espaço de aprendizagem para quem deseja aprender e conhecer a cultura da cidade. Acredita-se que a tradição de uma feira livre e de eventos populares tem um grande significado cultural e econômico para a comunidade de uma cidade tipicamente do interior de Minas Gerais.

1.1 Justificativa

O motivo para o desenvolvimento de um mercado público para a cidade de Santana da Vargem vem pela falta de espaço público que valorize a vida urbana local, com objetivo de inserir em uma pequena cidade um espaço que contribua tanto em questões econômicas quanto tanto com questões culturais de convivência, ou seja um espaço de referência projetado de forma a integrar o seu entorno com a cidade.

1.2 Problematização

Ainda que em Santana da Vargem apresenta um espaço para realização da feira ao ar livre, o problema identificado se refere com condições inadequadas para a realização da feira que prejudica os feirantes, mas também o crescimento e desenvolvimento da cidade, pois muitas das vezes estes são cancelados devido às chuvas. Além disso, a falta de barracas de venda oferecidas pela prefeitura acaba limitando a quantidade de vendedores no local.

1.3 Objetivo Geral

Elaborar um projeto arquitetônico de um mercado público para o município de Santana da Vargem, sendo assim um ponto de referência e cultural para a população.

1.3.1 Objetivo Específico

- Criar um projeto arquitetônico que remete a história da cidade;
- Desenvolver um espaço de encontro e tornar-se um espaço cultural de grande importância para o município;

- Valoração dos produtores e artesãos da região: reconhecer quadra industrial importante para a cidade e as tradições;
- Entender como os espaços públicos podem atuar nas relações socioculturais e econômicas no município e no seu entorno.

1.4 Metodologia

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do presente trabalho é realizada por etapas (Figura 02). A princípio fez-se necessário o desenvolvimento do Plano de Trabalho, que inclui toda organização do trabalho. Em seguida pelo estudo teórico através de pesquisas bibliográficas e na internet. Além do estudo bibliográfico foram realizadas pesquisas sobre as normas e legislação específica relacionadas ao tema.



Figura 02: Etapas do desenvolvimento da pesquisa.

Fontes: A Autora.

Após isso, para o aprofundamento da identificação da área de estudo, adotou-se análise de campo visitando o local para identificar de melhor maneira as necessidades e desejos dos usuários e para desenvolver uma série de mapas para analisar a área. Seguidamente, foi realizada uma pesquisa de referências projetuais de mercados públicos que servirá como inspiração para o projeto.

Por fim, é possível dar início ao projeto, definindo assim o conceito, programa de necessidade, setorização, organograma, partido e estudo volumétrico.



Figura 03: Pintura de verduras de feira livre.

Fontes: DE ARTE EM ARTE, 2013.



2. REVISÃO DE LITERATURA

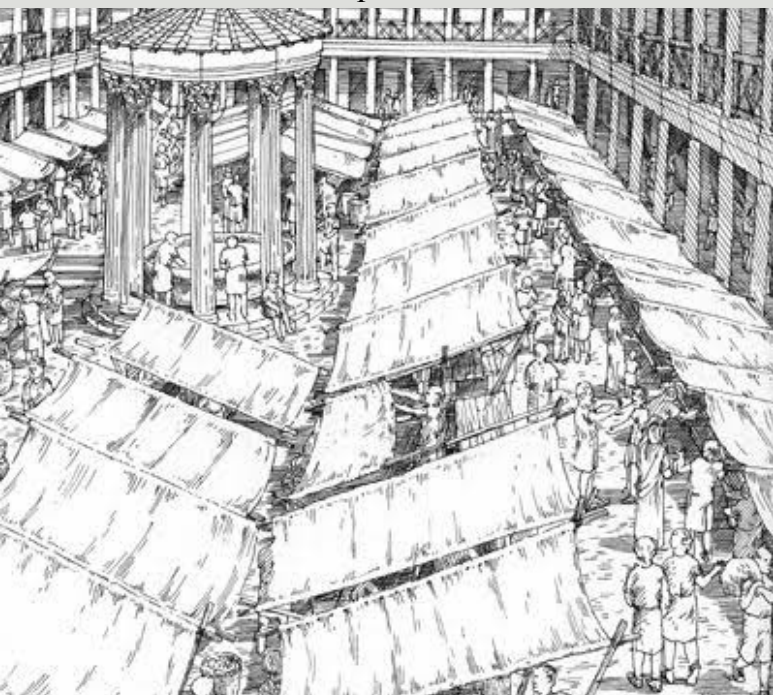
2.1 Origem e Evolução dos Mercados Públicos

As primeiras feiras podem ser rastreadas até as civilizações mais antigas, originalmente para troca de produtos. A presença da agricultura foi o principal motivo para realizar a trocas de produtos, pois com a necessidade de se auto sustentar fez-se necessário uma grande mudança tornando o homem sedentário.

De acordo com o Dicionário Online de Português de 2023, a palavra Mercado, significa "Lugar público, ao ar livre ou em recinto fechado, onde se vendem e onde se compram mercadorias.". Além disso, são parte da história e da cultura da cidade, são referências de espaços sociais, de trocas de conhecimento e aprendizagem. Sua origem se deu através das civilizações mais antigas, no qual ocorria a troca de mercadorias, porém com o passar do tempo proporcionou um diferencial: a troca de moeda. De acordo com Oliveira Júnior (2006), com o avanço das tecnologias, principalmente os aliados à transportes entre cidades, possibilitou uma sociabilidade fomentada pelo contato entre o comerciante e o comprador, portanto, o comércio tem um caráter social, assim também tornou possível o crescimento dessas atividades que passou a se chamar de “Mercado”.

A troca é uma atividade que nasce com o homem e que, na maior parte da história da humanidade, para trocar era preciso acontecer o encontro. É dessa necessidade de encontro que vai nascer o lugar do mercado. (VARGAS, 2001, p.95)

Na Grécia Antiga, o comércio varejista inicialmente sucedia próximo à Acrópole, porém com o aumento da população passou a ser na Ágora. Conforme Vargas (2001), o local era propício ao encontro de pessoas e comercialização, remetendo ao espaço público e a Acrópole passou a ser um local destinado a discussão de ideias, estabelecendo características regionais e estratégicas. Entretanto, o conceito grego da cidade se perdeu com a influência romana.



A Ágora surge, inicialmente, como um espaço plano com funções comerciais e de encontro público adotando gradualmente a condição de espaço fechado por edifícios. Quanto mais monumentais os edifícios, mais esse espaço aberto acabava por isolar-se do entorno urbano. (VARGAS, 2001, p. 116 e 117)

Figura 05: Mercado público no Império Romano.

Fontes: Vargas, 2001.

No Império Romano as atividades sociais como comércio foram implantadas nos Fóruns, que realizavam atividades de cunho comercial, religioso e político, era um espaço descoberto posicionado ao lado do prédio Senado e da Justiça, em lugar diferente do mercado. De acordo com Vargas (2001), também encontrava mercados em espaços abertos como ilustra na figura 05 (Figura 05). Nesse mercado os comerciantes montavam suas barracas e no centro localizavam uma fonte de água.

Desde a Idade Média os mercados eram implantados em vias importantes, rente a muralhas da cidade. Certamente o crescimento do centro da cidade foi pela necessidade de aproximação com os habitantes. Além disso, durante o período da cidade medieval, também encontraram presença de comércio em espaços livres, como praças próximas a ruas desordenadas. Essas praças se caracterizavam por ser um espaço de encontros, festas, espetáculos e para comunicação de notícias.

No século XI e XIII, as Cruzadas foram motivo para a reabertura do comércio europeu, formando relações entre Oriente e Ocidente. Foram realizadas atividades de grandes feiras nas rotas e nos espaços de encontro entre elas, marcando o comércio no período Renascentista. No entanto, a existência de troca de produtos continuava a acontecer não somente em espaços comerciais, dito isso o local abrigava inúmeras atividades sociais e urbanas, dando surgimento do espaço público de mercado. Com a manifestação de novas classes sociais dos comerciantes teve surgimento dos comércios privados, que se tornaram concorrentes do mercado municipal, sendo assim passaram a se especializar em produtos culturais da cidade ou mesmo produtos básicos alimentícios, por outro lado ele também foi ganhando novas formas, com edificações próprias.

No século XIX, em toda Europa vários mercados são edificados. Segundo Vargas (2001), o poder público começa a se preocupar com a higiene desses espaços, pois era onde garantia o abastecimento de alimentos à população. Em relação à arquitetura, originalmente os mercados cobertos eram um perímetro sólido fechado por lojas em volta de um espaço central. Os materiais utilizados eram forro leve sustentado por uma estrutura de ferro. Além disso, os comerciantes vendiam suas mercadorias em barracas sem coberturas individuais ou divisões.

De acordo com Vargas (2001, p.167), afirma que: “o setor privado desenvolve um novo espaço para o comércio varejista, as galerias ou arcadas comerciais”, esses espaços era uma galerias de grandes edifícios que ofereciam oportunidades de negócios, seu diferencial é que eram consideradas empreendimentos imobiliários, além de não possuir liberdade para modificações por motivo de moda ou humor da sociedade (Figura 06).

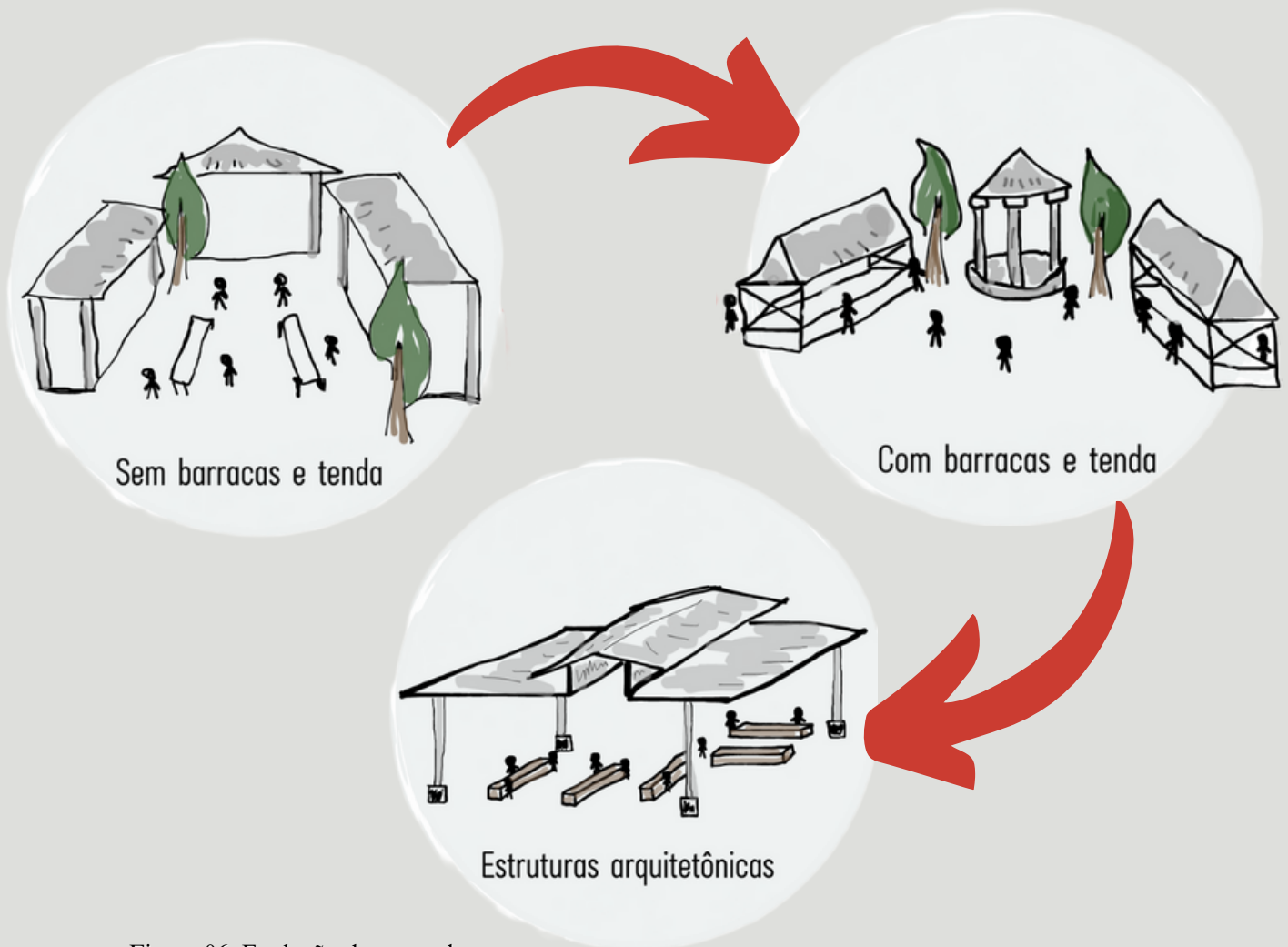


Figura 06: Evolução do mercado.

Fontes: A autora, 2023.

Com a evolução das galerias, teve o desenvolvimento de outros centros comerciais tais como: shopping centers, supermercados e hipermercados. Porém esses tipos de comércio possuem conceitos diferentes de um espaço público ou equipamentos urbanos.

Enfim, com base nas informações históricas, certifica-se que o mercado foi um elemento de grande importância para as cidades, trazendo consigo características de um espaço urbano. O mercado também foi caracterizando e potencializando a cultura de cada cidade, estabelecendo uma relação de tradição e identidade com a população (Figura 07).

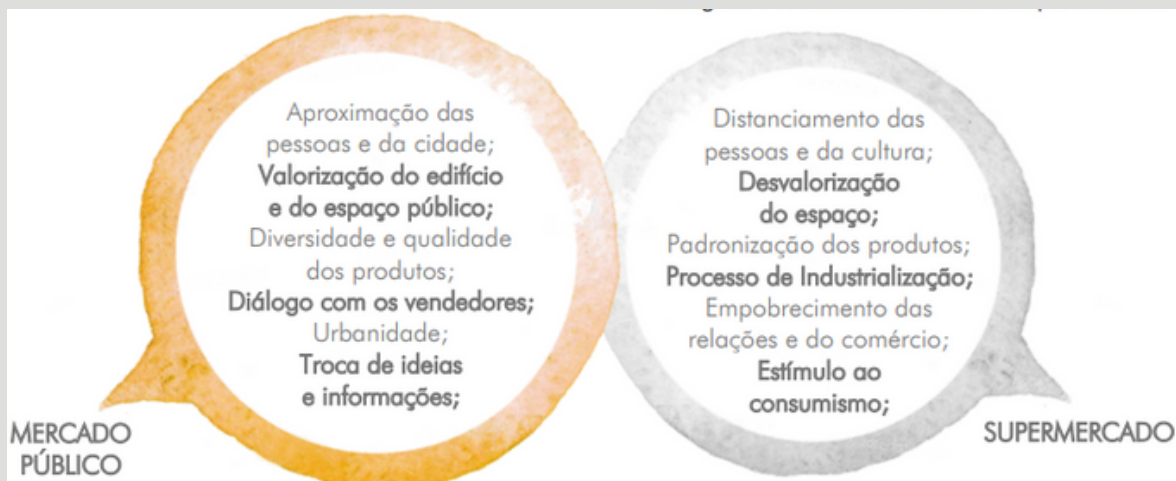


Figura 07: Mercado Público x Supermercado.

Fontes: Manuella, 2017.

2.2 Mercado Público no Brasil

No Brasil as feiras livres foram se revelando pela primeira vez na cultura popular brasileira, desde a época colonial, seguindo os padrões do Império Português, caracterizado por situar nos centros das cidades. No Brasil, até meados do século XVIII as vendas eram realizadas próximo aos portos, pois transportavam suas mercadorias para o interior do país. A partir da segunda parte do século XIX, os centros urbanos eram cercados por feiras, transformando assim essas praças nos primeiros mercados públicos.

Durante o período histórico, na maioria das cidades o mercado foi implantado nas ruas e praças públicas. Os mercados públicos possuem tipologias e características próprias de acordo com a sua época e região, porém sua função social e cultural está presente em todos. No final do século XVIII e no início do século XIX surgiram núcleos urbanos e por consequência mercados neste país (Figura 08).

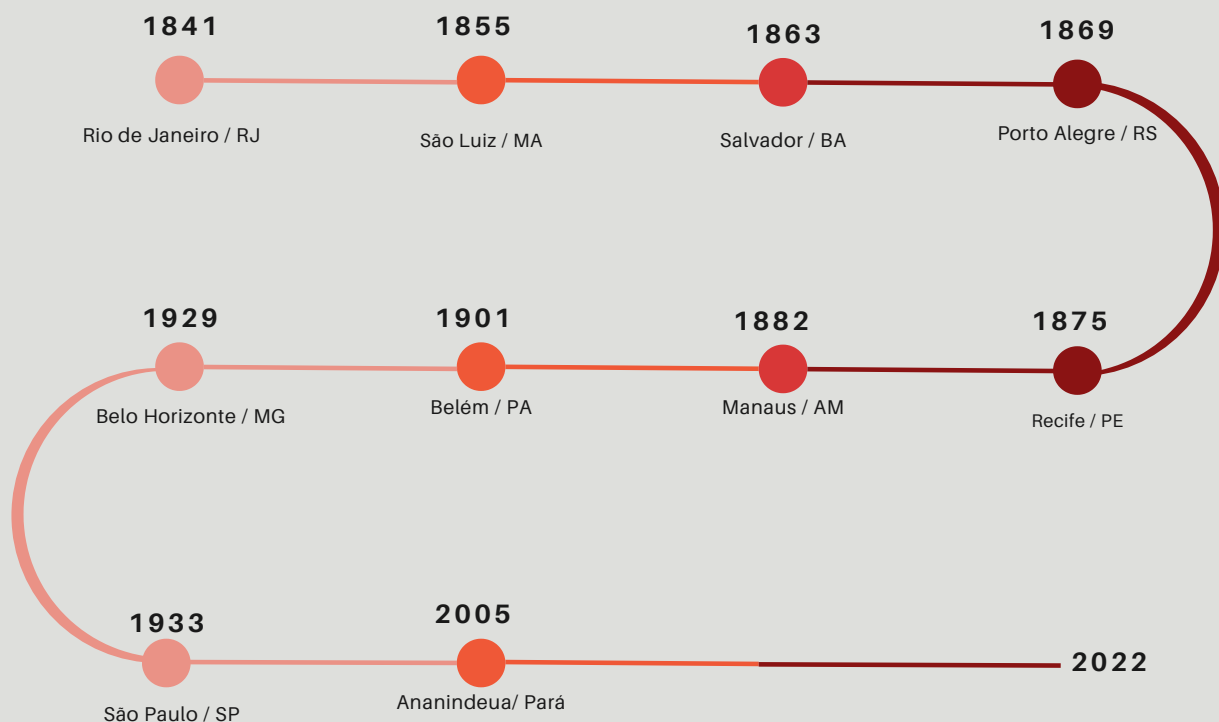


Figura 08: Linha do Tempo.

Fontes: A autora, 2023.

O primeiro mercado municipal desenvolvido no Brasil foi em 1841, no Estado do Rio de Janeiro: “Mercado da Candelária” (Figura 09), popularmente conhecido como mercado da praia do peixe. O projeto foi elaborado pelo arquiteto Grandjean de Montigny, possuindo uma área total de 5.187 metros quadrados. Além disso, o local passou por vários incêndios, porém sempre reabriram até fecharem as portas em 1911.



Figura 09: Mercado de Candelária.

Fontes: Blog Saudades do Rio.

No Brasil, no final do século XIX e na primeira década do século XX, vários mercados foram edificados com material pré-fabricado em ferro e tiveram grandes aceitações. Em 1875, na cidade de Recife foi implantado o primeiro mercado pré-fabricado em ferro inspirado nos mercados da França, conhecido como: Mercado de São José (Figura 10).



Figura 10: Mercado São José em Recife.

Fontes: Manoel Tondella, 1905.

Além das construções de mercados com ferragens, podemos encontrar estrutura de alvenaria em alguns mercados, tais como: Mercado Modelo de Salvador de 1863 e o Mercado Municipal de São Paulo de 1933 (Figura 11). De acordo com Oliveira Júnior (2006), os mercados tiveram o seu auge no início do século XX, sendo ofuscado com o surgimento do sistema de autosserviço, pois assim, os supermercados foram pegando o controle absoluto da distribuição de alimentos dos municípios.



Figura 11: Mercado Municipal de São Paulo.

Fontes: Douglas Nascimento, 2010.

Além disso, com o crescimento exagerado e desordenado dos grandes centros urbanos, os comerciantes dos alimentos agropecuários tiveram dificuldades para distribuírem seus alimentos. Dessa forma, foram surgindo os supermercados inspirada nos Estados Unidos que passaram a terem função de varejo-atacadista.

Após 2010 praticamente não houve novas obras relevantes de mercados públicos no Brasil, porem os que foram construídos nessa época os arquitetos já buscaram trazer para os projetos uma característica geral da cidade ou mesmo a importância para a população local, como exemplo podemos citar o Mercado da Boca localizado em Belo Horizonte em Minas Gerais, cada detalhe dele foi pensando no simples jeito do “mineiro”.

Mesmo com poucas novas obras de mercados públicos no Brasil, tem-se buscado enfatizar a relação desses espaços com a cultura regional, fazendo assim uma revitalização nos mercados públicos sem modificar ou alterar parte da estrutura que faz sentido na cultura da cidade.

Por fim, ao analisarmos toda sua história fica evidente a importância que os mercados tiveram no crescimento das cidades pequenas, tanto econômico, mas também na valorização de sua cultura, criaram novos espaços urbanos, que desenvolveram consigo um ambiente caracterizado como cultural, social e econômico em um único espaço.

2.2.1 Arquitetura de Mercados Públicos

Os mercados se caracteriza por serem de campo neutro de acesso ao público, sempre tendo uma relação com seu entorno urbano, sendo assim, muitas das vezes batizaram o nome das ruas e praça onde comercializavam os produtos. Mas cada mercado público possui uma característica única de acordo com a cultura da região e da época construída.

Nos meados do século XIX, surgiram os mercados com a estrutura de ferro, esses tipos de edifícios apresentavam algumas vantagens, por exemplo maior aproveitamento do espaço interno e possui uma durabilidade maior. Ao mesmo tempo surgiram mercados de uso noturno, umas galerias com uma tipologia comercial, mas para pessoas de classes mais alta. Proporcionando assim, aos seus clientes consumidores, um espaço com diversos comércios e área de lazer.

Os Shopping Centers e um espaço que oferece vários tipos de produtos e lazer, criando assim um espaço que proporciona uma relação somete com a venda para troca de produtos, diferentemente dos mercados públicos que cria um espaço de vendas e trocas de hábitos, valores e cultura sendo acessível a qualquer tipo de pessoa. Porém, mesmo com todo valor do mercado público dispõe para a população, ele acaba sendo pouco valorizado pelos homens (RENNÓ 2006).

A importância do Mercado Municipal se vem através de seus valores, fazendo parte do dia a dia de cada cidade, além de ajudar no desenvolvimento de cada município, valorizando os agricultores locais, fortalecendo suas histórias.

De acordo com a pesquisa, os mercados públicos possuem características de acordo com a cultura da região e da época construída. A seguir, apresenta-se as tipologias arquitetônicas utilizadas em mercados municipais.

- **Mercados fechados com pátio central aberto:**

Os seguintes mercados, foram construídos na primeira metade do século XIX, apresentam características de fachadas em estilo Neorromânico, com formas de plantas quadrada ou retangular, em madeira ou alvenaria, com clerestórios, o pátio interno era descoberto composto por um conjunto de arcadas ou pilares nas laterais, além disso no centro do pátio havia um chafariz.

Conforme Victor Baltard, observou-se que na França até a primeira metade do século XIX, eram bastante divulgados os mercados fechados que tem sua origem tipológica na antiguidade clássica. No Brasil também foi utilizado este tipo de mercado, principalmente no século XIX, tendo o Mercado da Carne em Belém de 1867, o Mercado Público de Florianópolis de 1851 e o Mercado Público de Porto Alegre de 1844 como exemplo (Figura 12).

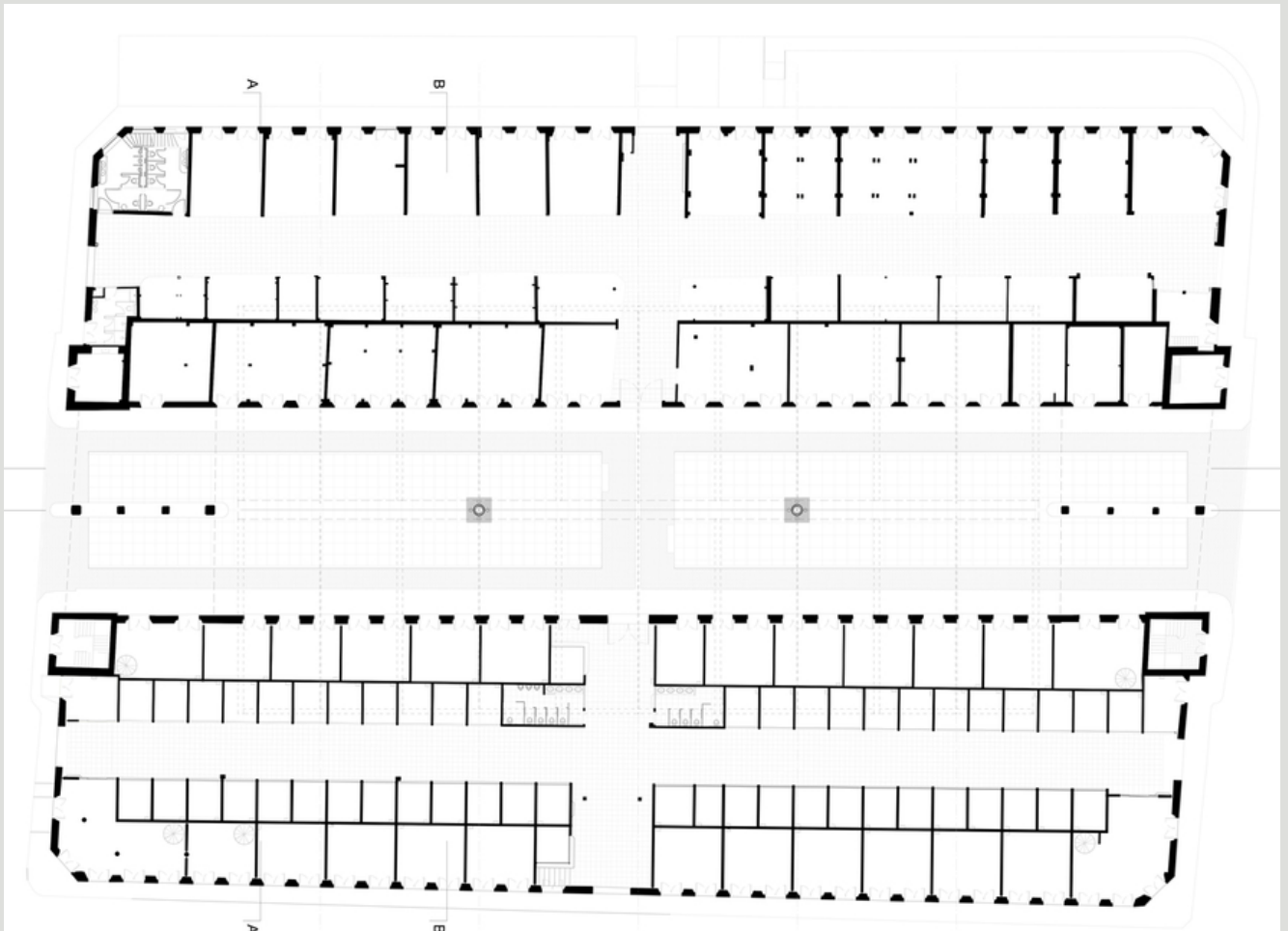


Figura 12: Planta baixa do mercado de Florianópolis.

Fontes: ArchDaily, 2017.

- **Mercados cobertos em estrutura de ferro:**

Os mercados com a estrutura de ferro surgiram em meados do século XIX, esse tipo de edifícios apresentavam algumas vantagens, por exemplo maior aproveitamento do espaço interno e possui uma durabilidade maior.

Como modelo no Brasil, podemos citar o Mercado de Ferro (Figura 13), conhecido também como Mercado de Peixe, instalado onde se localizava a “Casa do Haver o Peso” na cidade de Belém em 1901. Seu projeto foi elaborado por dois engenheiros, com sua estrutura importada dos Estados Unidos e da Inglaterra. A estrutura do edifício é composta por pilares, vigas, treliças e fechamento com chapas simples em ferro. Além disso, na fachada as portas eram de madeira e as janelas em estrutura de ferro, com alvenaria de tijolo.



Figura 13: Mercado Público de Belém.

Fontes: Cayambe.

- **Mercados cobertos dotados de torres laterais:**

Por fim, podemos classificar os mercados públicos que foram edificados usando um sistema construtivo misto, portanto utilizavam alvenaria de tijolo comum com estrutura de ferro e madeira, composta por colunas de ferro com fechamento externo em alvenaria e cobertura executada em tesouras de madeira. Além destas características os mercados eram composto por torres, sendo executados nas laterais com o pé-direito mais alto.

Um dos exemplos do Brasil é o Mercado Central de São Paulo (Figura 14), projetado em 1926, por Francisco de Paula Ramos de Azevedo e sua inauguração em 1933. O mercado se destaca pela sua volumetria semelhante ao Mercado Central de Berlim.



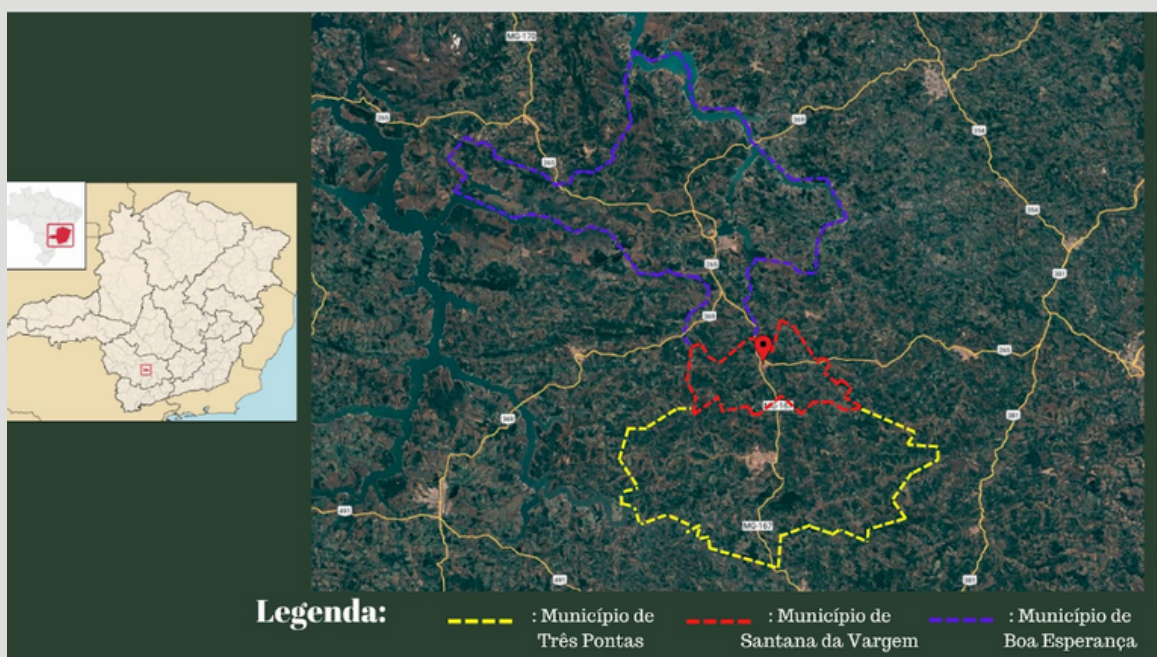
Figura 14: Mercado Central de São Paulo.

Fontes: Dornicke.



3. SANTANA DA VARGEM

Santana da Vargem é uma cidade pequena de relevo predominante montanhoso com uma população estimada de 7.047 habitantes localizada no sul do estado de Minas Gerais. Considerado uma cidade de baixa influência para os municípios vizinhos. A cidade de Santana da Vargem é do entorno da região de Três Pontas - MG e Boa Esperança - MG, sendo assim a cidade atrai a maior parte dos visitantes para logística de transporte (Mapa 01).



Mapa 01: Mapa de delimitação dos Municípios.

Fontes: A autora, 2023.

A cidade possui três tipos de acesso, dois pelo BR-381 e um pelo MG-167. De acordo com as pesquisas do IBGE de Santana, conta com 1,19 km² de área urbanizada com 35,50% das vias públicas urbanizada e 26,70% de arborização nas vias. Apresenta também, 1.649 domicílios urbanos e 556 rurais entre eles 71,90% possuem um esgotamento adequado.

3.1 História da Cidade

Santana da Vargem surgiu por volta de 1862, quando os desbravadores de suas matas abriram os caminhos e construíram uma capela dedicada à Senhora Sant'Ana. Devido a fertilidade do solo e condicionante ambiental agradável que a região oferecia, fizeram com que a população fixasse ao redor da capelinha, explorando assim a agricultura e a pecuária. A origem do nome vem da ligação com o nome da Santa Padroeira, porém ao passar do tempo sua denominação teve alteração chamando assim "Mombuca" pela Lei n°.843 de 07 de setembro de 1923. Mas a população não concordou com o novo nome e o município voltou a ser chamado de "Santana da Vargem" (Figura 16).

Em relação com a chegada do Corona vírus, acabou afetando muitos hábitos culturais da cidade. Por exemplo, a realização de feira foi fechada por um período, mas quando retomaram as atividades os comerciantes sentiram um grande declínio em suas vendas.



Figura 16: Igreja Matriz de Santana da Vargem.

Fontes: Prefeitura Municipal de Santana da Vargem, 1962.

Atualmente Santana da Vargem ainda é considerada uma cidade pequena, mas aos poucos vai se desenvolvendo com a ajuda da prefeitura, criando assim loteamentos novos. Mesmo com toda evolução da cidade urbana, a população valoriza muito os agricultores locais, porém por ser uma cidade menor com pouco suporte de apoio acaba não tendo muita oportunidade para mostrar aos consumidores seus produtos. No entanto, ainda existe pessoas que passa de casa em casa para apresentar seus produtos.

3.2 Feira Livre de Santana da Vargem

Não sabemos ao certo quando foi a primeira realização de venda livre pois, isso surgiu naturalmente pelos moradores com as trocas de produtos e comerciantes que passa por casa em casa para apresentar seus produtos. Mas a feira teve auxílio do governo em 2006, alugando um galpão da cidade, conhecido como Centro de Eventos localizado no bairro São Domingos (Figura 17 e 18). Esse galpão foi utilizado durante 3 anos, porém, pela sua falta de conforto no espaço, higiene e visibilidade pela população a prefeitura teve que mudar suas estratégias. Desde então a feira se deslocou para praça matriz.



Figura 17: Galpão: Centro de Eventos.

Fontes: A autora, 2023.



Figura 18: Entrada do galpão: Centro de Eventos.

Fontes: Nunes, 2019.



Figura 19: O governo municipal entrega 10 kits de barracas.
Fontes: Santana Acontece, 2022.

Em 2015, a prefeitura se organizou para ajudar os feirantes, alugando assim as barracas do departamento da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal (EMATER). Porém, no dia 22 de dezembro de 2022 o governo municipal de Santana da Vargem decide sair do aluguel e comprar as barracas, entregando assim 10 kits de barracas aos comerciantes, além disso, para apoiar mais seus vendedores e agricultores desenvolveram uma associação dos feirantes para incentivar as atividades das feiras (Figura 19).

Nas vendas apresenta como sua maior parte os alimentos de agricultura familiar, destacando os seguintes alimentos que são ricos na região: o plantio do café, goiabas, feijão, milho e alface, além da apicultura (Figura 20 e 21). A região conta com 322 produtores, conforme os dados do IBGE de 2010, que comercializam seus produtos em outras cidades, no comércio local e na feira livre da cidade, sendo pela feira apenas 25 pessoas.



Figura 20: Venda de alface na feira livre.
Fontes: A autora, 2023.



Figura 21: Venda de frutas na feira livre.
Fontes: A autora, 2023.

Desse modo, entre uma entrevista com alguns produtores de Santana da Vargem que revende em outras cidades vizinhas, fizemos a seguinte pergunta a todos: “em questão das suas vendas, o que as outras cidades vizinhas oferece que falta em Santana da Vargem?”, juntando a resposta de todos resumidamente foi; recebimento de estrutura que pode se atuar mesmo em dias chuvoso, proporciona vendas duas ou até três vezes na semana.

Atualmente o município de Santana da Vargem conta com a feira livre somente nas sextas-feiras na Praça João Maciel Neiva (Figura 22, 23 e 24), popularmente chamada de Praça da Matriz. Os dias sofrem alterações de acordo com as festividades locais, já que é a praça principal da cidade e local de todos os eventos municipais como Carnaval, festas religiosas, etc.



Figura 22: Movimento da feira livre da cidade.

Fontes: A autora, 2023.



Figura 23: Movimento da feira livre da cidade.

Fontes: A autora, 2023.



Figura 24: Movimento da feira livre da cidade.

Fontes: A autora, 2023.

Na feira são disponibilizados vários tipos de produtos como: verduras, doces, goiaba, pastel tradicional, queijo entre outros. Durante a atividade da feira, também há um espaço para as mães colocar seus filhos para se entreter durante suas compras.

Mesmo pelo fato de ser uma cidade com apenas aproximadamente 7mil habitantes, 10 kits de barracas não consegue suportar sua demanda, tanto que muitos atualmente desistiram de vender na feira por não conseguir uma barraca comercial. Porém mesmo com a desistência de alguns comerciantes a feira conta com as pessoas que vende o seu produto através do porta-malas do carro, nos bancos da praça ou mesmo o próprio comerciante busca trazer uma mesa de sua própria residência (Figura 25 e 26).



Figura 25: Vendas de produto na mesa e cadeira do próprio comerciante.

Fontes: Nunes, 2019.



Figura 26: Vendas de produto na mesa e cadeira do próprio comerciante.

Fontes: A autora, 2023.

Através de uma entrevista informal buscamos compreender melhor a necessidades tanto dos vendedores quanto dos consumidores. No entanto foi possível constatar uma necessidade de uma estrutura adequada durante dias chuvosos, que possibilita a exposição dos produtos todos os dias da semana, auxiliando também no ponto econômico da cidade.

3.2.1 Produtos

Os alimentos vendidos na feira livre de Santana da Vargem são alimentos tradicionais cultivados no próprio município, por exemplo: goiaba, milho, pastel, grãos, café, salgados e doces caseiros entre outros produtos.

O cultivo da goiaba foi crescendo nos últimos anos e sua comercialização tem feito com que a cidade seja reconhecida por suas frutas tanto por vendedores da feira e vendedores que passam de “porta a porta”. A produção destaca-se pelos pomares bem cuidados que possuem sua fonte em seus próprios quintais, além disso a cidade possui um produtor próximo a rodovia, chamando a atenção de vários viajantes (Figura 27 e 28).



Figura 27: Comercio de goiabas.

Fontes: A autora, 2023.



Figura 28: Plantação de goiabas.

Fontes: A autora, 2023.

Um dos produtos mais visto na vendas da feira também seria a produção de doces e salgados caseiro, além dos queijo fresco. São produtos bastante famosos procurados pelas cidades vizinhas. Esses produtos são raramente encontrados nos supermercados, sendo uma característica única da feira e dos vendedores de carrinho. Além dos produtos citados, Santana da Vargem também são famosos pela sua produção de café que vem se evoluindo cada dia mais. Conforme a pesquisa da IBGE de 2020 Santana da Vargem produziu 9.657 toneladas. Sendo uma quantidade relevante ao tamanho do município. Além disso, apesar de ser uma cidade pequena percebemos uma grande variedade de produtos de café vendido na cidade (Figura 29 e 30)



Figura 29: Comercio de café.

Fontes: A autora, 2023.



Figura 30: Comercio de café.

Fontes: A autora, 2023.

A collection of purple vegetables including onions, eggplants, and bell peppers. The image shows several whole purple onions, a purple eggplant, and a purple bell pepper, all set against a dark, textured background. The vegetables are arranged in a somewhat circular pattern, with the onions and eggplant being the most prominent. The lighting is soft, highlighting the textures of the vegetable skins.

4. DIGNÓSTICO DA ÁREA

A escolha do terreno foi através da necessidade da população, outros pontos considerados foram encontrar um espaço de fácil acesso, tanto para os moradores quanto para as cidades vizinhas, além de ser próximo a igreja matriz da cidade. O terreno escolhido para o desenvolvimento do projeto situa-se na esquina entre Avenida Marginal Ribeirão Santana e Rua Cônego José Maria Ribeiro, próximo ao Ribeirão Santana e a Igreja Matriz (Mapa 02). Antigamente o terreno de estudo era utilizado para realização de esportes como vôlei de areia e futebol, porém atualmente ele se encontra abandonado pela população.



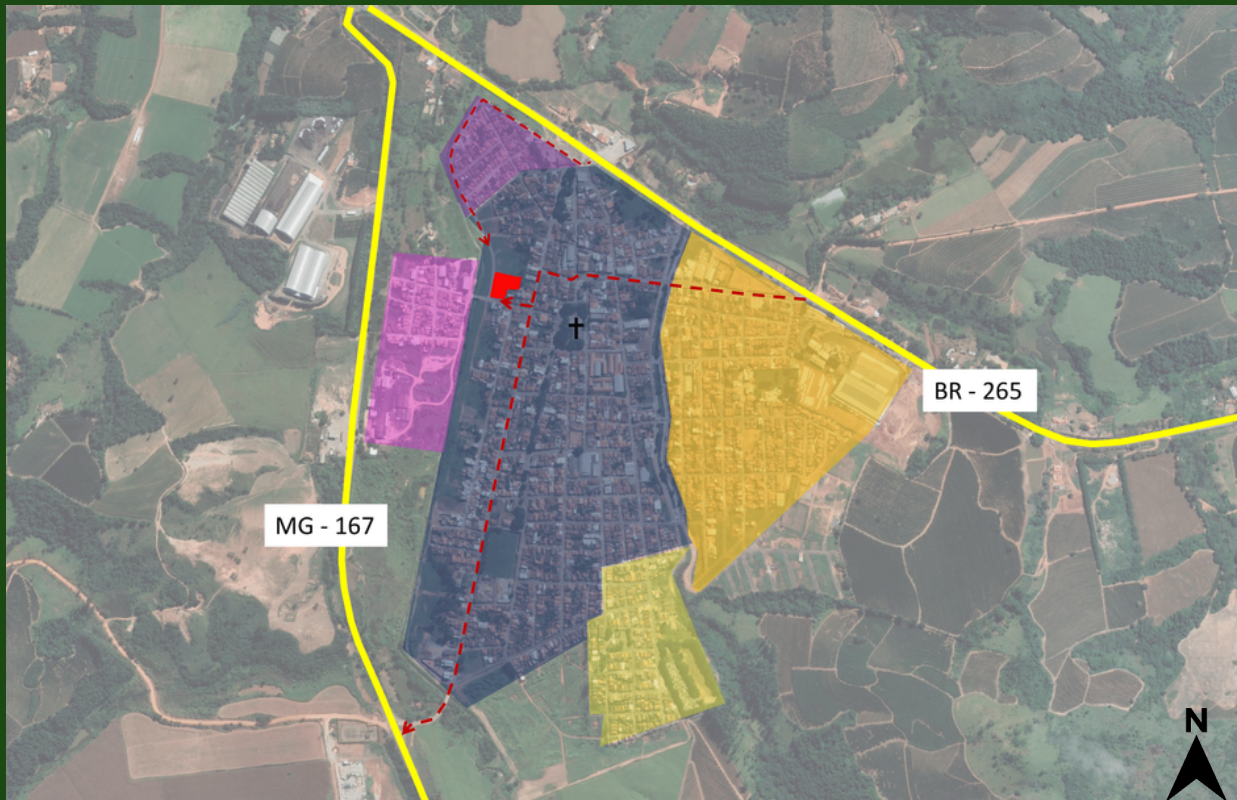
LEGENDA:

- | | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|
|  : Terreno Escolhido |  : Avenida Marginal Ribeirão Santana |  : Prefeitura Municipal |  : Fabrica de Cerâmica |  : Auto Posto Santana |  : Policia Militar |
|  : Rua Cônego José Maria Rabelo |  : Ribeirão Santana |  : Igreja Matriz |  : Câmara Municipal |  : Escolas Estaduais | |

Mapa 02: Mapa de Localização e Pontos Nodais.

Fontes: A autora, 2023.

O terreno escolhido pode ser acessado tanto pela MG - 167 quanto pela BR - 265, sendo de fácil acesso para a área de intervenção (Mapa 03).



LEGENDA:

■ : Terreno Escolhido
 — : Ribeirão Santana
 ➔ : Acesso ao terreno
 — : Rodovia
 ✝ : Igreja Matriz

Mapa 03: Mapa de Acesso para o Terreno.

Fontes: A autora, 2023.

4.1 Condicionantes Ambientais

Santana da Vargem situa-se a 794 metros de altitude, tendo as seguintes coordenadas geográficas: Latitude 21°14'55" Sul, Longitude: 45°30'33" Oeste. Seu clima é caracterizado por ser quente, além de não chover muito em tempos de inverno e verão, no entanto quando ocorre um temporal acaba sendo mais forte que o de costume. Pelo fato da chuva forte, ocorriam alguns desastres naturais no Ribeirão Santana, porém pela necessidade dos moradores, o prefeito de Santana da Vargem busca soluções em 2022, como alargamento do ribeirão, ampliação da tubulação de concreto e reforma na alvenaria da ponte (Figura 32 e 33).

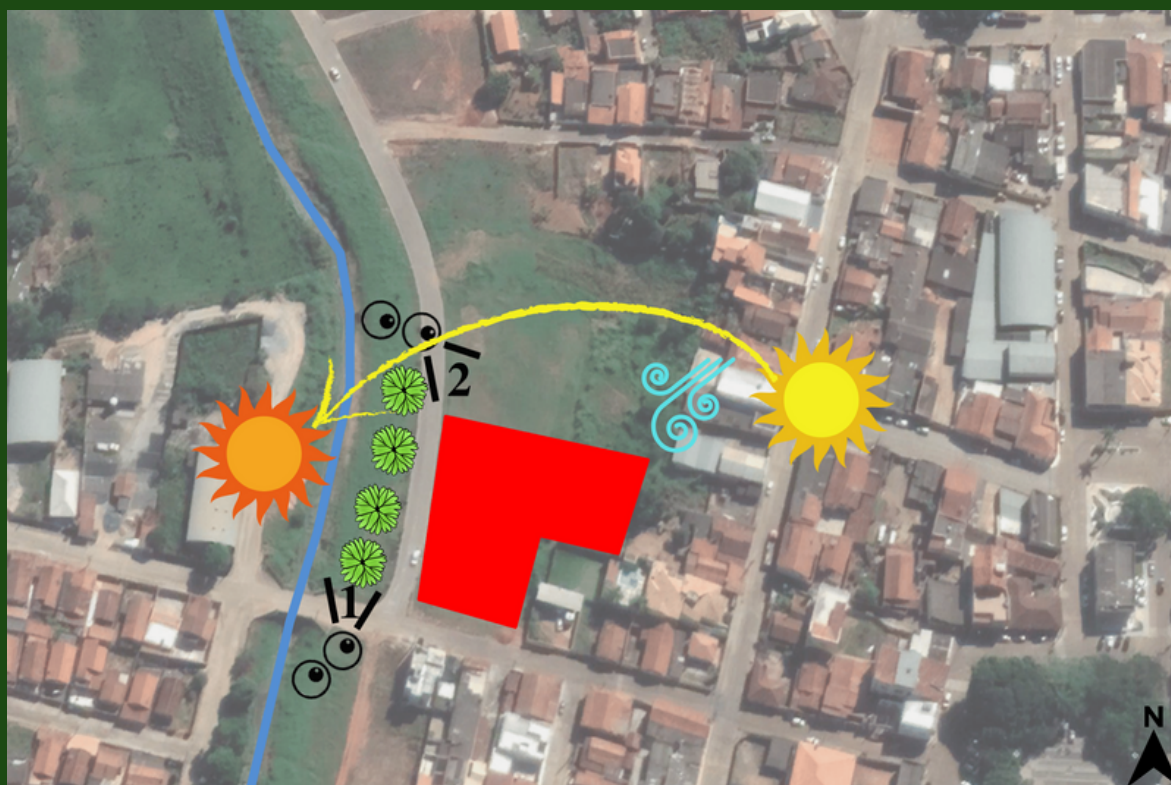


Figura 32: Saída de água da ponte do Ribeirão.
Fontes: A autora, 2023.



Figura 33: Nova tubulação da Ponte do Ribeirão.
Fontes: A autora, 2023.

Entretanto, ao analisar os aspectos ambientais ao redor do terreno escolhido, percebe-se uma boa ventilação e incidência solar, porém no horário da tarde acaba desenvolvendo um espaço bastante ensolarado por não conter vegetações de grandes portes no local (Mapa 04).



LEGENDA:

: Trajetória do Sol

: Sol Poente

: Arvore de Porte Pequeno

: Terreno Escolhido

: Ribeirão Santana

: Sol Nascente

: Vento predominantes



Mapa 04: Mapa de Condicionantes Ambientais.

Fontes: A autora, 2023.

No dia 14 de dezembro de 2021, Administração Municipal organizou um evento para plantar algumas mudas ao redor do Ribeirão Santana com intuito de valorizar o local, para sua plantação tiveram ajuda dos alunos da Escola Municipal Doralice Mendonça Reis e alguns funcionários da Prefeitura Municipal (Figura 34).



Figura 34: Prefeito de Santana da Vargem Plantando a Muda.
Fontes: Prefeitura Municipal de Santana da Vargem, 2021.

4.2 Uso e Ocupação do Solo

Após a análise dos condicionantes ambientais, investigamos as construções vizinhas, sendo elas basicamente imóveis de baixo e médio padrão. Pode-se observar também, uma grande quantidade de edifícios construídos perto do terreno, sendo assim, isso pode ocasionar sombras durante o horário da manhã (Mapa 05).



LEGENDA:

 : Terreno Escolhido  : Ribeirão Santana  : Área Verde  : Cheio  : Vazio

Mapa 05: Mapa de Cheios e Vazios.
Fontes: A autora, 2023.

Além disso, sua região é caracterizada da seguinte maneira: na área Este é composta por residências, áreas institucionais e rico em comércios, mas no restante é formada por residências e algumas áreas mistas de comércios e moradia (Mapa 06).



LEGENDA:

	: Área Verde		: Sem uso		: Institucional		: Comercio		
	: Terreno Escolhido		: Ribeirão Santana		: Residência		: Fabrica		: Misto

Mapa 06: Mapa de Uso e Ocupação do Solo.

Fontes: A autora, 2023.

Em comparação com outros locais da cidade, ao redor da área de estudo conta com alguns terrenos vazios e construções de residência ainda em andamento. Por fim, a maior parte das casas existentes são constituídas por alvenaria com telhados coloniais com a predominância de cores fortes na fachada principal.

4.3 Mobilidade Urbana

As principais ruas do terreno escolhido são a Avenida Marginal Ribeirão Santana e a Rua Cônego José Maria Ribeiro. As duas vias possuem uma dimensão ampla e são de mão dupla, porém somente a avenida é asfaltada, sendo assim, na Rua Cônego José Maria Rabelo nota-se o uso de blocos hexagonais que auxiliam na permeabilidade pluvial. Além das seguintes questões, perto da área de estudo não há uma boa mobilidade urbana, pela falta de iluminação e sinalização (Mapa 07).



LEGENDA:

■ : Terreno Escolhido → : Transito rápido → : Transito médio → : Transito lento

Mapa 07: Mapa de Mobilidade Urbana.

Fontes: A autora, 2023.

4.4 Topografia



Figura 35: Vista Superior do Terreno.

Fontes: A autora, 2023.

O estudo topográfico é essencial para a concepção do projeto, ajudando na determinação da forma para aproveitar o seu aclave ou declive.

O presente terreno pertence ao município de Santana da Vargem, localizado no bairro centro da cidade (Figura 35). O espaço escolhido para o desenvolvimento do projeto possui uma topografia aclave, com uma área total de 2.352,15 m² (Figura 36).

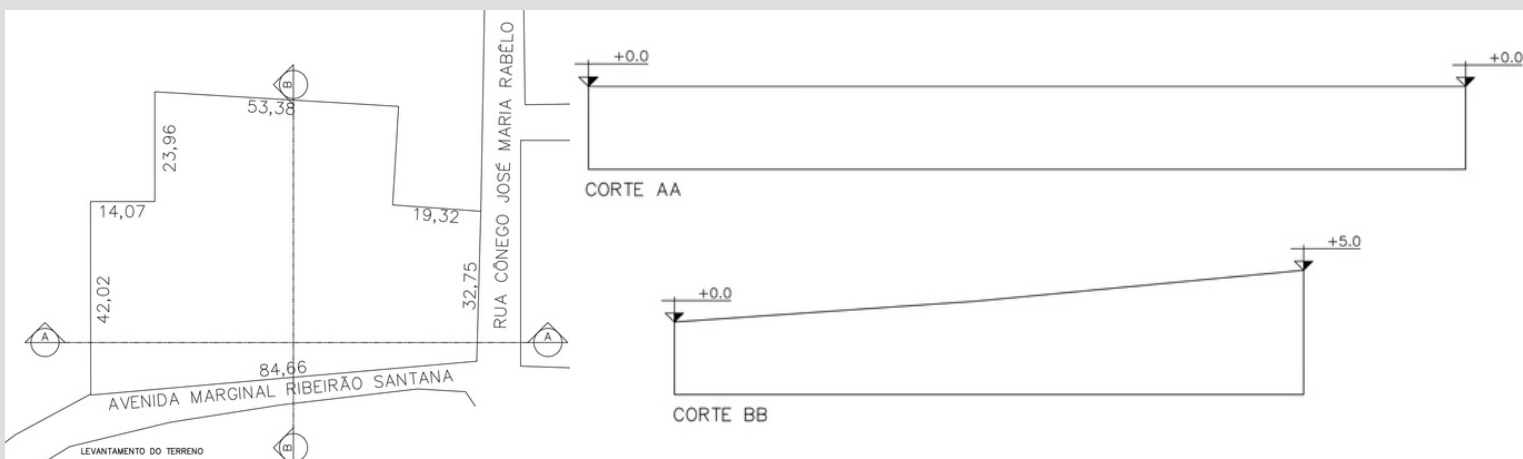


Figura 36: Topografia do terreno escolhido.

Fontes: A autora, 2021.

O terreno possui a cota de 5 metros e se caracteriza atualmente com a sua grama pouco desenvolvida na parte mais plana e vegetação de porte médio perto das residências ao redor. Além disso, por ser um espaço aberto não possui nenhuma privação com a população (Figura 37 e 38).



Figura 37: Vista do terreno escolhido.

Fontes: A autora, 2021.



Figura 38: Vista do terreno escolhido.

Fontes: A autora, 2021.



5. REFERÊNCIAS PROJETOAIS



5.1 Mercado da Boca

O Mercado da Boca foi projetado em 2018 pelo escritório do arquiteto Gustavo Penna em parceria com a AR.Lo e a Bloc, com a área total de 4.000m² na cidade de Jardim Canada, levando assim um novo destino para os agrônomos (Figura 40). Seu nome foi batizado pelo próprio Gustavo Penna com significado simples: “a boca”.



Figura 40: Fachada Mercado da Boca.

Fontes: Jomar Bragança, 2019.

O Mercado está implantado onde não há construções vizinhas, por esse motivo os consumidores têm uma visão total das quatro fachadas. Deste modo o a estrutura possui vidros amplos e brises no formato triangular circulando o seu entorno por completo (Figura 41)



Figura 41: Fachada Mercado da Boca.

Fontes: Jomar Bragança, 2019.

O conceito do projeto para os arquitetos foram desenvolver um mercado pensando no jeito mineiro de conviver e comer, no entanto o mercado transmite um ar que quermesse, de barraquinhas, composto por torre de panela no salão (Figura 42), estandes com chaminés (Figura 43) e arquibancada de horta (Figura 44).

Sua paleta de cores do ambiente foi inspirada no quadro “A Última Ceia” de Manuel da Costa Ataíde (Figura 45). Porém a principal atração do mercado é a torre de panelas que possui 9m de altura, instalado no centro do mercado, integrando assim os dois pavimentos (Figura 46).



Figura 42: Torre de panela.
Fontes: Jomar Bragança, 2019.



Figura 43: Chaminés nas barracas.
Fontes: Jomar Bragança, 2019.



Figura 44: Horta nas arquibancadas.
Fontes: Jomar Bragança, 2019.

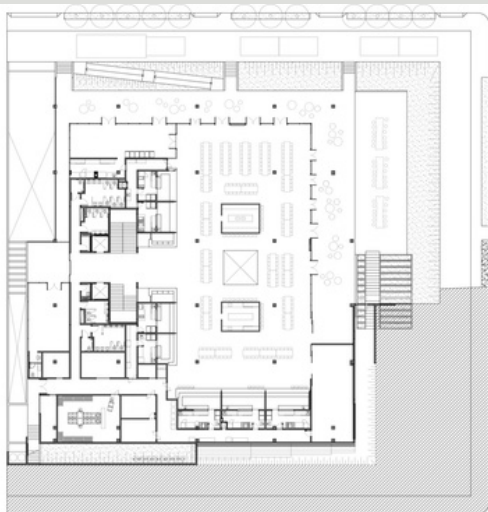


Figura 45: Utilização das paletas de cores.
Fontes: Jomar Bragança, 2019.



Figura 46: Vista da torre central.
Fontes: Jomar Bragança, 2019.

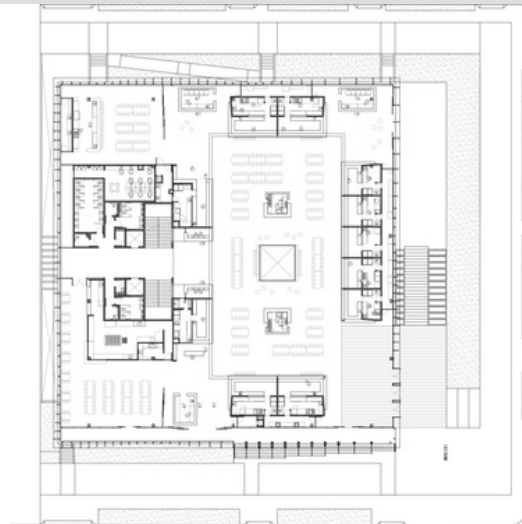
Ao analisar a planta baixa do Mercado da Boca, percebe-se que o pavimento inferior e superior se divide em área de alimentação e área íntimas e de serviço. Possibilitando uma boa organização na setorização para melhor circulação possível para os consumidores e vendedores (Figura 47 e 48).



Mercado da Boca
Arquiteto: Jomar Bragança | 140
planta pavimento inferior

Figura 47: Planta baixa pavimento inferior do Mercado da Boca.

Fontes: Jomar Bragança, 2019.



Mercado da Boca
Arquiteto: Jomar Bragança | 140
planta pavimento superior

Figura 48: Planta baixa pavimento superior do Mercado da Boca.

Fontes: Jomar Bragança, 2019.

5.2 Mercado Mané

O mercado localiza-se em Brasília, entre o estádio Nacional Mané Garrincha e o Ginásio Nilson Nelson (Figura 49 e 50), aproveitando a estrutura de cobertura já existente desde 2007 no local. O seguinte mercado funcionará temporariamente até a instalação do complexo esportivo, previsto para o ano de 2026. Além disso, o objetivo foi desenvolver um mercado voltado para a área de gastronomia.



Figura 49: Fachada Mercado Mané.

Fontes: Joana França, 2022.



Figura 50: Localização do mercado.

Fontes: A Autora, 2023.

O Mercado Mané se caracteriza pela sua abertura que auxilia no uso pleno da iluminação e ventilação natural, também pelo uso de paisagismo dentro da cobertura (Figura 51 e 52). Os materiais utilizados no projeto são basicamente concretos e estrutura metálica que foi utilizada para criar uma segunda cobertura vazada, dando assim um visual diferenciado (Figura 53). Em relação a acessibilidade no projeto possui rampa de acesso, balcões rebaixados e estrutura de sanitários e mesas reservadas.



Figura 51: Fotografia interna do Mercado.

Fontes: Joana França, 2022.



Figura 52: Fotografia interna do Mercado.

Fontes: Joana França, 2022.



Figura 53: Uma segunda cobertura.

Fontes: Joana França, 2022.

Em sua planta baixa observa-se uma semelhança com o Mercado da Boca de Belo Horizonte, desenvolvendo assim uma área íntima e de serviço no lado superior do projeto e o restante como área de alimentação. Por ser um mercado de funcionamento temporariamente, nota-se que possui pouco espaço de alvenaria e um espaço livre de alimentação grande, possibilitando para o próximo uso diversa possibilidades de uso ao local (Figura 54).

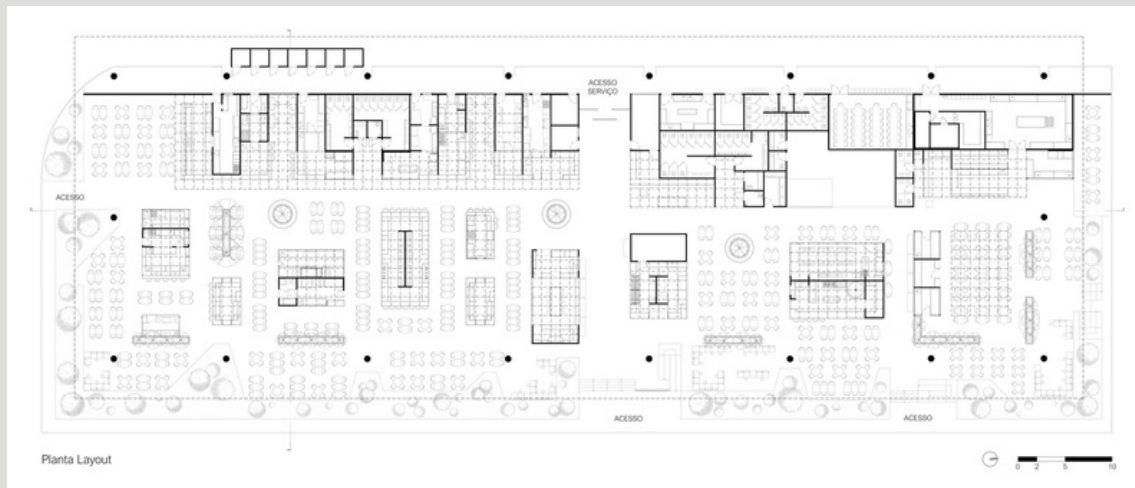


Figura 54: Planta baixa do Mercado Mané.

Fontes: Joana França, 2022.

O mercado também conta com sistemas econômicos, tais como: sistema fotovoltaico, hortas para cultivo de alimentos saudáveis para doação (integração na ação lixo zero). Mas além dos sistemas econômicos, o mercado conta com uma série de atrações, tendo como foco principal a responsabilidade social e a inclusão, serão realizadas aulas pelo SENAI de cursos profissionalizantes da área de gastronomia para as pessoas.

5.3 Mercado Targ Blonie

O mercado localiza-se na comuna de Blonie no país da Polônia, desenvolvido em 2022 pela arquiteta Aleksandra Wasilkowska com área total de 1453m² (Figura 55). Targ Blonie foi criado através do conceito “arquitetura das sombras”, ou seja, comércio informal de rua e bazares. Para a comunidade o mercado tem sido um espaço onde possui um acesso a alimentos baratos e de boa qualidade vendidos diretamente por agricultores e produtores. Porém, para melhorar a higiene e a falta de infraestrutura básica, o mercado entrou em reforma.



Figura 55: Fachada Mercado Targ Blonie.

Fontes: Nate Cook, 2022.

No projeto de reurbanização inseriu-se a criação de espaços híbridos como: um parque e um mercado. Desenvolveram coberturas brancas para evitar chuvas e raios solares fortes (Figura 56). Além disso, as bancadas de venda acabam fazendo duas funções pois, durante a atividade comercial se tornam bancadas, porém após isso, podem utilizar como assentos criando assim uma praça de encontros espontâneos (Figura 57 e 58). No seu entorno foram instalados pavilhões comerciais e de serviços com grandes aberturas de janelas (Figura 59). O mercado se caracteriza também pela sua estrutura geométrica, além da superfície de concreto lisa, essa superfície foi criada para permitir o movimento livre e seguro ao redor do mercado para qualquer pessoa (Figura 60).



Figura 56: Vista superior do Mercado Targ Blonie.

Fontes: Nate Cook, 2022.



Figura 57: Movimento durante as atividades.

Fontes: Nate Cook, 2022.



Figura 58: Após as atividades comerciais.

Fontes: Nate Cook, 2022.



Figura 59: Pavilhões comerciais.

Fontes: Nate Cook, 2022.



Figura 60: Volumetria do mercado.

Fontes: Nate Cook, 2022.

Por ser um mercado mais aberto, como uma feira sua setorização acaba sendo mais simples. As áreas livres são destinadas as feiras, no lado esquerdo parte administrativa e ao redor da feira setores de alimentação como food truck (Figura 61).



Figura 61: Planta baixa do Mercado Targ Blonie.

Fontes: Nate Cook, 2022..



6. LEGISLAÇÕES

Para o desenvolvimento do projeto foi realizado uma pesquisa dos códigos de obras do municípios, porém não há uma norma específica para esse tipo de projeto, no entanto buscamos normas relacionadas ao edifícios comerciais, que traz uma criação de projeto sem recuos laterais, com taxa de ocupação de 100% e sem a exigência de estacionamentos. Com isso, foram feitas as pesquisas de leis estaduais e federais relevantes ao tema (Tabela 01).

LEGISLAÇÃO	Apresentação	Importancia
Norma Brasileira ABNT NBR 9050- Acessibilidade à Edificações, Mobiliários, Espaços e Equipamentos urbanos (2015)	A norma apresenta critérios e parâmetros técnicos que possui uma relação com a acessibilidade ao uso dos espaços utilizando dos princípios de Desenho Universal.	Essa norma e essencial para qualquer tipo de projeto mas principalmente para projetos publicos e comerciais, pois esses tipos de edificios busca atender qualquer tipo de pessoas.
Legislação do corpo de bombeiros – Lei 14.130 (2001)	A norma apresenta fundamentos a ser seguido para desenvolver um edifício de fácil acesso ao meio externo de alta segurança para caso de incendio.	A norma a seguir desenvolve um projeto seguro tanto para os comerciantes quanto aos consumidores. Criando assim, saídas de emergência, simbologia de segurança, iluminação de emergência e sistema de hidrantes.

Tabela 01: Legislação relacionada ao tema.

Fontes: A autora, 2023.

Para o melhor desenvolvimento do trabalho buscamos também o Plano Diretor do Município, sendo assim podemos destacar os seguintes artigos:

- Capítulo IV, artigo 18: sita sobre a diretrizes da política de emprego. Nesse artigo aponta sobre apoio do Município em relação a manifestações artesanais, culturais, eventos e a realização da feira livre.
- Capítulo II, artigo 33: contem a diretrizes gerais da infra-estrutura. No seguinte artigo fala da criação de espaços públicos adequados para feiras. Ainda que isso não tenha se tornado realidade, o poder público local tratou da questão dos espaços públicos.

A top-down view of various orange-hued vegetables and fruits arranged on a light-colored wooden surface. The items include several whole and sliced carrots, a whole and sliced papaya, a large butternut squash, several whole and sliced oranges, and several persimmons. Some items are cut into smaller pieces, and there are small bowls containing ground spices or seeds. The overall composition is vibrant and fresh.

7. PRÉ-PROJETO

7.1 Conceito

O conceito para essa proposta destaca a valorização da cultura do município conectando assim o homem com a própria cultura da cidade. Oferecendo aos moradores um espaço de referência e convivência, com alimentos de qualidade produzidos e vendidos por agricultores locais.

O principal objetivo do projeto é a elaboração de um espaço que **RESGATE** a cultural da região de Santana da Vargem atendendo uma **DIVERSIDADE** de pessoas, além de criar uma **CONEXÃO** ao espaço urbano já existente (Figura 64).

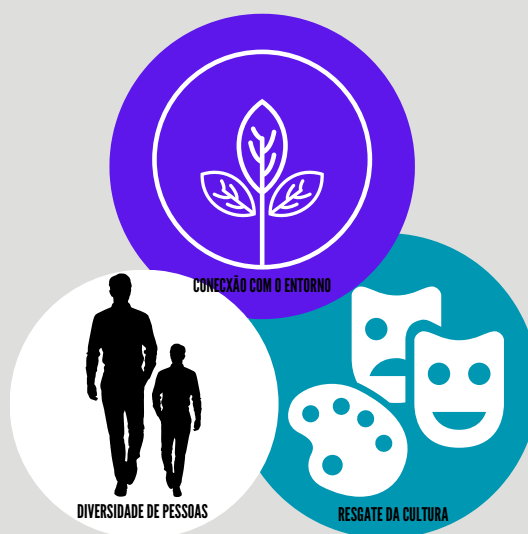


Figura 64: Diagrama do conceito.

Fontes: A autora, 2023.

A partir de todo contexto foi criado uma identidade visual que busca uma familiaridade com o Município, sendo assim foi decidido utilizar a cor predominante da bandeira do Município, a cor azul. Lembrando em sua identidade visual os agricultores e os alimentos locais com um símbolo utilizando a folha de café com um garfo (Figura 65).



Figura 65: Desenvolvimento da identidade visual.

Fontes: A autora, 2023.

7.2 Programa de Necessidade

O programa de necessidade foi desenvolvido através de estudos das funções e usos do mercado, separando em acesso privado e público (Tabela 02 e 03).

Acesso	Espaços	Descrição	Área
Privado	Serviço Interno / Administração	Área de Manutenção	25,00m ²
		DML	4,00m ²
		Lixo	19,00m ²
		Depósito de Gás	55,00m ²
		Estoque Secos	35,00m ²
		Estoque Úmidos	35,00m ²
		Câmara Fria	15,00m ²
		Guarita	13,60m ²
		Administração	23,50m ²
		Copa Funcionários	7,90m ²
		Vestiários Fem / Masc PNE Func.	20,00m ²
Espaço Descompressão Funcionários	10,00m ²		

Tabela 02: Programa de Necessidades acesso privado.

Fontes: A autora, 2023.

Acesso	Espaços	Descrição	Área
Público	Espaço de Permanência	Playground	15,00m ²
		Cafeteria	20,00m ²
		Estacionamento	25,00m ²
		Praça de Alimentação	15,00m ²
	Espaço Comercial	Barracas Úmidos	9,50m ²
		Barracas Secos	9,50m ²
		Barracas Semi Úmidos	9,50m ²
TOTAL			357m²

Tabela 03: Programa de Necessidades acesso público.

Fontes: A autora, 2023.

Após isso, analisamos a feira livre do município de Santana da Vargem para entender como dividir a quantidade de barracas comerciais de cada alimento. Conforme o análise, Santana da Vargem conta com uma grande quantidade de vendedores de alimentos semi-úmidos, entretanto sua porcentagem foi dividida da seguinte maneira (Tabela 04).

SETOR	DESCRIÇÃO	PORCENTAGEM
COMERCIAL	UMIDOS	20%
	SEMIUMIDOS	50%
	SECO	30%

Tabela 04: Divisão das barracas.

Fontes: A autora, 2023.

7.3 Setorização

A setorização foi desenvolvida conforme a necessidade de cada produto em relação ao condicionante ambiental (Figura 66).

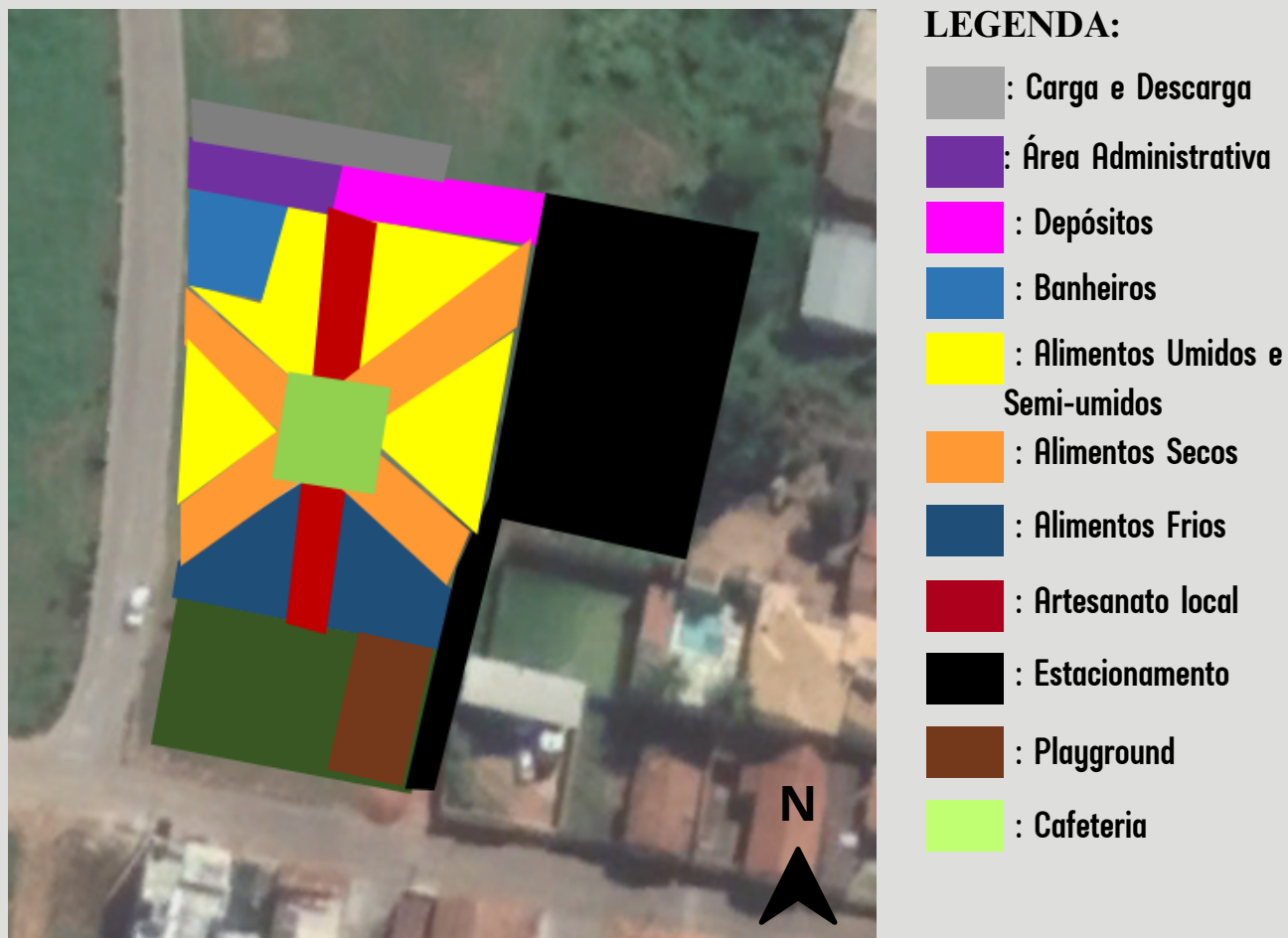


Figura 66: Setorização.
Fontes: A autora, 2023.

7.4 Organograma



Figura 67: Organograma do mercado.
 Fontes: A autora, 2023.

7.5 Partido

Inicialmente o partido foi desenvolvido através de um estudo volumétrico pensando na sua estética, insolação, ventilação e na vista privilegiada do terreno. A forma volumétrica do projeto busca uma semelhança com as antigas construções, no seu caimento do telhado porem mais moderno, com aberturas amplas e convidativa para a população com 3 tipos de entradas sendo a principal de frente ao Ribeirão Santana (Figura 68 e 69).

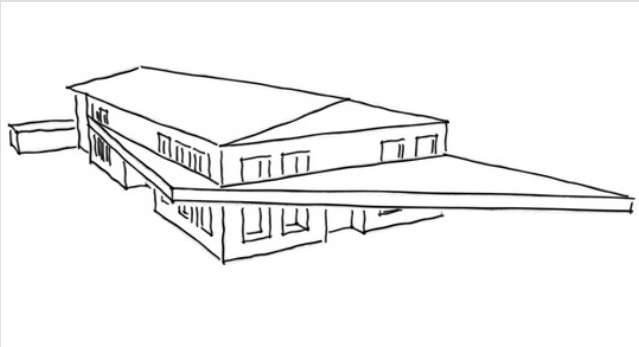


Figura 68: Croqui da volumetria.
Fontes: A autora, 2023.

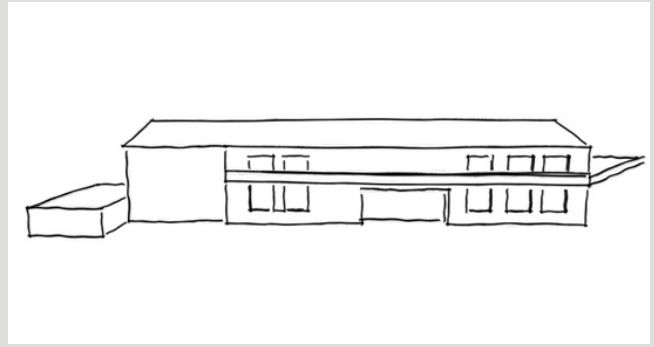


Figura 69: Croqui da volumetria.
Fontes: A autora, 2023.

Em seguida, foi desenvolvido um croqui geral mostrando a integração com o Ribeirão Santana, pensando na sua vegetação já existente, inserindo alguns recursos de mobilidade urbana no espaço (Figura 70).

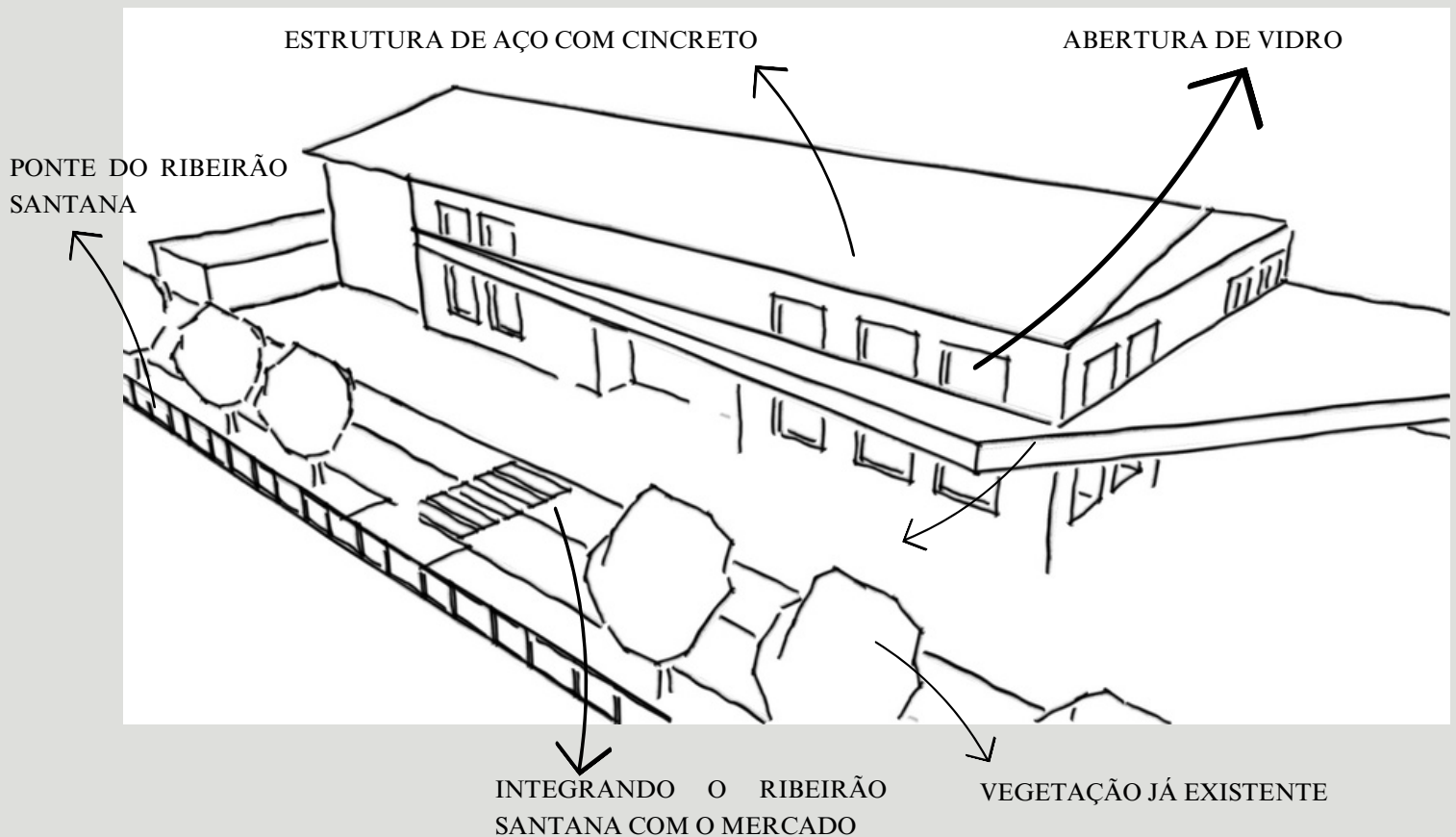


Figura 70: Croqui da volumetria.
Fontes: A autora, 2023.

Por fim, foi realizado um estudo volumétrico dentro do terreno escolhido. Nesse estudo podemos compreender melhor como será integrado ao espaço. Além disso, foi realizado a separação das volumetrias em cores para entender melhor a volumetria de cada setor desenvolvido no programa de necessidade (Figura 71).

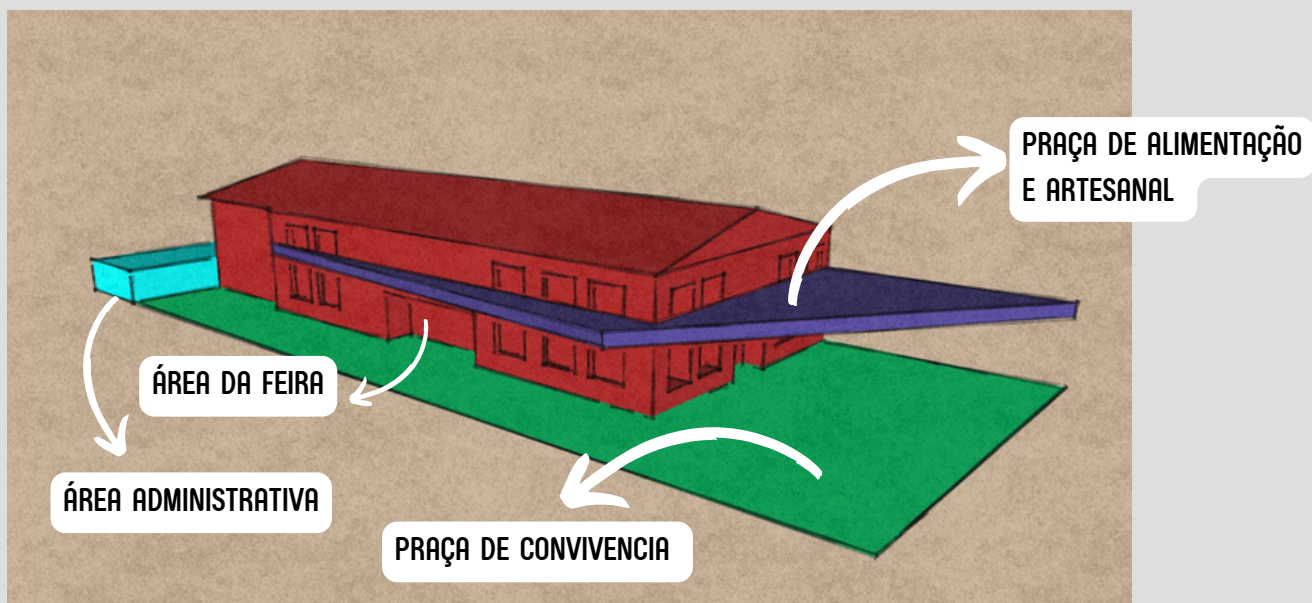


Figura 71: Croqui da volumetria inserida no terreno.

Fontes: A autora, 2023.



8. CONCLUSÃO

A implantação de um mercado público contribui nas questões econômicas do Município, mas também na convivência entre pessoas, onde aprende e ensina sobre sua cultura e valores. Além disso, sua estrutura ou mesmo estilo arquitetônico busca ter um grande significado na paisagem urbana da cidade.

O seguinte projeto busca desenvolver um espaço de socialização e comercialização em um único espaço com intuito de incentivar a cultura agrônoma de Santana da Vargem, criando uma oportunidade para os comerciantes vender seu próprio produto sem nenhuma dificuldade. Através da arquitetura o mercado público busca uma familiarização com seu entorno. Além da localização nova para realização das atividades de feira livre, que atenda às questões ambientais para melhor conforto.

Por fim, o presente trabalho apresenta o mercado municipal como um espaço a ser valorizado pela sua inúmeras atividades desenvolvidas em um único espaço, tornando assim um ambiente de valor que utiliza da arquitetura de maneira positiva para ajudar ou mesmo incentivar na valorização da cidade e seu entorno.



REFERÊNCIAS

ALVES, Lidiane Aparecida; RIBEIRO FILHO, Vitor. OS MERCADOS PÚBLICOS E A CIDADE:: AS TRANSFORMAÇÕES DO MERCADO MUNICIPAL DE UBERLÂNDIA (MG) . Caminhos de Geografia, Uberlândia, v. 39, n. 12, p.209-225, nov. 2011.

ARAÚJO, G. de A. F. Continuidade e Descontinuidade no Contexto da Globalização: Um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007). Tese de Doutorado em História (Especialidade em Idade Contemporânea – UMINHO e História Social – UFBA) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Minho. Programa de Pós-Graduação em História Social. Universidade Federal da Bahia. 2011.

ARAÚJO, Patrícia Cristina de Aragão e BARBOSA, Letícia Rameh. Feira, lugar de cultura e educação popular. In: Revista “Nova Atenas” de Educação Tecnológica. Volume 07, Número 02, jul/dez/2004.

DANIELLI, Leonardo; MACKMILLAN, Vanderli Machado. MERCADO PÚBLICO: TIPOLOGIAS E SOCIABILIDADES DO AMBIENTE URBANO: TIPOLOGIAS E SOCIABILIDADES DO AMBIENTE URBANO. In: I SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA E GESTÃO TERRITORIAL E XXXIV SEMANA DE GEOGRAFIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA, 2017. Londrina: 2017. p. 1105 - 1116.

FERREIRA, A. B. H. Dicionário Aurélio eletrônico: século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FREITAS, Maria do Carmo Soares de et al. ESCRITAS E NARRATIVAS SOBRE CULTURA: A feira livre sob um olhar etnográfico. Salvador: EDUFBA. 422 p.

GONZÁLEZ, María Francisca. Mercado da Vila / AOMO. 2018. Disponível em: . Acesso em: 01 JUN. 2023.

HOLANDA, F. R. B. de. O espaço de exceção. Brasília, DF: Editora UnB, 2002.

JACOBS, Jane. Morte e Vida de Grandes Cidades. 1ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2000. 516 p.

JUNIOR, José Vanildo. Fluxograma do processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos. 2006. 15p. Dissertação (mestrado em engenharia urbana) universidade federal da Paraíba.

LOPES, Ricardo Ferreira; VASCONCELLOS, Lélia Mendes de. CONSIDERAÇÕES SOBRE OS MERCADOS PÚBLICOS. In: III CINCCI – III COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE COMÉRCIO E CIDADE: UMA RELAÇÃO DE ORIGEM, 2010, Rio de Janeiro. CONSIDERAÇÕES SOBRE OS MERCADOS PÚBLICOS: relação de sociabilidade e vitalidade urbana nas cidades. Rio de Janeiro, 2010. p. 01 - 16. Disponível em: . Acesso em: 08 JUN. 2023.

MOREIRA, Susanna. Mercado Mané / BLOCO Arquitetos. ArchDaily, 11 jun. 2023. Disponível em: https://www.archdaily.com.br/br/982147/mercado-mane-bloco-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab. Acesso em: 26 maio 2023.

OLIVEIRA JÚNIOR, José Vanildo de. FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO ARQUITETÔNICO APLICADO A MERCADOS PÚBLICOS. 59 2006. 147 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Urbana, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006. Cap. 5.


OTT, Clara. Mercado Targ Blonie / Aleksandra Wasilkowska Architectural Studio. ArchDaily, 9 maio 2023. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/1000327/mercado-targ-blonie-aleksandra-wasilkowska-architectural-studio>. Acesso em: 30 maio 2023.

PEREIRA, Matheus. Mercado da Boca. 2019. Disponível em: . Acesso em: 26 MAIO 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTANA DA VARGEM. LEI nº 948/2006, de 10 de outubro de 2006. INSTITUI O PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO DO MUNICÍPIO DE SANTANA DA VARGEM – PDPSV E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS. INSTITUI O PLANO DIRETOR PARTICIPATIVO DO MUNICÍPIO DE SANTANA DA VARGEM – PDPSV E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS, [S. l.], 10 out. 2006. Disponível em: <http://www.santanadavargem.mg.gov.br/Leis/2006/arq/948.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2023.

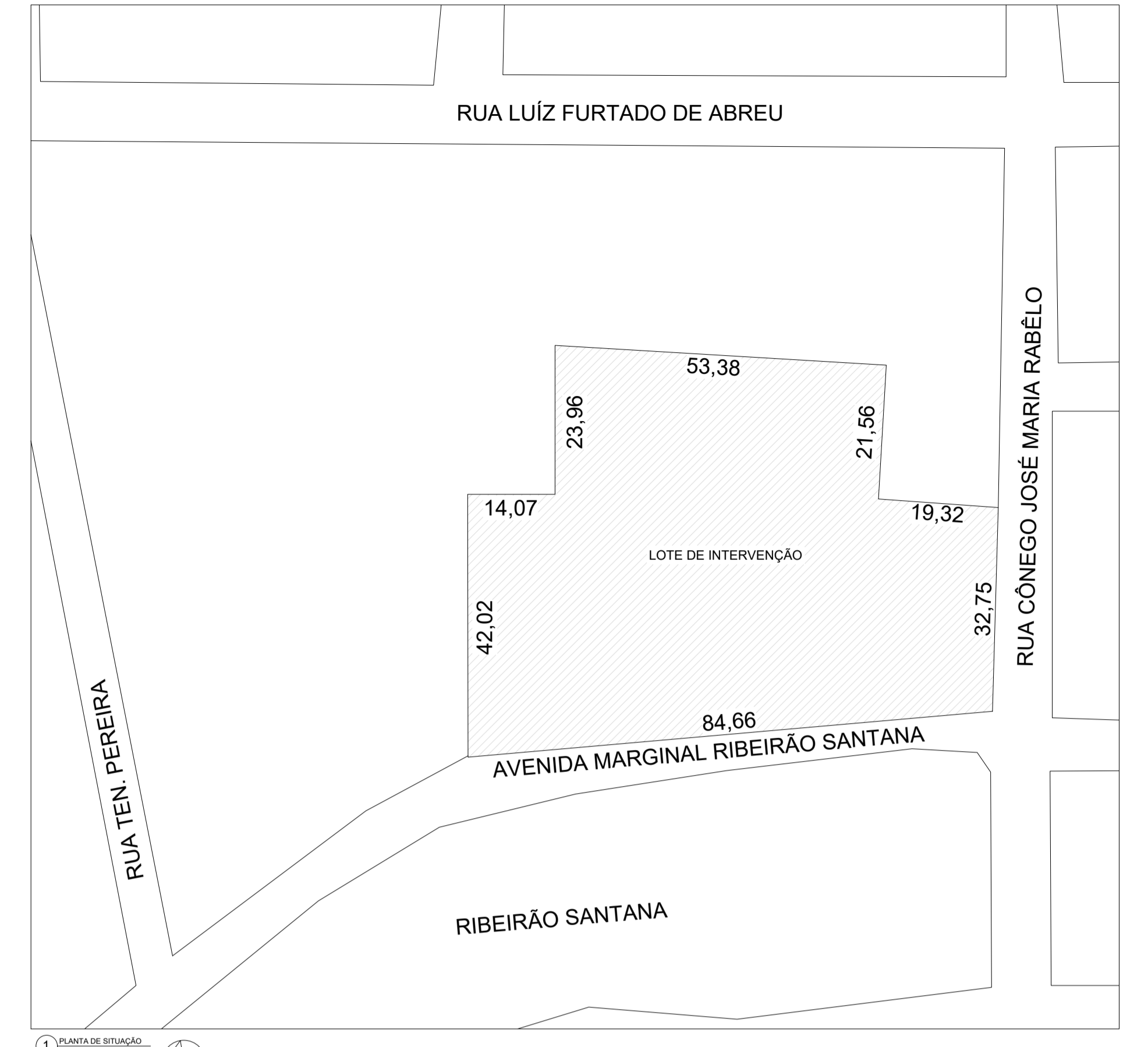
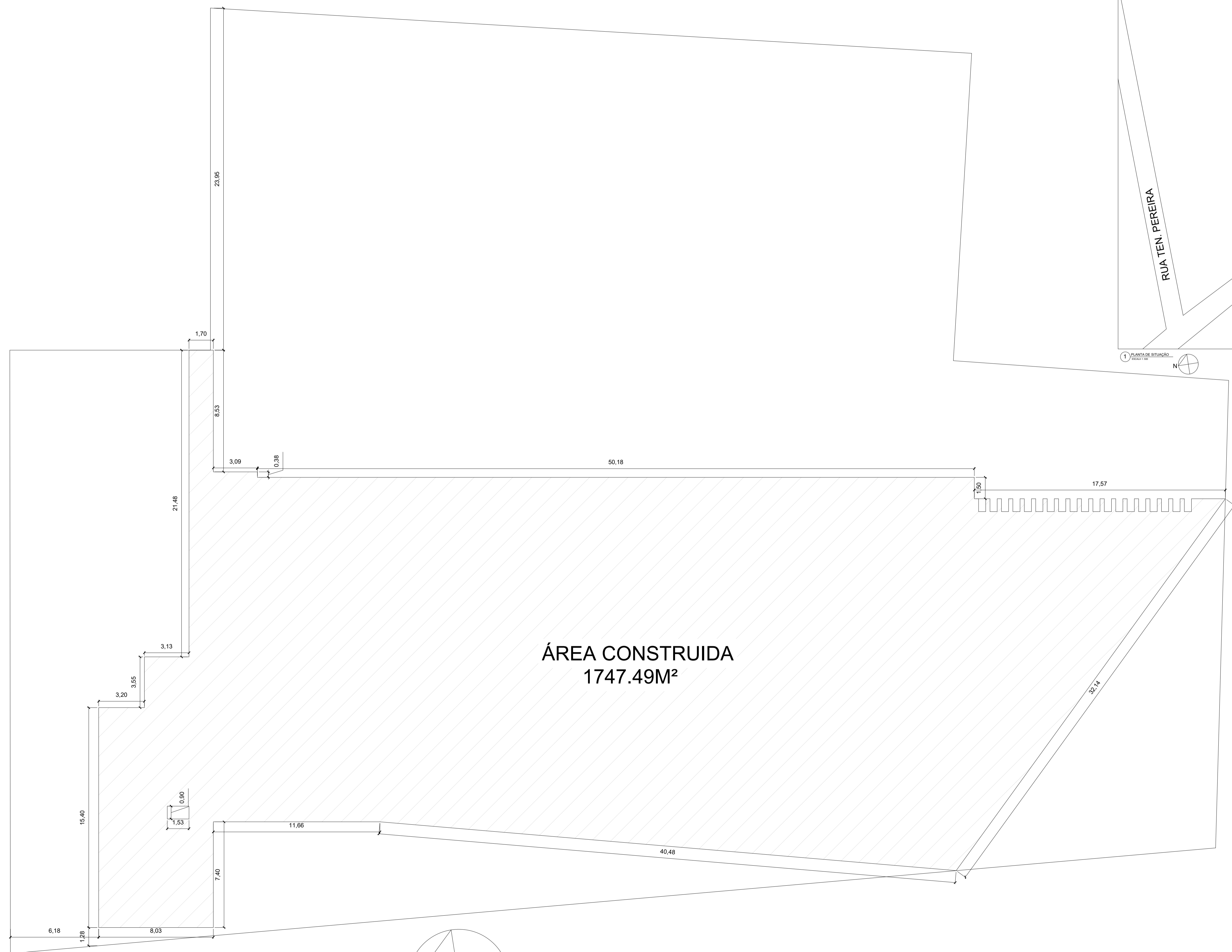
RENNÓ, Raquel. Do mármore ao vidro: mercados públicos e supermercados, curva e reta sobre a cidade. São Paulo, Annablume, 2006.

SERVILHA , MATEUS DE MORAIS; DOULA, Sheila Maria .O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras. Revista Faz Ciência, v.11, n.13 Jan./Jun. 2009, P 123-142.



SILVA, Kelson de Oliveira. Lazer, espaço público e qualidade de vida na capital potiguar – ensaio exploratório. Turismo: Estudos e Práticas - UERN, Mossoró/RN, vol. 1, n. 2, p. 48- 60, jul./dez. 2012.

VARGAS, Heliana Comin. Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001. 336 p.



LOCALIZAÇÃO

Desenvolver um Mercado Municipal no município de Santana da Vargem - MG, uma cidade pequena de relevo predominante montanhoso. Santana da Vargem localiza-se entre a região de Três Pontas - MG e Boa Esperança - MG.

O terreno escolhido para o desenvolvimento do projeto situa-se na esquina entre Avenida Marginal Ribeirão Santana e Rua Cônego José Maria Ribeiro, próximo ao Ribeirão Santana e a Igreja Matriz.

2 PLANTA DE LOCAÇÃO
ESCALA 1: 100

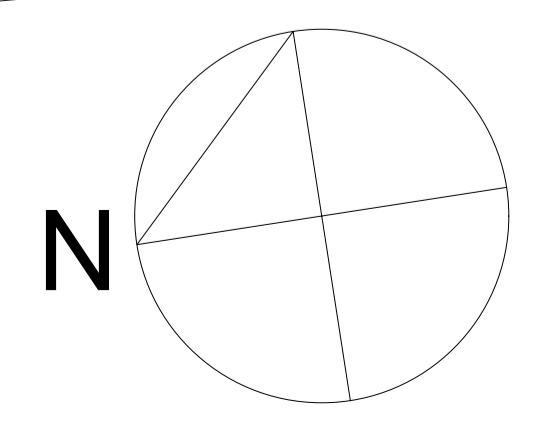
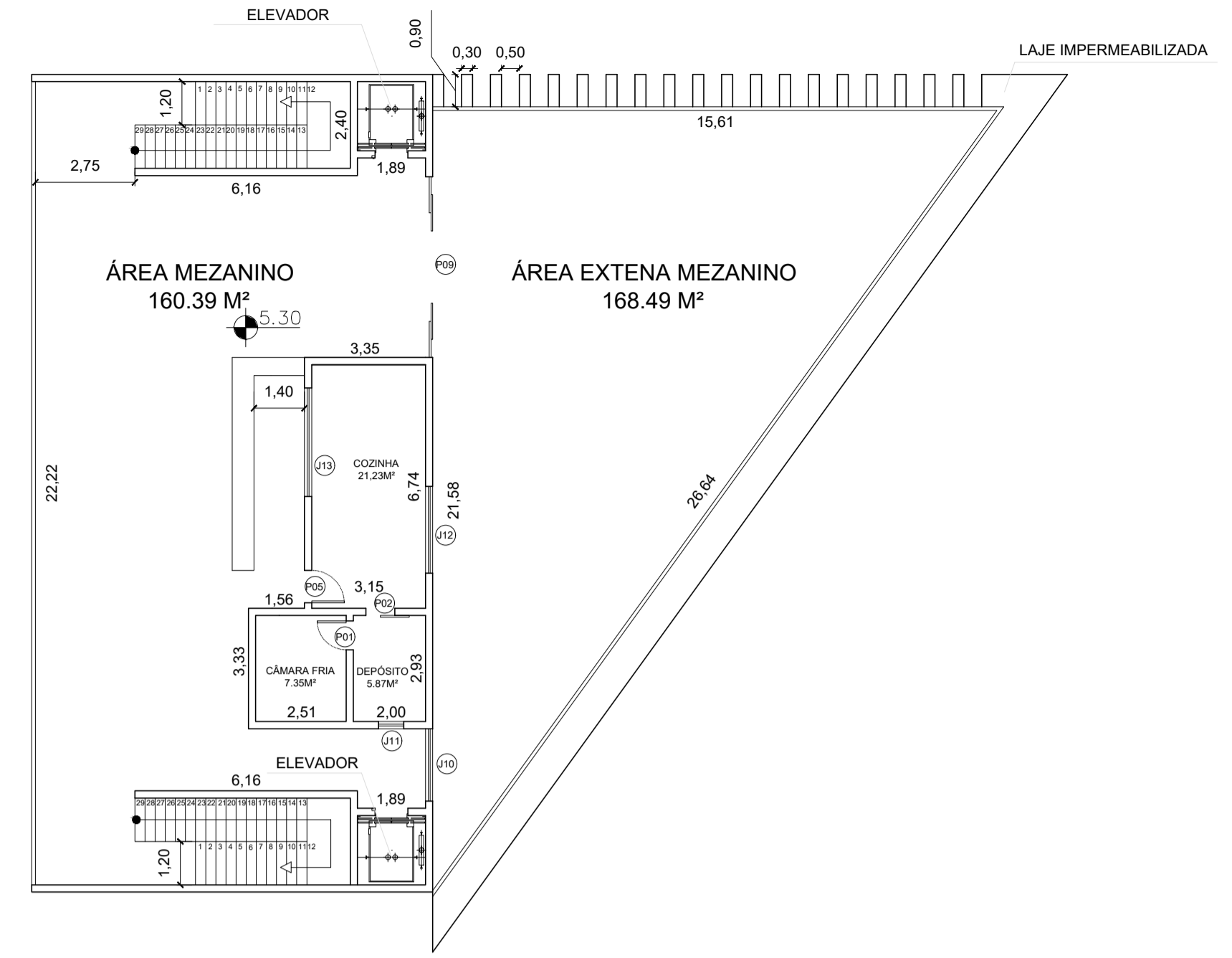
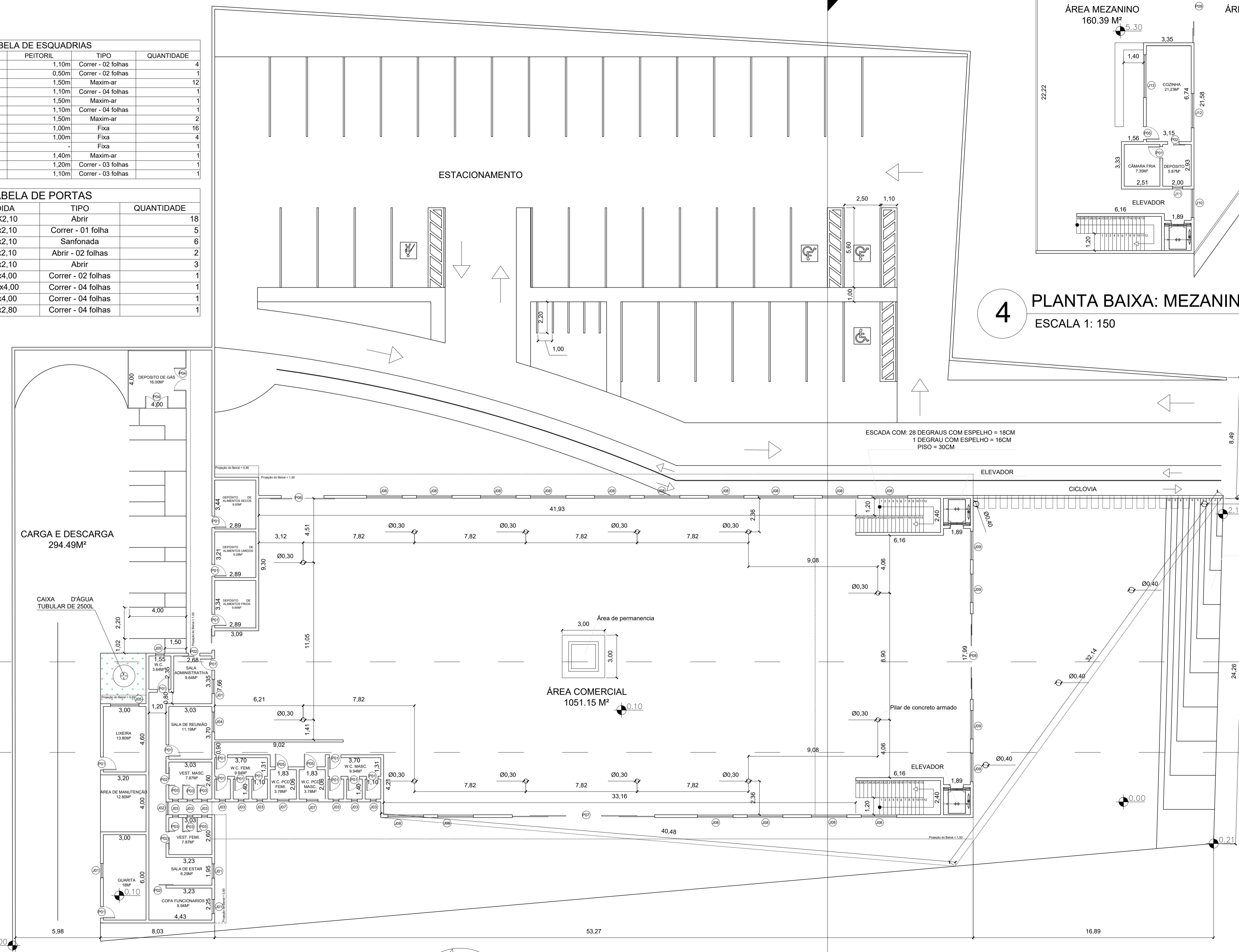


TABELA DE ESQUADRIAS				
-	MEDIDA	PEITORIL	TIPO	QUANTIDADE
J01	1,00x1,20	1,10m	Correr - 02 folhas	4
J02	0,90x2,00	0,50m	Correr - 02 folhas	1
J03	0,40x0,40	1,50m	Maxim-ar	12
J04	1,40x1,20	1,10m	Correr - 04 folhas	1
J05	0,60x0,60	1,50m	Maxim-ar	1
J06	2,00x1,20	1,10m	Correr - 04 folhas	1
J07	0,80x0,40	1,50m	Maxim-ar	2
J08	2,50x7,00	1,00m	Fixa	16
J09	2,00x4,00	1,00m	Fixa	4
J10	2,00x2,80	-	Fixa	1
J11	0,70x0,50	1,40m	Maxim-ar	1
J12	2,40x1,00	1,20m	Correr - 03 folhas	1
J13	3,00x1,00	1,10m	Correr - 03 folhas	1

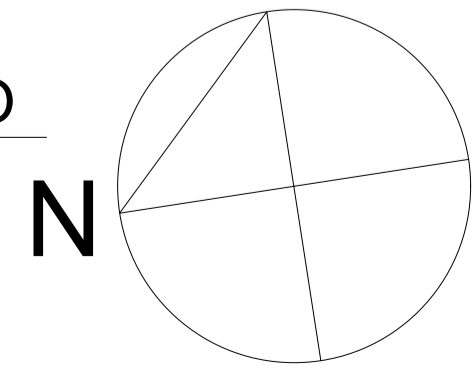
TABELA DE PORTAS			
-	MEDIDA	TIPO	QUANTIDADE
P01	0,80x2,10	Abrir	18
P02	0,80x2,10	Correr - 01 folha	5
P03	0,90x2,10	Sanfonada	6
P04	1,60x2,10	Abrir - 02 folhas	2
P05	0,90x2,10	Abrir	3
P06	3,00x4,00	Correr - 02 folhas	1
P07	10,00x4,00	Correr - 04 folhas	1
P08	6,00x4,00	Correr - 04 folhas	1
P09	5,00x2,80	Correr - 04 folhas	1



4 PLANTA BAIXA: MEZANINO
ESCALA 1: 150



3 PLANTA BAIXA: PAVIMENTO TÉRREO
ESCALA 1: 150





5 PLANTA DE LAYOUT: PAVIMENTO TÉRREO
ESCALA 1: 150

6 PLANTA DE LAYOUT: MEZANINO
ESCALA 1: 150

RUA CÔNEGO JOSÉ MARIA RABÊLO

AVENIDA MARGINAL RIBEIRÃO SANTANA
RIBEIRÃO SANTANA

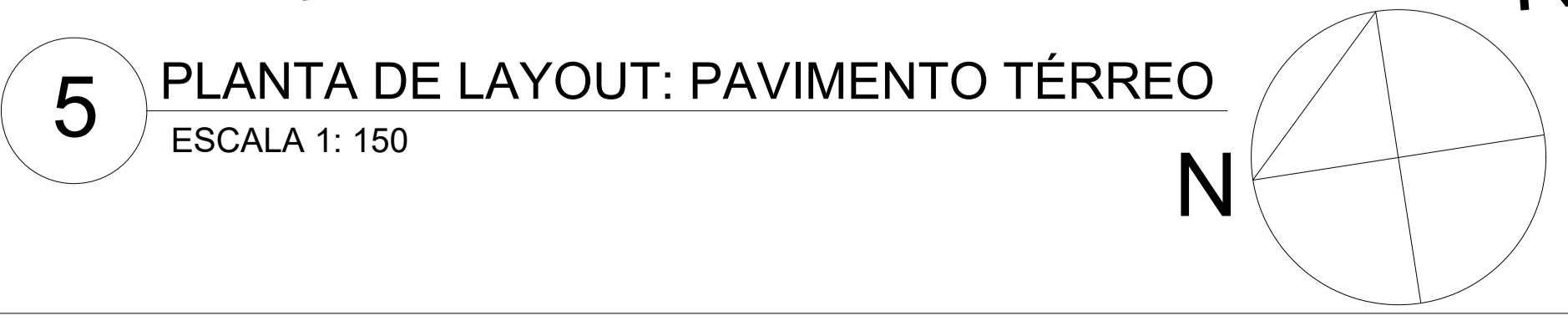
CONCEITO

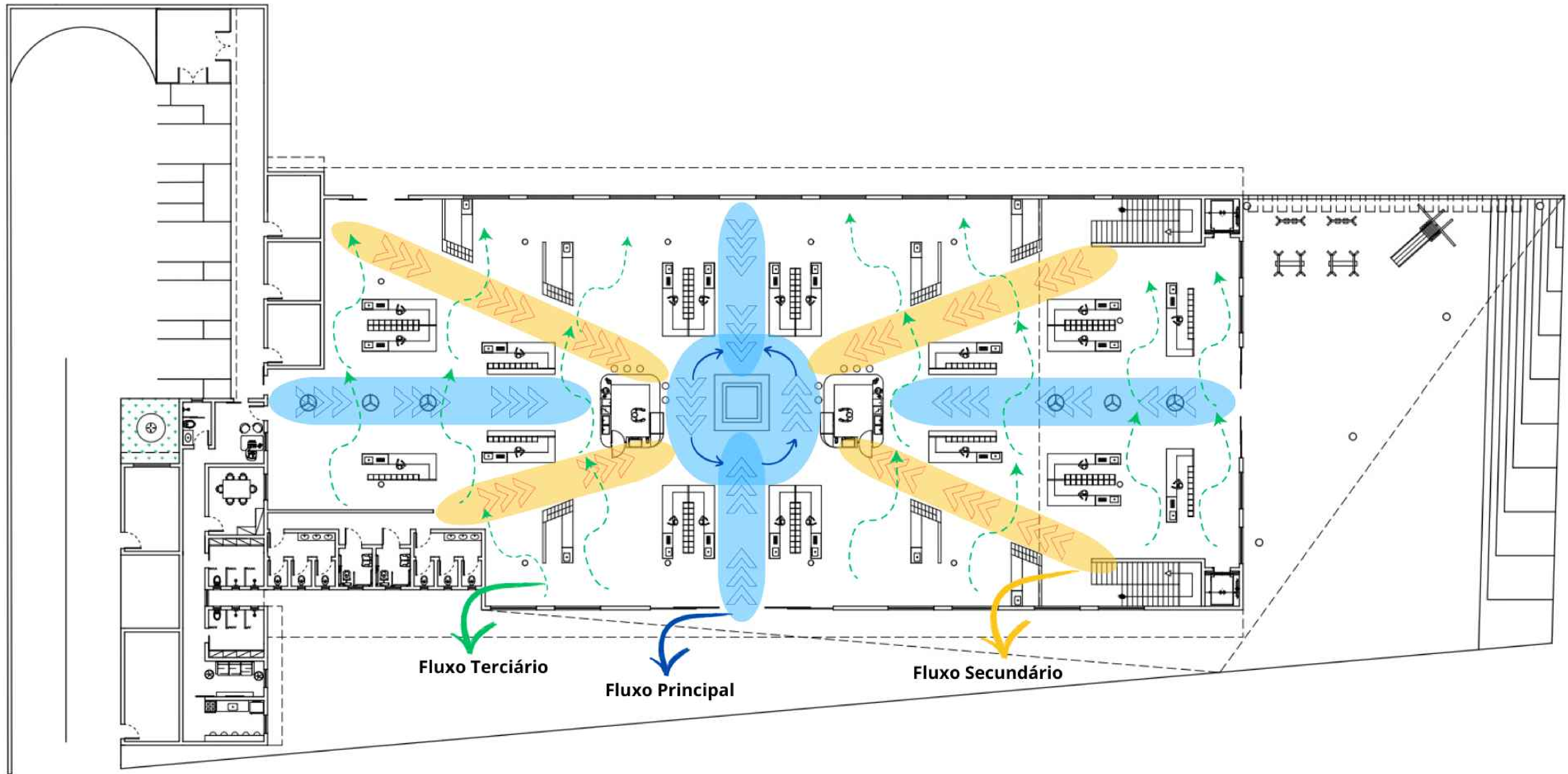
O conceito para essa proposta destaca a valorização da cultura do município conectando assim o homem com a própria cultura da cidade. Oferecendo aos moradores um espaço de referência e convivência, com alimentos de qualidade produzidos e vendidos por agricultores locais.

O principal objetivo do projeto e a elaboração de um espaço que RESGATE a cultural da região de Santana da Vargem atendendo uma DIVERSIDADE de pessoas, além de criar uma CONEXÃO ao espaço urbano já existente.

PARTIDO

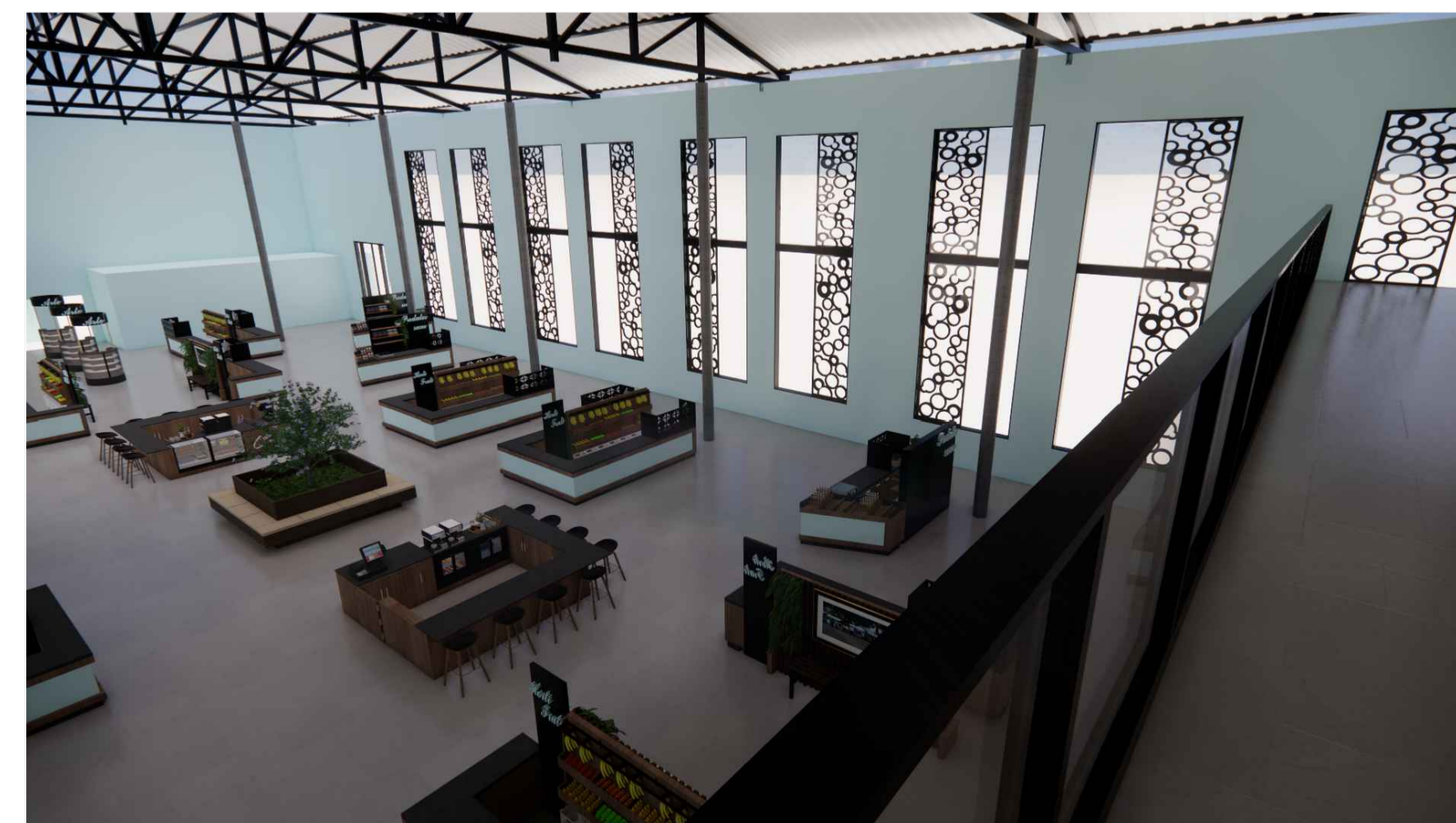
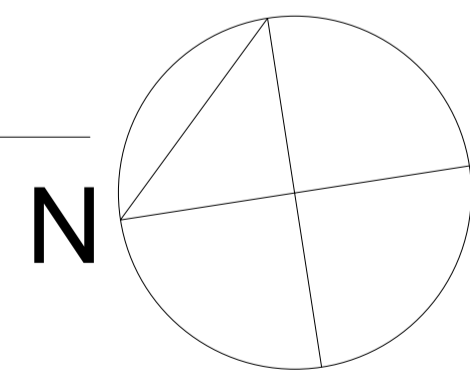
Inicialmente o partido foi desenvolvido através de um estudo volumétrico pensando na sua estética, insolação, ventilação e na vista privilegiada do terreno. A forma volumétrica do projeto busca uma semelhança com as antigas construções, no seu caimento do telhado porem mais moderno, com aberturas amplas e convidativa para a população com 3 tipos de entradas sendo a principal de frente ao Ribeirão Santana.

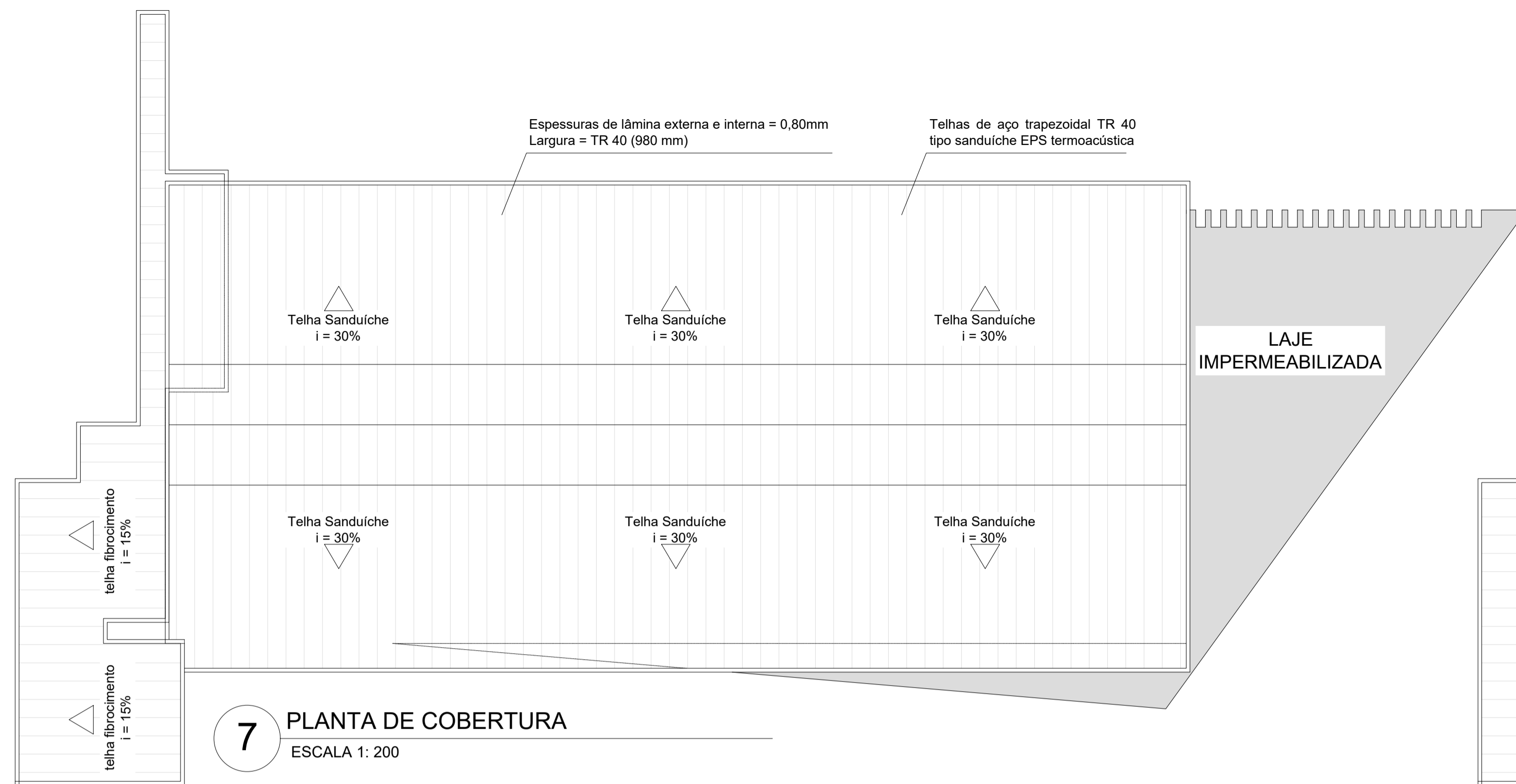




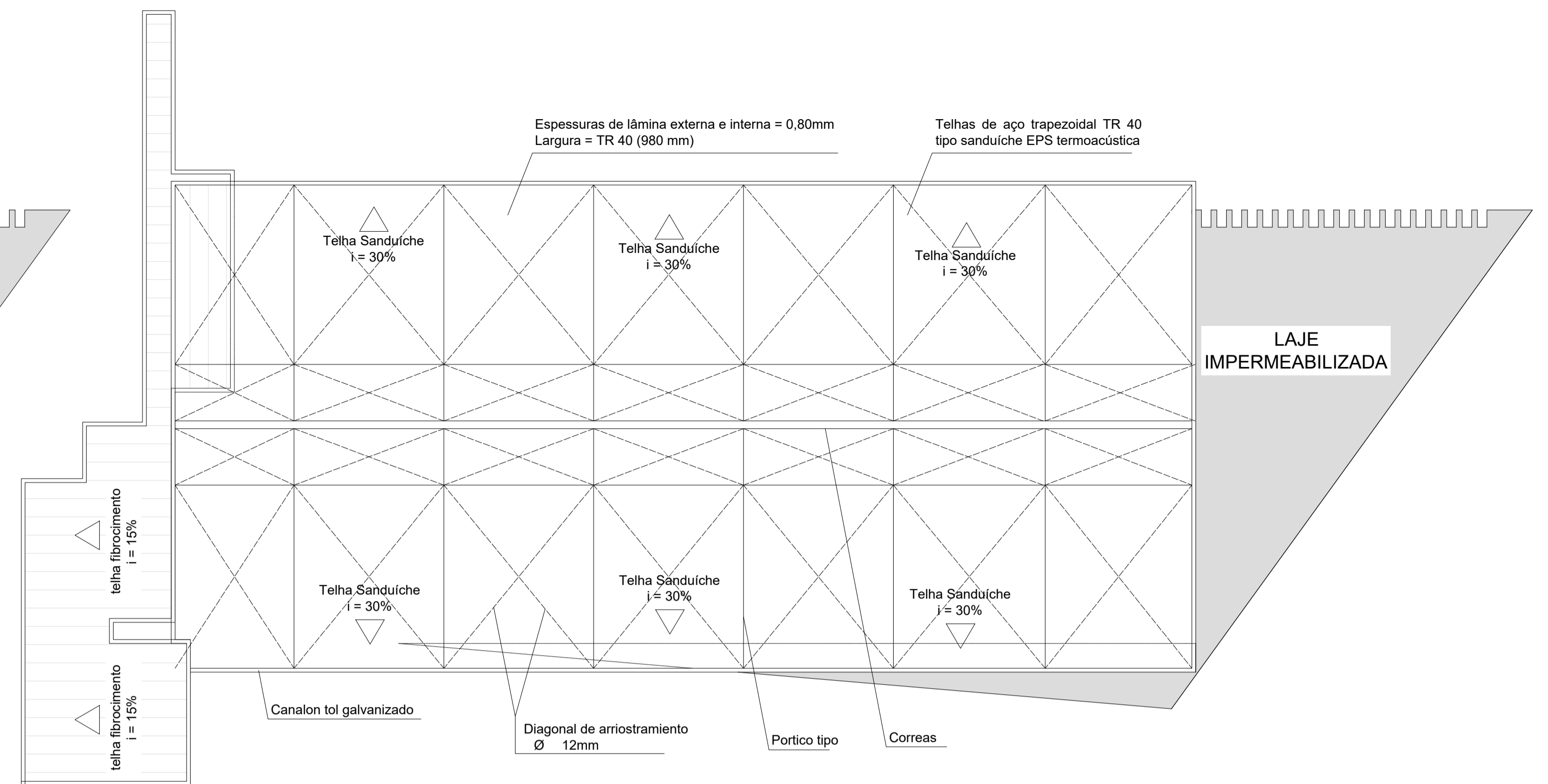
7

PLANTA DE LAYOUT: FLUXO INTERNO

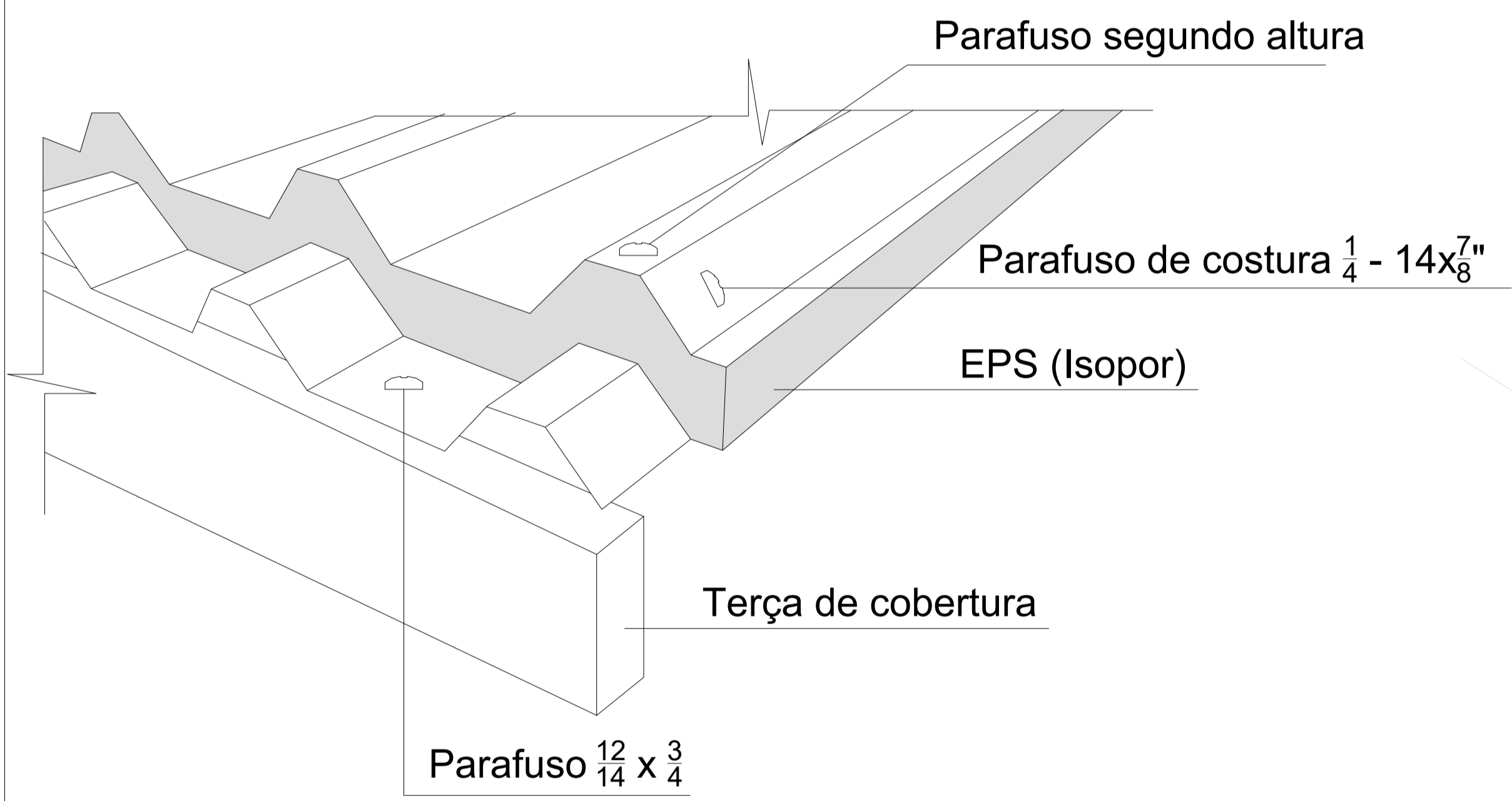




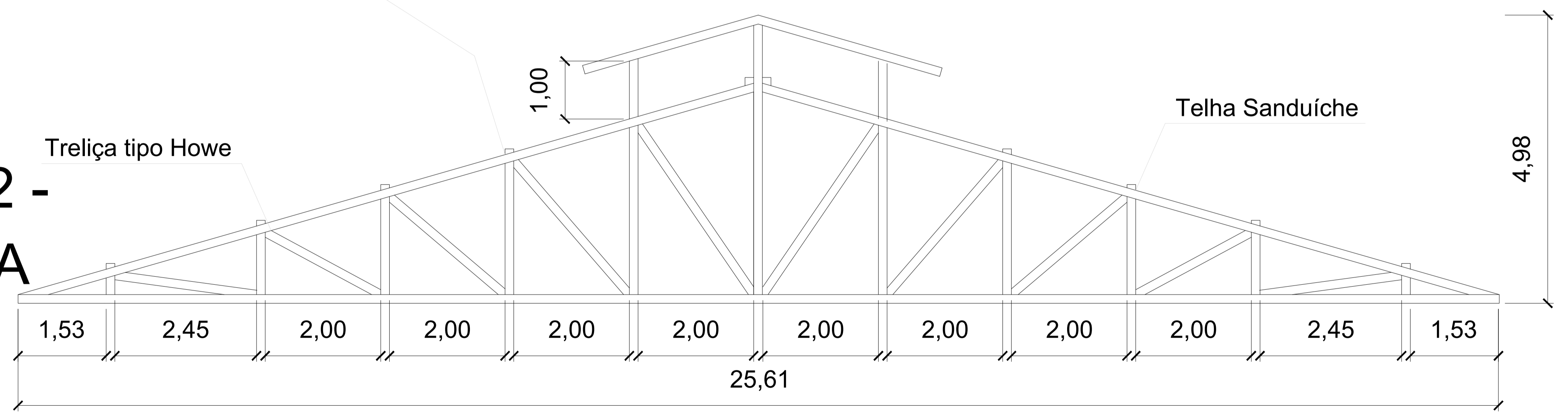
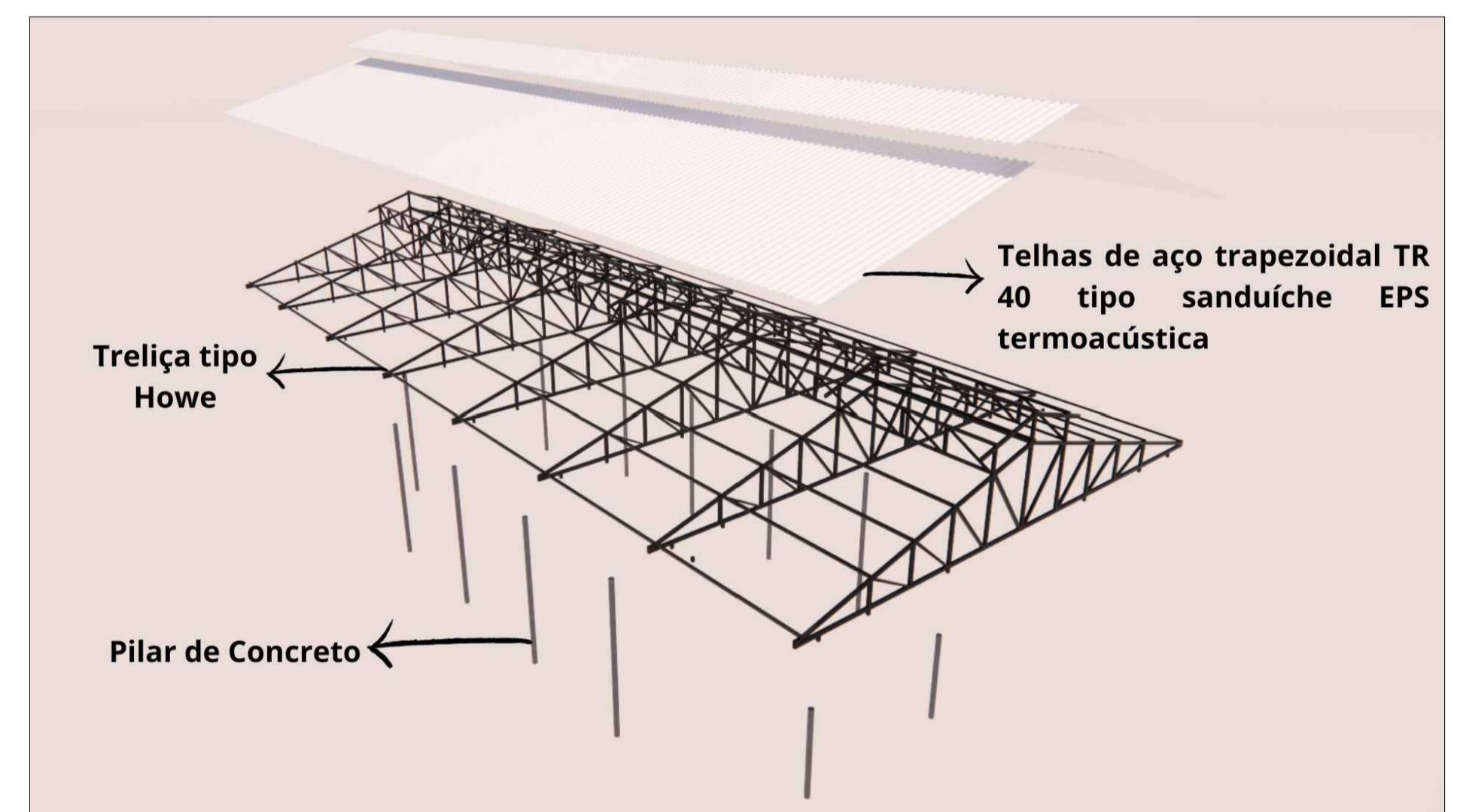
7 PLANTA DE COBERTURA
ESCALA 1: 200



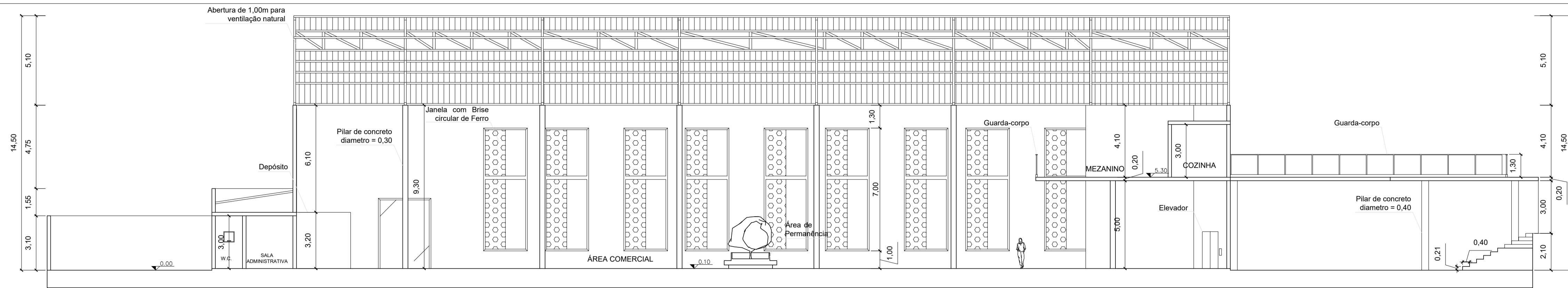
8 PLANTA DE COBERTURA - DETALHAMENTO
ESCALA 1: 200



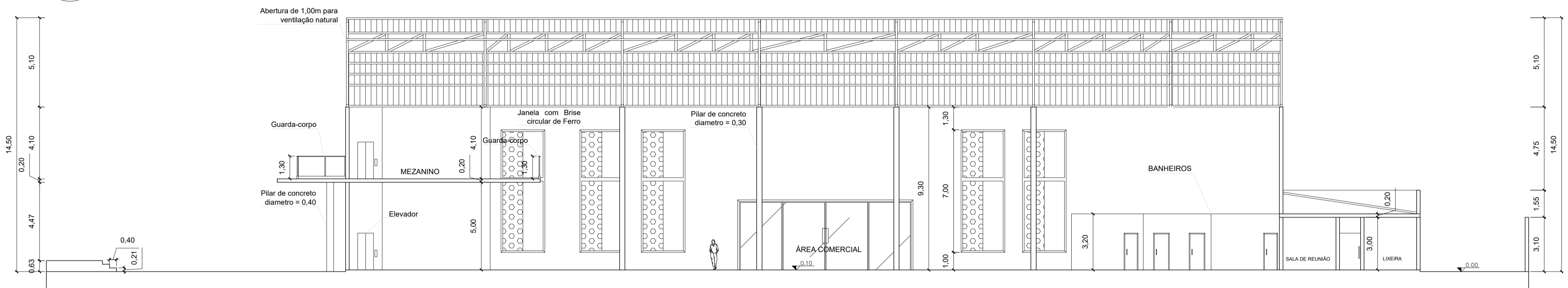
**DETALHAMENTO 02 -
FIXAÇÃO DE TELHA**



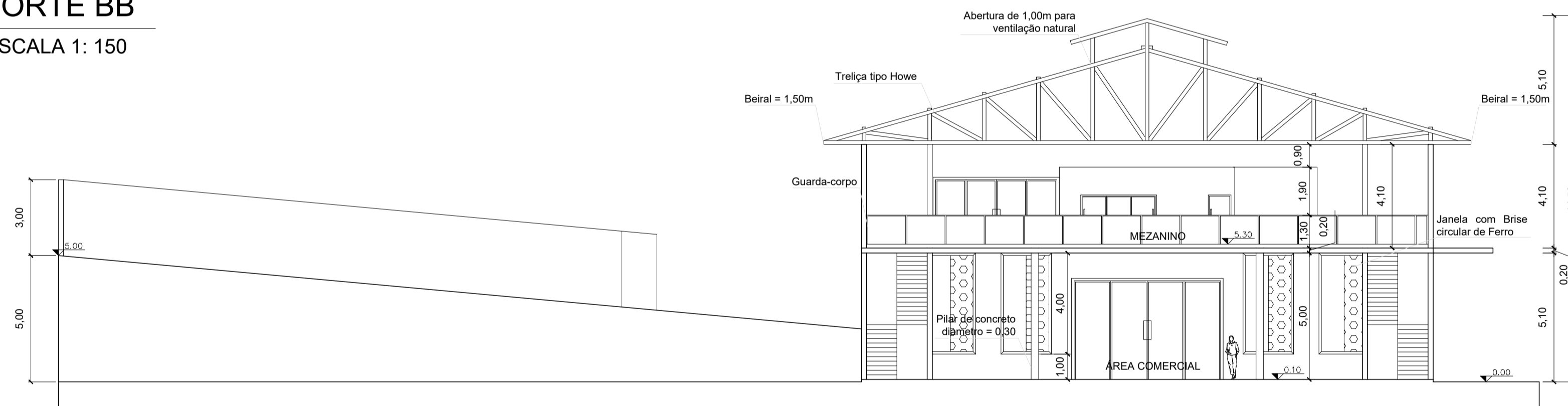
DETALHAMENTO 01 - ESPAÇAMENTOS DAS TRELIÇAS
ESCALA 1: 200



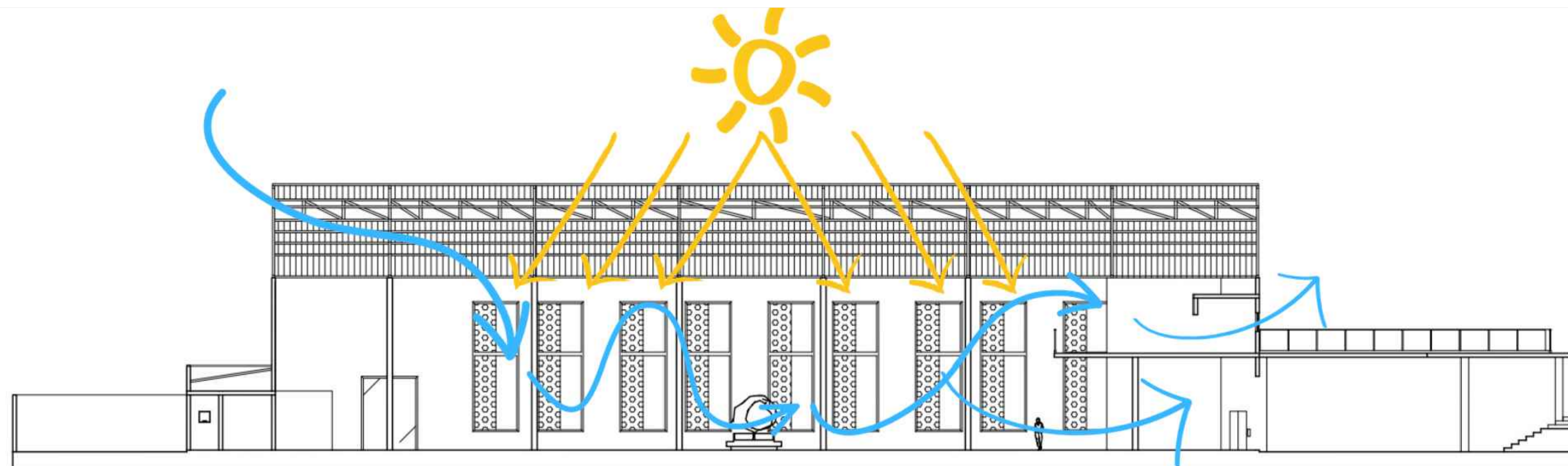
10 CORTE AA
ESCALA 1: 150



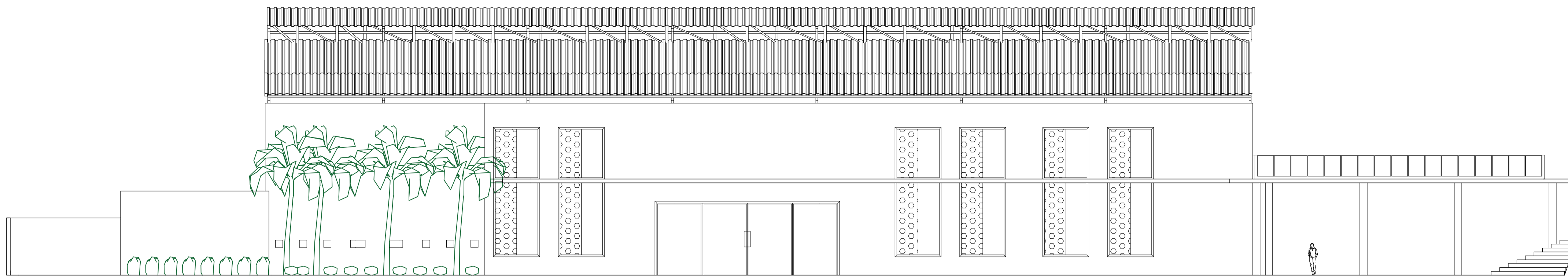
11 CORTE BB
ESCALA 1: 150



12 CORTE CC
ESCALA 1: 150



13 CONFORTO AMBIETAL: CORTE AA



14 FACHADA: AVENIDA MARGINAL RIBEIRÃO SANTANA
ESCALA 1: 150



15 FACHADA: RUA CÔNEGO JOSÉ MARIA RABÊLO
ESCALA 1: 150

CONCLUSÃO

O seguinte projeto busca desenvolver um espaço de socialização e comercialização em um único espaço com intuito de incentivar à cultura agrônômica de Santana da Vargem, criando uma oportunidade para os comerciantes vender seu próprio produto sem nenhuma dificuldade. Através da arquitetura o mercado público busca uma familiarização com seu entorno. Além da localização nova para realização das atividades de feira livre, que atenda às questões ambientais para melhor conforto.

