

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS  
ARQUITETURA E URBANISMO  
ENEIDA ELIAS NUNES

MERCADO MUNICIPAL

Santana da Vargem

Reinventando o espaço urbano em pequenas cidades



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS**

**ARQUITETURA E URBANISMO**

**ENEIDA ELIAS NUNES**



Reinventando o espaço urbano em pequenas cidades

**VARGINHA**

**2019**

**ENEIDA ELIAS NUNES**



Reinventando o espaço urbano em pequenas cidades

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.

**VARGINHA**

**2019**

**ENEIDA ELIAS NUNES**

**MERCADO MUNICIPAL DE SANTANA DA VARGEM**

Reinventando o espaço urbano em pequenas cidades

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)

OBS:



### DEDICATÓRIA

A Deus pela saúde e força, autor da minha vida e do meu destino, o meu maior apoio nos momentos difíceis.

Em especial ao meu filho Enrique, que soube entender as minhas ausências e se fez presente em muitos momentos nessa caminhada.

Enfim a todos que direta ou indiretamente contribuíram para essa conquista.

Obrigada!

## **RESUMO**

O presente estudo tem como objetivo desenvolver um projeto de pesquisa juntamente com uma proposta arquitetônica para a implantação de um Mercado Municipal para a cidade de Santana da Vargem em Minas Gerais. Objetiva-se que o espaço gerado favoreça o desenvolvimento socioeconômico através do incentivo às práticas agrícolas comuns no município, ofertando um ambiente destinado às atividades comerciais e se integre ao desenho urbano da cidade, contribuindo assim para o incentivo à cultura local e a sociabilidade da população. A metodologia foi composta por revisões bibliográficas, referências projetuais e visitas de campo.

**Palavras-chave:** Mercado Público. Agricultura. Comercialização. Socialização.

## **ABSTRACT**

*This study aims to develop a research project together with an architectural proposal for the implementation of a Municipal Market for the city of Santana da Vargem in Minas Gerais. The aim is that the space generated favors the socioeconomic development through the encouragement of common agricultural practices in the city, offering an environment intended for commercial activities and integrates with the urban design of the city, thus contributing to the encouragement of local culture and the sociability of the population. The methodology consisted of literature reviews, project references and field visits.*

**Keywords:** *Public Market. Agriculture. Commercialization. Socialization.*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Os benefícios do mercado público para a sociedade	15
Figura 2 - Etapas de desenvolvimento da pesquisa	16
Figura 3 - Evolução cronológica dos mercados públicos no Brasil	20
Figura 4 - Mercado da Candelária, RJ, foto anterior à 1906	21
Figura 5 - Mercado São José em Recife, PE. Primeiro mercado edificado com materiais pré-fabricado no Brasil	21
Figura 6 - Mercado Municipal de São Paulo no dia da inauguração (1933).	22
Figuras 7 e 8 - Planta e vista da cobertura do Mercado Municipal do Rio de Janeiro	23
Figuras 9 e 10 - Fachada Principal do Mercado Municipal de São Paulo e vista interna do edifício	24
Figura 11 - Vitrais importados da Alemanha, Mercado Municipal de São Paulo	25
Figura 12 e 13 - Produtos produzidos através das goiabas cultivadas no município	30
Figura 14 - Centro de Eventos, galpão utilizado em 2006 para abrigar a feira livre da cidade	30
Figura 15 e 16 - Feira livre de Santana da Vargem, feirantes dividem as bancas e alguns expõe seus produtos em seus veículos	31
Figura 17 e 18 - Feira livre de Santana da Vargem, realizada na praça da Matriz	32
Figura 19 - Vegetação de porte médio a sudoeste do terreno	36
Figura 20 - Vegetação de grande porte localizada ao sul do terreno	36
Figura 21- Levantamento planialtimétrico	39
Figura 22 - Fachada Oeste do terreno	40
Figura 23 - Fachada Leste do terreno	40
Figura 24 - Fachada Sul do terreno	40
Figura 25 - Vista aérea e interna do conjunto de Ananindeua	42
Figura 26 - Planta baixa demonstra a setorização dos boxes	43
Figura 27 - Espaços otimizados buscam a melhor forma	44
Figura 28 - A palavra: a boca traz o conceito do mercado através da explicação que é por ela onde entra a comida e sai a conversa	45
Figura 29 - Plantas baixas dos dois pavimentos, o superior em forma de mezanino	46
Figura 30 - Mercado do Produtor de Varginha, aspectos construtivos e detalhes	49
Figura 31 - Mercado do Produtor de Varginha, detalhes da fachada	49
Figura 32 - Barracas localizadas sem delimitações, com vendedores e consumidores no mesmo espaço	50
Figuras 33 e 34 - Áreas adaptadas para estacionamento, não suprem as necessidades do local	51
Figura 35 - Acesso secundário com rampa íngreme, fora das normas de acessibilidade	51
Figura 36 - Mercado Municipal de Paraguaçu, fachada e estruturas	53
Figura 37 - Feira livre, aos domingos em rua paralela ao Mercado	53
Figura 38 - Vista aérea do mercado, mostrando seus acessos e entorno	54
Figura 39 - Concepção do conceito	60
Figura 40 - Premissas para elaboração do conceito	61
Figura 41 - Setorização de acordo com as funções e atividades ofertadas	61
Figura 42 - Organograma para o Mercado	62
Figura 43 - Eixos de circulação, integração com as vias do sítio	62
Figura 44 - Estudo de implantação de acordo com condicionantes analisadas	63
Figura 45 - Corte esquemático AA'	64
Figura 46 - Corte esquemático BB'	64



## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Divisão e organização dos capítulos	17
Tabela 2 - Classificação das edificações de acordo com a ocupação e ao uso	56
Tabela 3 - Descrição do programa de necessidades	59
Tabela 4 - Descrição de impactos positivos e negativos através da implantação do projeto	65
Tabela 5 - Cronograma TCC2	67

## **LISTA DE MAPAS**

Mapa 1 - Contextualização de Santana da Vargem, limites, cidades vizinhas e vias principais	29
Mapa 2 - Vista aérea e pontos notáveis de Santana da Vargem	34
Mapa 3 - Acessos principais	35
Mapa 4 - Condicionantes da área de influência.	36
Mapa 5 - Usos e ocupação do solo da área de influência	37
Mapa 6 - Sistema Viário	38

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Justificativa</b>	14
<b>1.2 Objetivos</b>	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
<b>1.3 Hipóteses de Pesquisa</b>	15
<b>1.4 Metodologia</b>	16
<b>1.5 Estrutura do Trabalho</b>	17
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Mercados Públicos: Origem, Evolução e Relevância</b>	19
<b>2.2 Mercados Públicos no Brasil</b>	20
2.2.1 A arquitetura dos Mercados Públicos no Brasil	22
2.2.1.1 Mercado Municipal de São Paulo	24
2.2.2 Relação do mercado público com o espaço urbano	25
<b>3 SANTANA DA VARGEM</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Histórico da cidade</b>	28
<b>3.2 Atividades rurais e feiras livres</b>	29
<b>4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DE ÁREA</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Apresentação da área de intervenção</b>	34
4.1.1 O terreno e sua localização	34
<b>4.2 Condicionantes ambientais: insolação, ventos, ruídos</b>	35
4.2.1 Características climáticas	35
<b>4.3 Uso e ocupação do solo</b>	37
<b>4.4 Mobilidade urbana</b>	38
<b>4.5 Topografia</b>	38
<b>5 REFERÊNCIAS PROJETUAIS</b>	<b>42</b>
<b>5.1 Feira da cidade de Ananindeua, Pará - Brasil</b>	42
<b>5.2 Mercado da Vila, Lat Krabang - Tailândia</b>	44
<b>5.3 Mercado da Boca, Jardim Canadá, Nova Lima, Minas Gerais - Brasil</b>	45
<b>6 VISITAS TÉCNICAS</b>	<b>47</b>
<b>6.1 Mercado do Produtor de Varginha-MG</b>	<b>48</b>
6.1.1 Contexto	48
6.1.2 Análise do local	48
<b>6.2 Mercado Municipal de Paraguaçu</b>	52
6.2.1 Contexto	52
6.2.2 Análise do local	52
<b>7 LEGISLAÇÃO PERTINENTE</b>	<b>56</b>
<b>7.1 Norma Brasileira ABNT NBR 9050- Acessibilidade à Edificações, Mobiliários, Espaços e Equipamentos urbanos (2015)</b>	56
<b>7.2 Legislação do corpo de bombeiros – Lei 14.130 (2001)</b>	56
<b>7.3 Legislação da Anvisa - Decreto Lei nº986 (1969)</b>	56

<b>8 DESENVOLVIMENTO PRÉ-PROJETUAL .....</b>	<b>59</b>
<b>8.1 Programa de necessidades .....</b>	<b>59</b>
<b>8.2 Conceito .....</b>	<b>60</b>
<b>8.3 Setorização .....</b>	<b>61</b>
<b>8.4 Organograma .....</b>	<b>62</b>
<b>8.5 Partido .....</b>	<b>63</b>
8.5.1 Solução estrutural.....	65
8.5.2 Boxes .....	65
<b>8.6 Análises dos impactos.....</b>	<b>65</b>
<b>8.7 Definição do público alvo .....</b>	<b>66</b>
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>67</b>
<b>10 CRONOGRAMA TCC2 .....</b>	<b>67</b>
<b>11 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>68</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>70</b>



FONTE: Portal Freepik.

# 1 INTRODUÇÃO

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, os grandes empreendedores não visam somente sua obra acabada. Muitos deles estão preocupados com vários fatores como, por exemplo, a sustentabilidade, estética, segurança, custos futuros com manutenções e principalmente com a qualidade da obra.

Compreender um espaço significa, acima de tudo, entender que este se encontra inserido em um contexto onde existem relações construídas entre o homem e o meio. Tal espaço pode ainda constituir um local de suma importância para a reprodução de práticas sociais. São nessas áreas de uso coletivo onde ocorrem práticas sociais fundamentais à qualidade de vida da comunidade (SILVA, 2012).

A palavra mercado, proveniente do latim *mercato*, significa “lugar de venda de gêneros alimentícios e outras mercadorias”, ou seja, lugar de trato, de compra e venda ou de troca. O encontro e o contato direto entre vendedores, compradores, transeuntes, viajantes permite um mútuo jogo de trocas. (*apud* LOPES, 2010, p.3).

Analisando a estrutura dos mercados públicos, nota-se que estes fazem parte da vida comunitária da população local, onde acontecem não somente as atividades de vendas e trocas, como também de relações de produção, função social e função comunitária dentro de arranjos únicos e socioculturais. Em suma, um mercado pode ser entendido como um espaço que possibilita encontros interpessoais, relações de comércio e sociais de forma coletiva, além de proporcionar uma relação intercultural entre o urbano e o rural (ARAÚJO & BARBOSA, 2004).

Este projeto propõe um estímulo ao desenvolvimento da economia local por meio do incentivo ao pequeno produtor, elevando suas potencialidades por intermédio da cultura, o que resultará em uma considerável forma de evolução econômica tanto para o município, como para todos da região.

Representados pela forte tradição nas cidades do interior as feiras livres e os grandes mercados sempre apresentaram ligação com as relações comerciais, passaram a ter também relevâncias nos aspectos culturais e educacionais. Estes lugares transparecem o costume da sociedade que ali circulam, criando grandes relações entre prestadores de serviços e compradores. Proporcionam assim a apropriação do espaço, qualificado por ser um ambiente igualitário com público diversificado de várias classes sociais e faixas etárias, tornando-se um espaço de interação, aprendizagem e de diversas atividades culturais.

Este estudo busca apresentar os diferentes aspectos dos espaços públicos direcionados a comercialização de produtos e sua relação como o espaço urbano, na qual será proposto um projeto para a implantação de um Mercado Público para a cidade de Santana da Vargem, unificando o entorno aos acontecimentos internos. Desenvolvendo assim um espaço comercial que possibilite e amplie as formas de lazer e exposição cultural no município.

O local para implantação do projeto é a cidade de Santana da Vargem, situada no Sul de Minas. Segundo dados do IBGE (2010) conta com uma população de 7.231 habitantes em uma área territorial 172, 444km<sup>2</sup>. Município que tem como sua maior fonte de renda a agricultura, com destaque para o plantio de café, goiabas, feijão, milho e alfaces além da apicultura. A região conta com 322 produtores, de acordo com o IBGE (2010) e comercializam seus produtos em outras cidades, no comércio local e na feira livre realizada semanalmente na praça principal da cidade.

Faz-se assim necessário a criação de um espaço amplo, acessível, eficiente, convidativo e funcional, que apresenta além das qualidades arquitetônicas a promoção da comercialização de produtos alimentícios e artesanais de forma oportuna e setorizada, incentivando o valor cultural, trazendo incentivo à agricultura local formada pelos pequenos produtores, aliados a interação da população.

### **1.1 Justificativa**

O desenvolvimento de uma proposta para a criação de um Mercado Público para a cidade de Santana da Vargem , MG parte da escassez desse tipo de equipamento na cidade e da ausência de um espaço que incentive a vida urbana local, tendo como objetivo contribuir para o desenvolvimento do desenho urbano e trazer para a pequena cidade um espaço que unifica o comércio de produtos alimentícios e artesanais ao lazer, através da implantação de um equipamento igualitário com interações sociais, culturais e econômicas, de modo que o novo mercado não seja apenas um equipamento pontual, mas que seja inserido no tecido urbano de forma a integrar-se ao seu entorno e a rotina da cidade (Fig.01).

Figura 1 - Os benefícios do mercado público para a sociedade.



Fonte: BATISTA, 2015. Adaptado pela autora.

## 1.2 Objetivos

### 1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um projeto de um Mercado Público para a cidade de Santana da Vargem, Minas Gerais, buscando um espaço que incentive a vida urbana local e que unifique o comércio de produtos alimentícios e artesanais ao lazer.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

1. Compreender e aprofundar conhecimentos em relação aos equipamentos públicos, em especial os implantados em pequenas cidades.
2. Analisar as diversas tipologias arquitetônicas utilizadas em espaços de uso público que unificam atividades comerciais e de entretenimento, através da análise de mercados existentes, sua morfologia, funcionamento e normas técnicas.
3. Compreender como os equipamentos públicos podem influenciar na dinâmica da cidade.
4. Compreender como os espaços públicos podem atuar nas relações socioculturais e econômicas no município e no seu entorno.

## 1.3 Hipóteses de Pesquisa

Através de análises e algumas ponderações, atinge-se as seguintes hipóteses:

1. A representatividade dos Mercados Públicos pode atingir suas potencialidades em pequenas cidades e serem exploradas mesmo numa época em que os hábitos de consumo se diversificaram tanto.



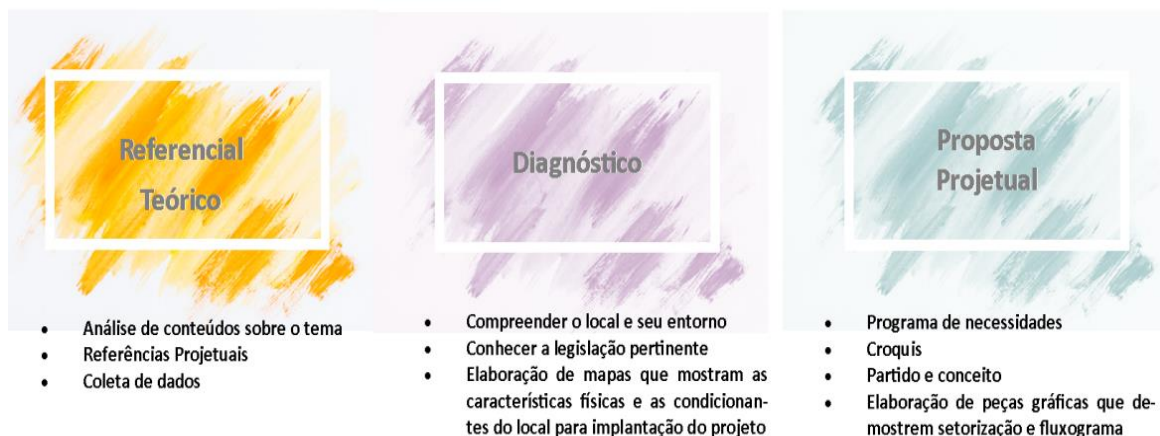
2. As inovações tecnológicas influenciam na organização e setorização física, no programa de necessidades e na morfologia arquitetônica escolhida e assim influenciam na apropriação do espaço pela população.
3. A familiaridade com a área de implantação do Mercado Público é imprescindível para uma boa aceitação e apropriação do espaço.

#### 1.4 Metodologia

O trabalho conta com três etapas (Fig.02):

**Primeira:** conta com a revisão bibliográfica, na qual foram coletados dados para uma investigação teórica, através de fontes de pesquisas como artigos científicos, livros, revistas e demais materiais que se relacionam ao tema, acervos documentais, captação de imagens e coleta de informações para auxiliar na melhor compreensão do tema. **Segunda:** consiste no diagnóstico, identificada a área de estudo e definida a área de implantação, através das características do local com análises *in loco*, seus pontos negativos e positivos, registros fotográficos e pesquisas de campo. Entrevistas realizadas com os feirantes e usuários que participam da “feira livre” em Santana da Vargem, nas manhãs de quartas-feiras e sextas-feiras, a fim de definir suas reais necessidades e saber a opinião dos mesmos com relação ao desenvolvimento do projeto. **Terceira:** elaboração da proposta projetual, após todos os levantamentos das etapas anteriores juntamente com as análises das legislações pertinentes, foi desenvolvido o programa de necessidades, conceito e partido e apresentados através de peças gráficas (croquis, cortes, fachadas, perspectivas) e todos os elementos necessários para melhor entendimento do projeto.

Figura 2 - Etapas de desenvolvimento da pesquisa.



Fonte: A autora, 2019.

## 1.5 Estrutura do Trabalho

Tabela 1 - Divisão e organização dos capítulos.

Estrutura dos Capítulos	
<b>Capítulo 1: Apresentação</b>	Este capítulo apresenta a estrutura do trabalho através de elementos textuais: apresentação, justificativa, objetivos e metodologia.
<b>Capítulo 2: Referencial Teórico</b>	O capítulo apresenta um breve histórico sobre os mercados públicos, sua relevância, evolução no mundo e no Brasil juntamente com seus aspectos arquitetônicos.
<b>Capítulo 3: Santana da Vargem</b>	O capítulo aborda de forma sucinta um breve histórico sobre a cidade e alguns dados.
<b>Capítulo 4: Análise e Diagnostico da área</b>	Neste capítulo os temas abordados giram em torno de análises e pesquisas sobre a área de implantação do projeto.
<b>Capítulo 5: Referências Projetuais</b>	Este capítulo apresenta referências ligas ao tema como forma de estudo e análises para o desenvolvimento do projeto.
<b>Capítulo 6: Visitas Técnicas</b>	O capítulo é composto pela análise feitas em mercados existentes na região, que foram vestidos como forma de ambientalização e estudos para a elaboração da proposta.
<b>Capítulo 7: Legislação</b>	Normas pertinentes a implantação de um Mercado Municipal.
<b>Capítulo 8: Desenvolvimento Pré-Projetual</b>	Neste capítulo é apresentado elementos projetuais, através de estudos preliminares, através de peças gráficas.
<b>Capítulo 9: Considerações Finais</b>	Considerações realizadas através do tema estudado para o desenvolvimento do TCCI.
<b>Capítulo 10: Cronograma TCC 2</b>	Apresentação das etapas para a realização do TCC2.
<b>Capítulo 11: Referências</b>	Capítulo composto pelas referências utilizadas na composição do trabalho.

Fonte: A autora, 2019.



Fonte: Portal Diário do Mercado, Mercado Municipal Miguel Castellano.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Mercados Públicos: Origem, Evolução e Relevância

A agricultura surgiu no período Neolítico e possibilitou ao ser humano pesquisar as técnicas e os conhecimentos sobre a criação de animais e o cultivo das plantas. No princípio era apenas uma produção de subsistência, mas com a evolução das tecnologias foi possível a produção excedente, utilizada mais à frente como moeda de troca. Assim nascia a forma mais rudimentar de comércio. Com o surgimento das cidades a troca foi estimulada e essa atividade, realizada dentro do espaço urbano, passou a ser denominada de mercado. Situados em vias relevantes e em praças, com a sua consolidação foram sendo implantadas cada vez mais em áreas centrais, mais acessíveis à população. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006)

Mumford (1998 apud OLIVEIRA JÚNIOR, 2006), especula que estas formas primitivas de mercado podem ter sido precedidas “pela forma mais antiga de supermercado - dentro do recinto do templo”, monopólio dos sacerdotes sem o objetivo de gerar lucros e sim serem armazenados e distribuídos.

Oliveira Júnior (2006) descreve que na Grécia o comércio varejista sucedia-se nas *ágoras*, local propício ao encontro de pessoas e realização de negócios, era também chamada de praça de mercado. No início, destinada a discussão de ideias, o espaço público aberto era rodeado por um templo, uma fonte ou oficinas artífices, o centro era destinado às barracas em dias de feiras. No Império Romano as atividades sociais, comerciais, religiosas e políticas foram implantadas em edificações imponentes, chamados de fóruns, espaço público descoberto posicionado ao lado do edifício do Senado e da Justiça, em posição contrária ao mercado. Ao centro uma fonte de água circulada pelas barracas dos varejistas. Cidades e mercados estavam ligados na Idade Média e com o passar dos tempos as praças de mercado foram sendo consolidadas e implantadas em áreas mais centrais da cidade.

As formas de permuta, a diversidade de produtos e a maneira de comercializar suas mercadorias, foram sendo adotadas com o passar dos tempos em diversas culturas, na qual o modo de se realizar ocasionalmente ou de maneira fixa em um espaço específico, baseava-se nos artigos apresentados e na necessidade da população.

Ao final da Idade Média, os mercados públicos já encontravam-se cobertos, quase sempre localizados nos centros ou próximos a eles, a organização do fluxo e a separação dos diferentes tipos de mercadorias, marcaram a primeira renovação dos mercados, agregada a ideias de que o espaço público deveria ser um espaço de comodidade, na qual em um mesmo

local poderiam acontecer a comercialização de produtos juntamente com outros eventos que agradavam ao público.

Muitos mercados tiveram seu início nas feiras, que depois se materializaram em edificações e com o surgimento das ferrovias, a partir do século XIX, esses locais de vendas sofreram alterações consideráveis. Até aquele momento, os mercados eram locais importantes para o fornecimento de produtos e significavam momentos de trocas não só materiais, mas apresentavam uma grande relevância no aspecto sociocultural da sociedade.

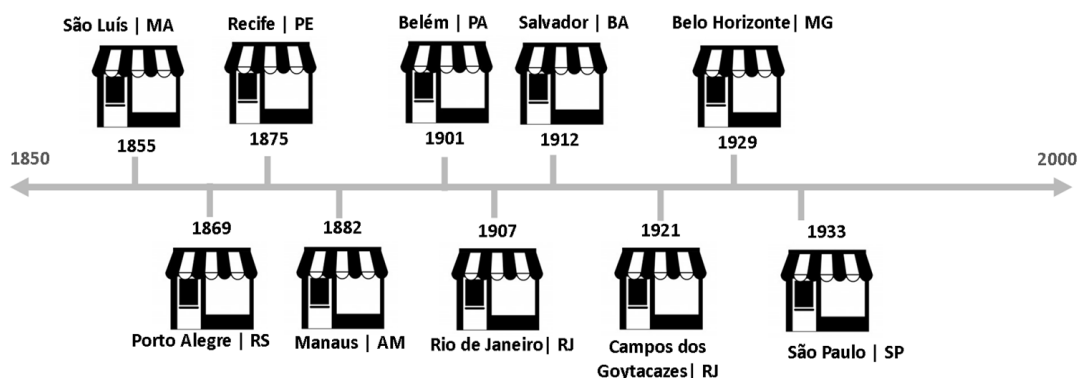
Inúmeras transformações ocorreram na sociedade, desde a ágora grega e os fóruns romanos até a cidade medieval e moderna. O desenvolvimento tecnológico refletiu no desenho urbano e no uso destes espaços. A essência que mescla o comércio junto às demais atividades coletivas foram preservadas. (VARGAS, 2001)

## 2.2 Mercados Públicos no Brasil

Os mercados públicos foram introduzidos no Brasil pelos colonizadores portugueses, seguindo modelos semelhantes aos que eram usados na Europa, em geral situados nos centros das cidades e circundados por feiras livres. No período de colonização do Brasil, até meados do século XVIII, o comércio acontecia próximo aos engenhos e dos portos, através dos mascates, que transportavam as mercadorias para o interior do país (ARAÚJO, 2011).

No Brasil, apesar da grande diferença temporal em relação à origem e desenvolvimento das cidades, o surgimento dos mercados públicos possui semelhanças com aqueles surgidos no contexto dos países do chamado velho mundo. No fim século XVIII e ao longo do século XIX surgiram vários núcleos urbanos e, por conseguintes mercados neste país (Fig.03). (ALVES et al.,2011)

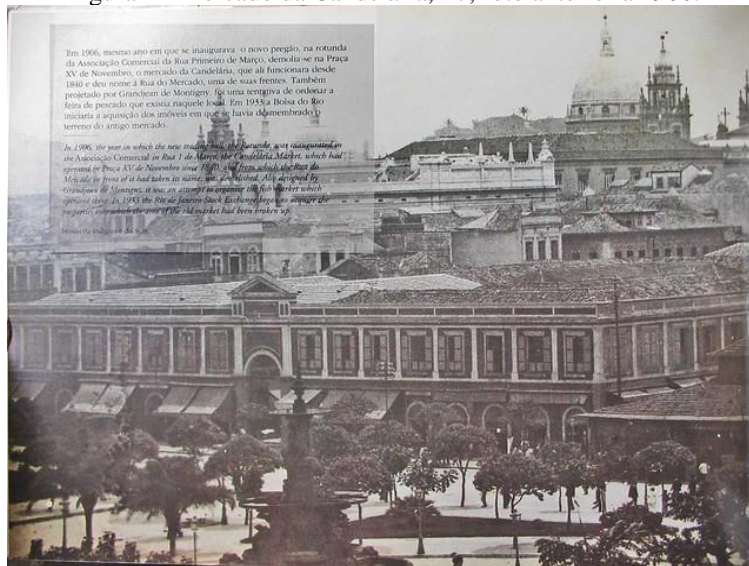
Figura 3 - Evolução cronológica dos mercados públicos no Brasil.



Fonte: Freitas, 2016. Adaptado pela autora.

No Rio de Janeiro, o Mercado da Candelária, foi o primeiro mercado instalado no Brasil, inaugurado em 1841, possuía área edificada de 5.187m<sup>2</sup>, com planta regular e um pátio central. Foi destruído por um incêndio em 1911 (Fig.4).

Figura 4 - Mercado da Candelária, RJ, foto anterior à 1906.



Fonte: Site Diário do Rio, 2016.

O primeiro mercado a ser edificado com material pré-fabricado de ferro foi o Mercado de São José (Fig.05), em 1855, na cidade de Recife. Logo depois, outros mercados com estruturas em ferro foram inseridos no país.

Figura 5 - Mercado São José em Recife, PE. Primeiro mercado edificado com materiais pré-fabricado no Brasil



Fonte: Portal Fundação Joaquim Nabuco, 2009.

Construídos em alvenaria podemos destacar mercados como o Mercado Modelo de Salvador (1863), Mercado Municipal de São Paulo (1933) (Fig.06), o Mercado Público de Florianópolis (1889) e o Mercado Público de Porto Alegre (1869).

Os mercados brasileiros tiveram o seu auge no início do século XX e sofreram com o aparecimento das novas formas encontradas pelos varejistas para atrair as pessoas e baixar os custos. Com a transformação no capitalismo mundial, o espaço urbano sofreu grandes alterações, com o aumento da população surgiram os bairros periféricos compostos por diversas classes sociais, setores como de produção e serviços ampliaram sem nenhuma planificação e coordenação.

Figura 6 - Mercado Municipal de São Paulo no dia da inauguração (1933).



Fonte: [http://correiogourmand.com.br/guias\\_gourmands\\_06\\_mercadao\\_sao\\_paulo\\_01\\_historia.htm](http://correiogourmand.com.br/guias_gourmands_06_mercadao_sao_paulo_01_historia.htm)  
Acesso: 03/10/2019.

Com o predomínio do transporte rodoviário e o crescimento exacerbado dos grandes centros urbanos, a distribuição dos produtos principalmente agrícolas tornou-se mais difícil, a preferência por locais periféricos cresceu e os Mercados Centrais passaram a serem considerados com a função de varejo-atacadista, surgindo assim os supermercados, ideia inspirada nos Estados Unidos e que alterou o contexto comercial no Brasil.

Ao analisarmos a história dos mercados públicos no Brasil, assim como se vê em países da Europa, fica evidente a importância que esses equipamentos têm como parte de tradições urbanas, seja por abrigarem as funções comerciais básicas ou pelo modo como a população se apropria deles. Desenvolvem-se, assim, os mercados públicos como ambientes que unificam espacialmente valores sociais, econômicos e culturais importantes para o convívio da população.

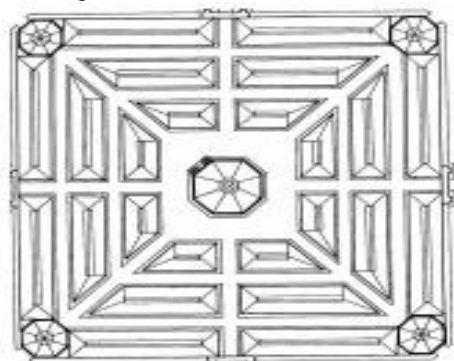
### 2.2.1 A arquitetura dos Mercados Públicos no Brasil

Ao longo dos tempos, com a evolução urbana, os mercados se destacam por serem de campo neutro de acesso ao público. Logo, nos locais onde estes mercados foram sendo inseridos, como ruas e praças, o comércio conformou seu entorno urbano (a partir do século XIII), dando até mesmo nome das Ruas ou Praças dos produtos ali comercializados.

A partir de meados do século XIX foram construídos no Brasil os primeiros edifícios dedicados exclusivamente aos mercados públicos. Nesse período, a construção em ferro e vidro se fortificava fora do país.

No Rio de Janeiro no início do século XX, foi criado o maior dos mercados públicos em ferro do Brasil. Com uma planta quadrada (Fig. 07) e medindo 150 metros de lado, oito entradas monumentais quatro delas encimadas por torres, com 12.500m<sup>2</sup> e ressaltava as questões sanitárias tão precárias na época (Fig.08).

Figuras 7 e 8 - Planta e vista da cobertura do Mercado Municipal do Rio de Janeiro.



Fonte Figura 07: SILVA,1986, apud VARGAS (1996)

Fonte Figura 08: [https://www.turismoria.com.br/wp-content/uploads/2017/10/estado\\_do\\_rio\\_de\\_janeiro\\_cidade\\_do\\_rio\\_de\\_janeiro\\_porto\\_maravilha\\_01\\_mercado\\_municipal.jpg](https://www.turismoria.com.br/wp-content/uploads/2017/10/estado_do_rio_de_janeiro_cidade_do_rio_de_janeiro_porto_maravilha_01_mercado_municipal.jpg). Acesso em 27/09/19.

Concomitantemente aos mercados públicos feitos em ferro, apareceram as galerias, com uma tipologia comercial e com seu foco aos mais privilegiados, proporcionaram o agrupamento de diversos tipos de comércio, serviço e lazer. A Galeria de Cristal, em São Paulo, projetada por Jules Martin, foi um dos primeiros edifícios a adotar esta tipologia e buscava atrair uma classe mais abastada.

Neste novo modelo deram início ao uso noturno dos mercados, como forma de seduzir um maior número de consumidores. Com essa nova configuração, o edifício passa a ser procurado por consumidores interessados somente em adquirir produtos de necessidade básica. (VARGAS, 2001).

A inserção de mercados públicos nas cidades constitui uma urbanidade diferenciada, com o intuito de vendas e trocas não somente de mercadorias, mas também de costumes, valores e culturas, podendo ser acessível a todos e sendo assim, um contraste aos autoritários Shoppings Centers ou mesmo os Hipermercados. Diante dessa visão, pode-se também notar que esse tipo de edificação ainda é pouco valorizado pela sociedade, mesmo sabendo que esta é parte fundamental para o desenvolvimento urbano onde ela está estabelecida (RENNÓ, 2006).



Conformado como feira livre nos primeiros espaços de comercialização das cidades, o mercado público faz parte do dia a dia de diferentes sociedades. Em diversos momentos o Mercado Público ou Municipal, colaborou para o desenvolvimento das cidades, prosperou o comércio local, fortaleceu e evidenciou as tradições e culturas de determinado povo através da socialização das diferentes civilizações. (DANIELLI; MACKMILLAN, 2017)

#### 2.2.1.1 Mercado Municipal de São Paulo

Projetado pelo escritório do arquiteto Francisco Ramos de Azevedo em 1926 e situado no Centro Histórico da capital paulista, popularmente conhecido como Mercadão, o Mercado Municipal de São Paulo, é importante ponto turístico e une atividades de lazer e comércio. Inaugurado em 1933 substituiu o antigo Mercado Central. Hoje o mercado conta com 12.600m<sup>2</sup> e abriga comerciantes de toda a cidade, são quase 300 estandes (Fig. 09).

Figuras 9 e 10 - Fachada Principal do Mercado Municipal de São Paulo e vista interna do edifício.



Fonte: <http://cidadedesapaulo.com/v2/atrativos/mercado-municipal/?lang=pt>. Acesso em: 08/10/2019.

Na arquitetura encontramos sua representatividade marcada por colunas, abóbodas, vitrais e com pé direito de 16 metros (Fig. 10). Os famosos vitrais importados da Alemanha, apresentam temas da agricultura e da agropecuária (Fig. 11). Em 2006 o edifício passou uma reforma e requalificação, foi criado um mezanino com 2000 metros quadrados, composto por um conjunto de restaurantes e praça de alimentação, tornando-se um grande um espaço gastronômico.

Figura 11 - Vitrais importados da Alemanha, Mercado Municipal de São Paulo.



Fonte:<http://cidadedesaopaulo.com/v2/atrativos/mercado-municipal/?lang=pt>. Acesso: 08/10/2019.

Do ponto de vista urbano, se configura como um edifício isolado, ocupando toda uma quadra. Nas laterais, configuram-se praças de acesso com estacionamento público. À frente os acessos para serviços e docas. Na fachada principal, não há recuos entre o edifício e a calçada permitindo uma grande permeabilidade entre o interno e o externo através das nove aberturas principais.

Uma vez que a situação contemporânea é diferente da encontrada no início do século XIX, é necessário pensar em suas características como um equipamento público com a funcionalidade de abastecimento urbano inserido em um ambiente onde supermercados representam a maior concentração de capital, mas que exibe uma completa ausência de formas estéticas e criativas juntamente com a falta de sociabilidade.

Podemos observar que a estética de extrema eficiência econômica e completa inexistência de afabilidade dos super/hipermercados vem se desgastando. Deparamos com projetos sofisticados ou praças de alimentação produzidas como “Mercados Gastronômicos” e que simulam a ambientação dos antigos mercados públicos. A inserção em uma área mais central, com grandes estacionamentos os desconectam do seu entorno urbano. A arquitetura retoma aos grandes pavilhões em algumas das vezes metálicos, com pés direitos altos e cobertura aparente, os produtos são distribuídos em unidades que buscam uma releitura das bancas dos mercados.

### 2.2.2 Relação do mercado público com o espaço urbano

Holanda (2002) sugere que a relação de edifício público e o espaço urbano coletivo são fundamentais para que o resultado seja uma arquitetura de qualidade e uma cidade mais agradável. É importante verificar que o modo como as edificações são posicionadas e a maneira que configuram seus sistemas de permeabilidades e barreiras em relação às ruas

influenciam diretamente na quantidade de pessoas que utilizam esse espaço e as atividades que ali se desenvolvem. Formando-se assim os arranjos sociais que ao se relacionarem ao uso dos espaços públicos transmitem a ideia de vitalidade.

Nesse contexto, Lopes (2010) destaca que os mercados públicos são partes vivas da cultura e da história de cada cidade. A leitura da introdução destas edificações no meio urbano nos possibilita interpretar alguns aspectos peculiares e conexos entre si. Danielli (2017) define, nesta ótica, que sua função social e comunitária vai muito além de funções apenas econômicas, pode-se atestar que as transações econômicas estabelecidas por meio da comercialização da produção agrícola, artesanal e industrial, estão correlacionadas a diversos outros fatores e arranjos socioculturais. O mercado é apresentado como um espaço público, de conexão entre espaço urbano e espaço rural.

Para Jacobs (2000) a vitalidade urbana estabelecida pelos mercados públicos é identificada pela centralização de atividades comerciais e pela concentração de indivíduos presentes nos lugares onde estes estão incorporados, qualificando os espaços públicos da cidade com a presença de pessoas em diferentes horários do dia. A presença dessas atividades faz com que os mercados tenham uma significativa participação na riqueza e diversidade dos espaços públicos que compõem a qualidade do espaço urbano.

Essa representatividade dos equipamentos públicos e em especial os mercados, objeto de estudo deste trabalho, vem sendo afetados negativamente pelos processos de industrialização, a evolução das formas de compras atuais e principalmente aliadas ao processo de urbanização desordenado que impactam as cidades, tornam os espaços públicos cada vez menos acessíveis.



FONTE: Portal Equipe Positiva, Vista de Santana da Vargem MG.

## **3 SANTANA DA VARGEM**

## **3 SANTANA DA VARGEM**

### **3.1 Histórico da cidade**

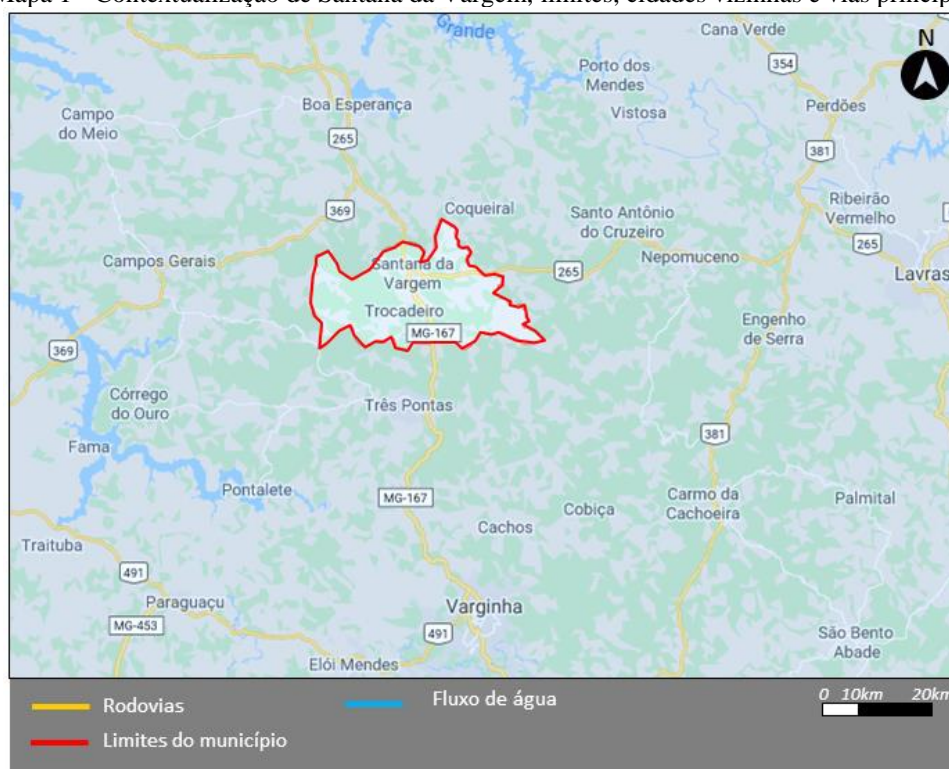
Na história da cidade encontramos o início do município através da doação de terras, realizada por alguns proprietários da região. Por volta do ano de 1862, foi erguida uma pequena capela a Sant`Ana. A devoção, a fertilidade do solo e a suavidade do clima da região fizeram com que, ao redor da capelinha, fossem se fixando moradores, explorando a agricultura e a pecuária.

O nome que mais tarde a povoação recebeu, Santana da Vargem, acha-se enraizado na religiosidade do povo e na localização do povoado às margens de um ribeirão. A Lei n.º 843 de 07 de setembro de 1.923 mudou a denominação de Santana da Vargem para Mombuca. A população, porém, não aceitou a nova denominação e a vila volta a se chamar Santana da Vargem. O município até os dias de hoje, tem na agropecuária a sua principal atividade econômica, notadamente na produção de café. (IBGE,2010)

### **3.2 Caracterização geral**

O município de Santana da Vargem está situado a 277 km de distância da capital do Estado, Minas Gerais, se limita com os municípios de Três Pontas, Boa Esperança, Campo Gerais, Coqueiral e Nepomuceno (Mapa 01) e segundo dados do IBGE (2010) conta com uma população de 7.231 habitantes em uma área territorial 172,444km<sup>2</sup> de relevo predominantemente montanhoso.

Mapa 1 - Contextualização de Santana da Vargem, limites, cidades vizinhas e vias principais.



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora, 2019.

As BR-381 e MG-167 formam os principais acessos à cidade. Hoje, de acordo com dados do IBGE (2010) Santana da Vargem apresenta 71.9% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 26.7% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 35.5% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). Conta com 1.649 domicílios urbanos e 556 rurais.

### 3.2 Atividades rurais e feiras livres

Em 2017, o salário médio mensal era de 1.8 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 14.5%. O município apresenta como sua maior fonte de renda o setor agrícola, com prevalência da agricultura familiar, destacam-se o plantio do café, goiabas, feijão, milho e alface além da apicultura. A região conta com 322 produtores (IBGE, 2010) que comercializam seus produtos em outras cidades, no comércio local e na feira livre da cidade. O comércio é relativamente variado e localizado em sua grande maioria no centro da cidade.

O cultivo da goiaba e seus derivados cresceram nos últimos anos e sua comercialização tem feito com que a cidade seja reconhecida por suas frutas apetitosas e exuberantes, apresentadas a população através do comércio local e por vendedores de “porta a

porta” (Fig.12 e 13). A produção destaca-se pelos pomares bem cuidados que passam desde grandes áreas aos pequenos produtores que possuem sua fonte em seus próprios quintais.

Figuras 12 e 13 - Produtos produzidos através das goiabas cultivadas no município.



Fonte: Arquivos Goiabas Santana, 2019.

A feira livre teve início em 2006, através de alguns produtores rurais que buscavam comercializar seus produtos de maneira pontual, já que alguns vendiam de porta a porta. No primeiro momento a feira se instalou em um galpão da cidade, conhecido como Centro de Eventos (Fig.14), o aluguel era custeado pela prefeitura Municipal, abrigava pouco mais de 10 feirantes e durou por de três anos. Conversando com feirantes que participaram do desenvolvimento da feira livre no início, eles relatam que o ambiente não era propício ao comércio, a visibilidade pela população era ofuscada pelos grandes muros que limitam a edificação, fazendo com que as vendas fossem prejudicadas.

Figura 14 - Centro de Eventos, galpão utilizado em 2006 para abrigar a feira livre da cidade.



Fonte: A autora, 2019.

Com a mudança na administração da cidade, o novo prefeito oferece aos feirantes a possibilidade de mudarem a feira para a Praça da Matriz, visando diminuir gastos com o aluguel do Centro de Eventos. As barracas foram custeadas pelo departamento da EMATER

(Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural) da cidade, no total foram dez unidades e são utilizadas até hoje.

Atualmente o município de Santana da Vargem conta com uma feira livre, às quartas-feiras e sextas-feiras na Praça João Maciel Neiva (Fig.15 e 16), 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.

Figuras 15 e 16 - Feira livre de Santana da Vargem, feirantes dividem as bancas e alguns expõem seus produtos em seus veículos.



Fonte: A autora,2019.

São disponibilizados vários tipos de produtos dentre eles verduras, quitandas, artesanatos, doces, compotas, queijos e o tradicional pastel. Alguns feirantes cultivam suas verduras em hortas urbanas e os demais na zona rural da cidade, utilizando desta forma como



um acréscimo na renda familiar. É possível notar nos produtos a cultura da cidade que vem através do milho e das goiabeiras (Fig. 17 e 18).

Figuras 17 e 18 - Feira livre de Santana da Vargem, realizada na praça da Matriz.



Fonte: A autora,2019.

Não há uma associação a qual eles se reportem, tudo é realizado na base da amizade e organizado na hora, qualquer pessoa pode trazer seu produto e comercializá-lo nos dias de feira. Mas com o crescimento no número de expositores as dez barracas do início não suportam mais toda a demanda, para cada unidade encontramos de dois a três feirantes, dificultando a exposição dos produtos. Alguns comercializam seus artigos no porta malas do carro ou em mesas improvisadas.

Através de entrevistas e de conversar informais com feirantes e usuários da feira, foi possível constatar a necessidade de um local destinado especificamente aos feirantes, que possibilite a exposição de seus produtos todos os dias, sem depender da praça, que muitas das vezes é utilizada para a realização de algumas festividades da cidade.



FONTE: Google Maps, Vista aérea de Santana da Vargem, MG.

## **4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO**

## 4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DE ÁREA

### 4.1 Apresentação da área de intervenção

#### 4.1.1 O terreno e sua localização

A escolha do terreno se firmou através dos levantamentos e necessidades da cidade em relação ao tema. Outros fatores considerados foram a proximidade com o ponto de ônibus escolar, que liga a população rural à cidade, e o local da feira existente. Sua localização é em uma área central do município, e também foi um ponto relevante para implantação do mercado público. O mesmo atende às necessidades do projeto, pelo fato de permitir 3 acessos, de modo a proporcionar tanto uma melhor setorização dos espaços, quanto a facilidade de acesso da população ao lugar a ser gerado (Mapa 02).

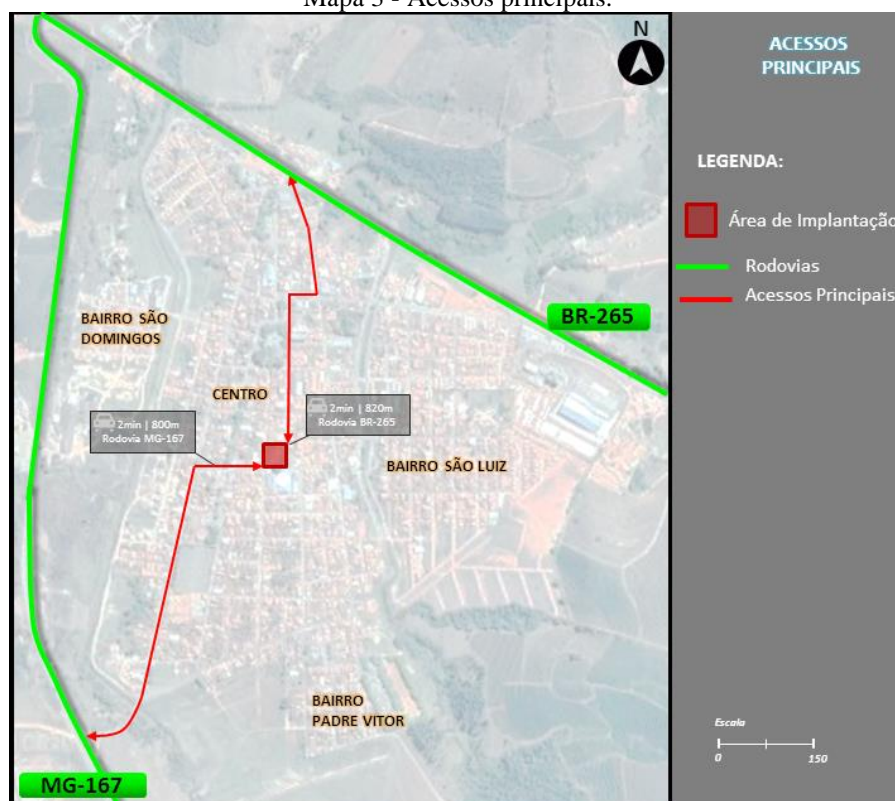
Mapa 2 - Vista aérea e pontos notáveis de Santana da Vargem.



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora, 2019.

Os acessos se dividem, interligando os bairros existentes ao Centro, juntamente com as rodovias MG-167 e BR-265 que fazem a ligação da cidade aos municípios vizinhos (Mapa 03).

Mapa 3 - Acessos principais.



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora, 2019.

## 4.2 Condicionantes ambientais: insolação, ventos, ruídos

### 4.2.1 Características climáticas

O município de Santana da Vargem possui latitude: 21° 14' 55" Sul, longitude: 45° 30' 33" Oeste, com clima predominante quente e temperado, menos pluviosidade no inverno, ventos predominantes a sudoeste e com velocidades médias de 7km/h.

Ao analisarmos os aspectos climáticos, podemos constatar que o terreno de estudo tem uma boa incidência solar e ventilação, apresentando apenas a fachada sul com menor incidência, devido às sombras das edificações no seu entorno e pela vegetação existente (Mapa 04). Sendo assim para que fosse privilegiado o conforto visual foi determinado que a fachada principal será na face sul, cujo campo visual é para um ponto arbóreo, formado por uma árvore de grande porte ao sul e outra de médio porte ao sudoeste (Fig. 19 e 20). O que

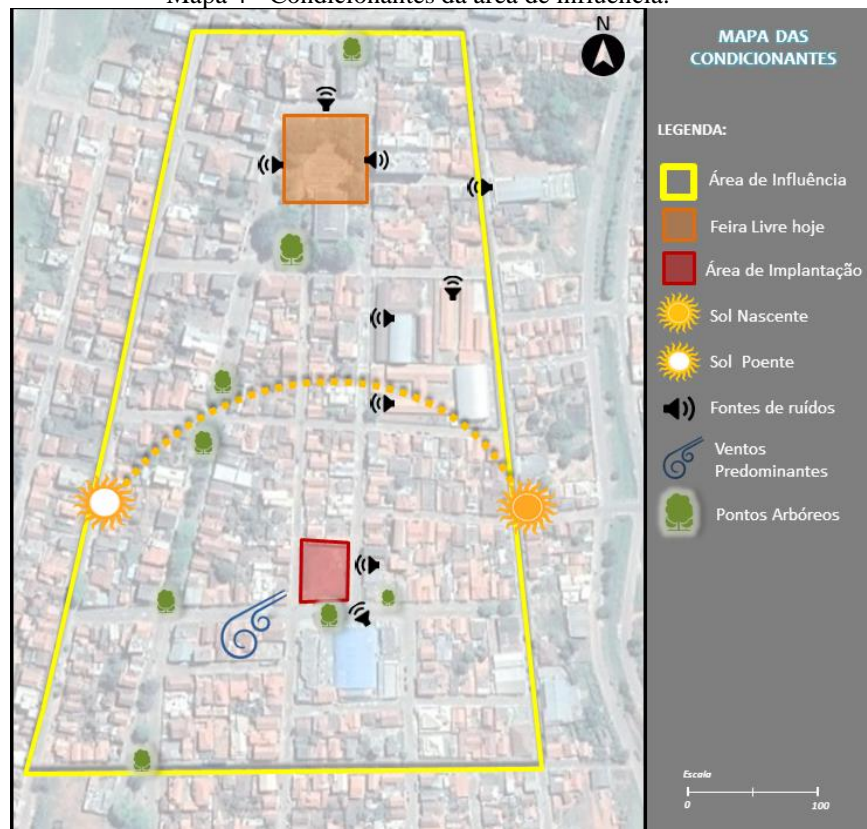
traz melhor aproveitamento dos ventos predominantes, além de proporcionar a renovação do ar e facilitar a saída do som produzido pelas atividades internas do mercado.

Figura 19 - Vegetação de médio porte a sudoeste do terreno.  
Figura 20 - Vegetação de grande porte localizada ao sul do terreno.



Fonte: A autora, 2019.

Mapa 4 - Condicionantes da área de influência.



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora, 2019.

### 4.3 Uso e ocupação do solo

A partir de visitas e análises “in loco” da área em questão, podemos constatar uma pequena valorização imobiliária, sendo caracterizado basicamente por um padrão construtivo baixo e médio porte. As vias são pavimentadas e possuem iluminação pública. A infraestrutura é satisfatória, como: tratamento de água e esgoto, redes de telecomunicação, serviços de coleta de lixo, dentre outros.

O Centro da cidade é composto pela maior área com relação aos bairros existentes na cidade, com uma topografia pouco acidentada em sua extensão. Atualmente conta com poucos terrenos vazios e com gabaritos significativamente térreos e de uso residencial, na qual essas residências em sua grande maioria são constituídas em alvenaria com telhados coloniais, nota-se a predominância de cores mais fortes nas fachadas (Mapa 05). É formado por algumas áreas pontuais na qual encontramos comércios e edificações institucionais, como na quadra sul ao terreno, que é composto por um PSF (Programa Saúde da Família), Quadra poliesportiva, salão de festas, secretaria de saúde, farmácia municipal e centro odontológico.

Mapa 5 - Usos e ocupação do solo da área de influência.



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora, 2019.

#### 4.4 Mobilidade urbana

As principais vias que circundam a área de intervenção – rua José Teodoro da Silva, rua Coronel Licas e rua Pio XII, em alguns trechos são vias de mão dupla garantindo assim um fácil acesso ao mercado proposto. Nas vias podemos notar o uso de blocos hexagonais e retangulares que auxiliam na permeabilidade pluvial, com dimensões amplas e com calçadas em bom estado, mas sem acessibilidade.

No perímetro de estudo há presença de mobiliário urbano insuficiente, com prevalência de iluminação pública e sinalizações verticais. O ponto de ônibus existente atende a estudantes e moradores da zona rural (Mapa 06).



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora, 2019.

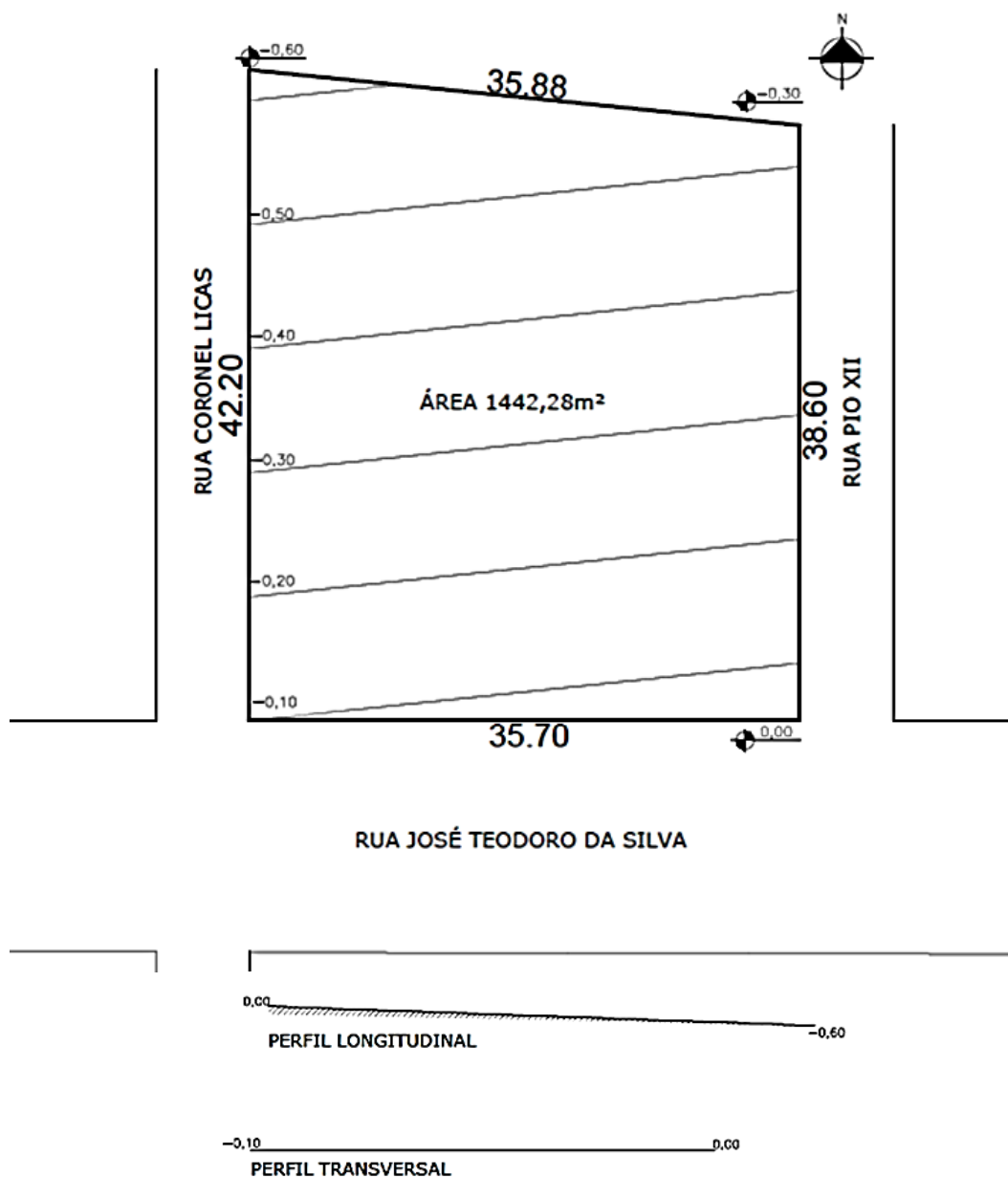
#### 4.5 Topografia

Pertencente ao município de Santana da Vargem, o terreno destinado a este estudo está localizado à Rua José Teodoro da Silva, fazendo também em suas laterais com Rua Pio XII e Rua Coronel Licas e facilita assim a disposição dos acessos. Sua localização é centralizada em relação aos outros bairros, em uma região com declividade moderada, a área escolhida para a

implantação possui uma topografia quase plana, com um total de 1.442,28m<sup>2</sup>, em formato trapezoidal (Fig.21).

A topografia do terreno escolhido para a implantação do mercado público possui uma pequena declividade, com vegetação rasteira e limitado por muros, ruínas da edificação anterior. Há alguns anos funcionava neste terreno um almoxarifado central da prefeitura, o espaço ficou pequeno para abrigar a frota de ônibus, com isso foi transferido para um espaço maior, logo depois foi demolido restando apenas os muros que delimitam o terreno (Fig. 22, 23 e 24).

Figura 21 - Levantamento planialtimétrico. (APÊNDICE B)



Fonte: A autora, 2019.



Figura 22 - Fachada Oeste do terreno.



Fonte: A autora, 2019.

Figura 23 - Fachada Leste do terreno.



Fonte: A autora, 2019.

Figura 24 - Fachada Sul do terreno.



Fonte: A autora, 2019.



FONTE: Portal Archidaily – Mercado dos agricultores de Tula na Rússia.

## 5 REFERÊNCIAS PROJETUAIS

## 5 REFERÊNCIAS PROJETUAIS

### 5.1 Feira da cidade de Ananindeua, Pará - Brasil

Ficha técnica:

- Autores: MEIA DOIS NOVE Arquitetura & Consultoria (José Maria Coelho Bassalo e Flávio Campos do Nascimento)
- Ano do projeto: 2005
- Área: 3127.0 m<sup>2</sup>

A Prefeitura Municipal de Ananindeua estabeleceu um remanejamento da “Feira do Quatro” existente da cidade para outro local através do escritório Meia Dois Nove Arquitetura & Consultoria. A escolha do local para a edificação da nova feira se constituiu em um dos pontos mais importantes do processo, já que, desde o início dos trabalhos, havia a consciência de que do acerto dessa decisão dependia o sucesso da intervenção como um todo. Havia de se conseguir um lugar que coubessem todos integrantes. O segundo aspecto era de grande relevância para sobrevivência da feira após seu remanejamento. A espontânea constituição, expansão e consolidação da feira no local onde estava, revela a boa qualidade de sua antiga posição no contexto urbano, e afirma, também, sua natureza referencial para a cidade.

Definiram para a nova feira, dois lotes lindeiros para abrigar a nova edificação, os lotes escolhidos tiveram suas geometrias redefinidas, suprimindo-se o trecho de 25 m que os separava, ao final, o lote da nova feira ficou com área triangular de 3.444,27 m<sup>2</sup> (Fig. 25).

Figuras 25 - Vista aérea e interna do conjunto de Ananindeua.

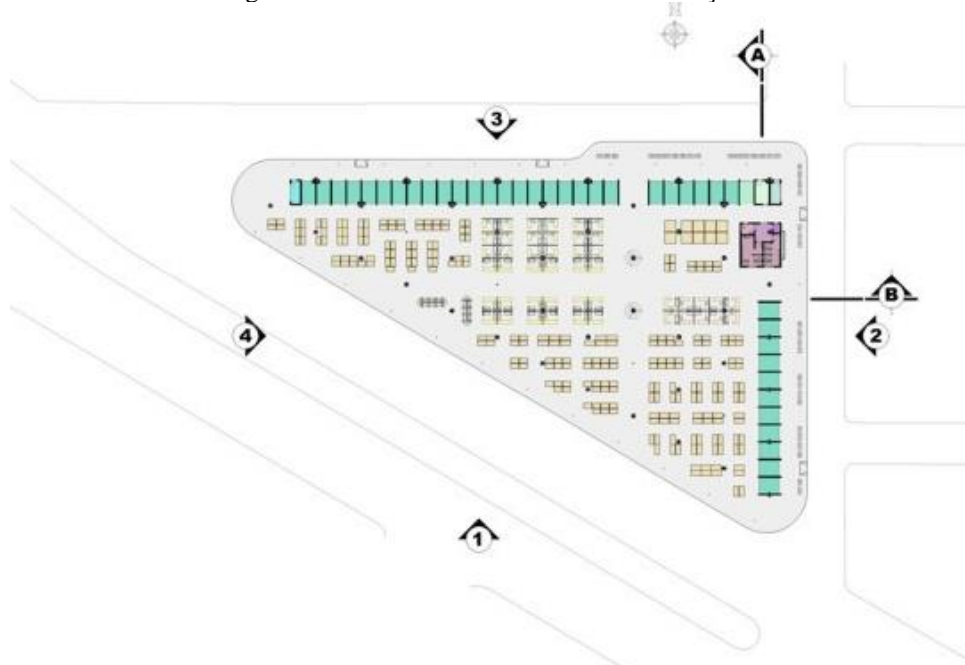


Fonte:<https://www.archdaily.com.br/br/623364/feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria/53b18debc07a80790f00015f-feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria-foto>  
Acesso:15/10/19.

A construção que abriga a nova feira é, em linhas gerais, uma grande tensoestrutura, que conforma um pavilhão com área total coberta de 3.127,15 m<sup>2</sup>. Sua planta possui forma de triângulo retângulo, com as edificações internas de maior porte, os boxes fechados, posicionados nos catetos paralelos às travessas, ficando a hipotenusa livre, totalmente aberta à Avenida Arterial.

Os boxes fechados foram locados de forma periférica, paralelos às travessas abertos tanto para dentro da feira quanto para fora desta, possibilitando acesso por dentro do pavilhão ou diretamente das vias para onde também se voltam. Os boxes abertos, sobretudo os de vendas de peixes, localizam-se no centro da feira. As demais bancas distribuem-se em ilhas, agrupadas de forma setorizada, considerando-se a afinidade entre as naturezas dos produtos negociados (Fig. 26).

Figura 26 - Planta baixa demonstra a setorização dos boxes.



Fonte:[https://www.archdaily.com.br/br/623364/feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria/53b18df7c07a80eb1c000194-feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria-foto?next\\_project=no](https://www.archdaily.com.br/br/623364/feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria/53b18df7c07a80eb1c000194-feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria-foto?next_project=no). Acesso:15/10/19.

O projeto para a feira livre de Ananindeua torna-se referência para o desenvolvimento deste trabalho pela problemática existente nas duas cidades em questão, um novo espaço para abrigar a feira livre da cidade, cada uma em sua proporção, mas que ao mesmo tempo mescla a importância sobre a alteração do espaço que abrigava a feira juntamente com a

preocupação de como a população irá se identificar com o novo ambiente. Outro ponto importante para a concepção do projeto é a distribuição dos boxes pelo mercado na qual a sua forma proporciona permeabilidade com o seu entorno e promove uma conexão com o desenho urbano.

## 5.2 Mercado da Vila, Lat Krabang - Tailândia

Ficha técnica:

- Autores: AOMO (escritório) Sivichai Udomvoranun, Varat Limviboon
- Ano do projeto: 2017
- Área: 2000m<sup>2</sup>

De acordo como o escritório responsável pelo projeto o mesmo é uma extensão do mercado ao ar livre existente que comercializa alimentos e roupas em uma comunidade local na Tailândia. A preocupação era a utilização do terreno através da flexibilidade, os espaços foram explorados a fim de apresentar um melhor uso da pequena área. Os arquitetos buscaram utilizar a ventilação e a luz natural, o máximo possível, características críticas do clima tropical, e também fornecer sombreamento suficiente e proteção contra a chuva (Fig.27).

Figura 27 - Espaços otimizados buscam a melhor forma.



Fonte:Disponível:<https://www.archdaily.com.br/br/897628/mercado-da-vila-aomo/5b153cbbf197cc588d0001dc-market-land-village-aomo-photo>. Acesso:26/10/19

O edifício funciona como uma lanterna para atrair pessoas advindas da rua principal. Resultando em um mercado moldado pelo contexto local, clima e comportamento dos usuários, representado através de formas arquitetônicas simples que contrasta com atividades desenvolvidas no seu interior.

Ao analisar o projeto em questão chegou-se a algumas conclusões que nortearam a elaboração deste projeto, como o bom uso do terreno, que era pequeno em suas dimensões,

com isso a edificação traz um melhor aproveitamento dos espaços através da flexibilidade e setorização apresentada como forma eficiente de exploração dos recursos naturais. A permeabilidade mais uma vez utilizada para compor a forma dos mercados na qual insere seus boxes de uma maneira a fazer parte das vias, seguindo seu sentido e contexto.

### 5.3 Mercado da Boca, Jardim Canadá, Nova Lima, Minas Gerais - Brasil

Ficha técnica:

- Autores: AR.Lo Arquitetos, Bloc Arquitetura, Gustavo Penna Arquiteto e Associados
- Ano do projeto: 2018
- Área: 4000m<sup>2</sup>

Ao descrever o projeto o escritório responsável apresenta “O Mercado da Boca “ com novo destino para os apaixonados pela gastronomia. O espaço de 4.000 m<sup>2</sup>, traz um ar de quermesse, de barrquinha. No jeito mineiro de conviver e principalmente de comer que os arquitetos buscaram a sua inspiração. Apresentando em seus detalhes torre de panela no salão, estandes com chaminés, luzinhas de interior, arquibancada de horta. Elementos que representam a parte lúdica da arquitetura (Fig.28).

Figura 28 - A palavra: a boca traz o conceito do mercado através da explicação que é por ela onde entra a comida e sai a conversa.

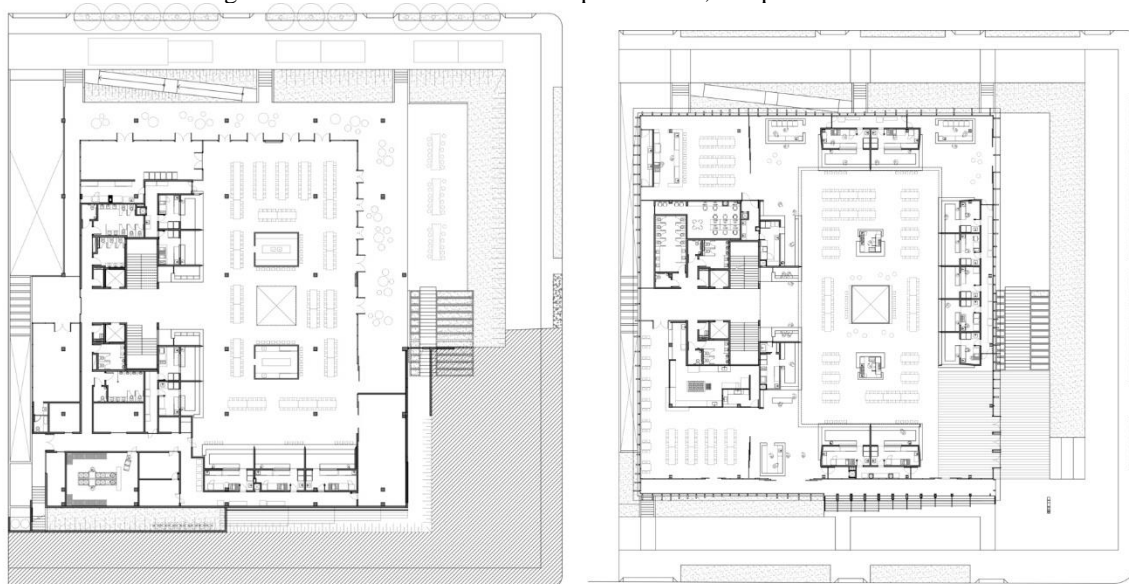


Fonte: Disponível: [https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna/5caee000284dd1e5fc0002e9-mercado-da-boca-gustavo-penna-foto?next\\_project=no](https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna/5caee000284dd1e5fc0002e9-mercado-da-boca-gustavo-penna-foto?next_project=no). Acesso:26/10/19.

Os boxes fechados foram locados de forma periférica, paralelos às travessas abertos tanto para dentro da feira quanto para fora desta, possibilitando acesso por dentro do pavilhão

ou diretamente das vias para onde também se voltam. Os boxes abertos, sobretudo os de vendas de peixes, localizam-se no centro da feira. As demais bancas distribuem-se em ilhas, agrupadas de forma setorizada, considerando-se a afinidade entre as naturezas dos produtos negociados (Fig. 29).

Figura 29 - Plantas baixas dos dois pavimentos, o superior em forma de mezanino.



Fonte: Disponível: [https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna/5caee000284dd1e5fc0002e9-mercado-da-boca-gustavo-penna-foto?next\\_project=no](https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna/5caee000284dd1e5fc0002e9-mercado-da-boca-gustavo-penna-foto?next_project=no). Acesso:26/10/19.

A arte mineira também está representada através da paleta de cores do quadro "A Última Ceia", de Manuel da Costa Ataíde um grande artista barroco. O espaço possibilitou a criação de um ambiente e cheio de possibilidades e integrado. Com cervejarias, adega de vinhos, restaurantes com chefs renomados e muito mais. O objetivo é oferecer uma experiência única, democrática, com várias opções de comida, bebida e produtos em um ambiente agradável.

O projeto em questão se caracteriza como referência através da utilização de elementos da cultura local para o desenvolvimento da proposta, resultando em uma edificação com volumetria e conceitos modernos, que enaltecem a cultura gastronômica mineira. Os espaços para convivência promovem um diálogo com o espaço público e proporciona experiências visuais e gastronômicas aos seus visitantes.



FONTE: Mercado do Produtor de Varginha, acervo do autor.

# 6 VISITAS TÉCNICAS

6 VISITAS TÉCNICAS



## 6.1 Mercado do Produtor de Varginha-MG

### 6.1.1 Contexto

Varginha está situada na região Sudeste de Minas Gerais. Sua proximidade com a rodovia federal – BR 381 (Fernão Dias) e aos polos econômicos mais importantes do país, a tornam privilegiada. Segundo dados do IBGE (2010) o município possui 123.081 mil habitantes e sua localização faz com que pequenos municípios do entorno, como Elói Mendes, Três Pontas, Três Corações, Paraguaçu, Machado, Boa Esperança, busquem alguns tipos de serviços e produtos encontrados por exemplo no Mercado do Produtor.

O Mercado do Produtor foi fundado em 1999, mas o edifício foi construído em 1984, localizado em um dos pontos mais antigos da cidade e com grande fluxo de pessoas. É considerado um ponto turístico, com valores culturais e pelas diversidades de produtos comercializados.

Administrado pela Prefeitura de Varginha, conta com um galpão de aproximadamente 1000 m<sup>2</sup>. O mercado funciona durante toda a semana, mas nas quartas-feiras e domingos a frequência é bem maior devido à presença de mais expositores, vindos da zona rural de Varginha e região. A falta de uma área destinada para estacionamento causa alguns transtornos, dificultando em muitas das vezes o acesso ao mercado.

### 6.1.2 Análise do local

No dia 22 de setembro de 2019, período da manhã, foi realizada visita técnica no Mercado do Produtor de Varginha, Minas Gerais, localizado na Avenida Doutor José Justiniano dos Reis, nº611 no Bairro Vila Floresta. O objetivo principal da visita consistiu em coletar dados sobre o funcionamento, a forma em que se apresenta o espaço, seus acessos, além da vivência relacionada entre a população e os produtores/feirantes. A visita foi realizada no domingo, dia com maior fluxo de usuários e foram analisados alguns pontos específicos, como a infraestrutura e os aspectos arquitetônicos da edificação, a setorização das atividades ofertadas, acessos, dentre outros.

**1. Infraestrutura e os aspectos arquitetônicos da edificação:** o edifício foi construído com estrutura metálica e para a vedação foram utilizados tijolos de adobe. O mercado, no decorrer dos anos passou por algumas reformas e ampliações, buscando se adequar ao número de feirantes e visitantes do local. Nestas ampliações encontramos o método construtivo

tradicional, laje-pilar-viga, vedação em blocos de concreto e com alguns elementos estruturais no concreto armado (Fig. 30).

Figura 30 - Mercado do Produtor de Varginha, aspectos construtivos e detalhes.



Fonte: A autora,2019.

**2. Plástica-estética:** o edifício possui duas fachadas, lateral direita e frontal, com sua forma de “caixote” apresenta uma arquitetura com elementos arquitetônicos simples e nada atrativos. A ventilação e iluminação natural não foram pensadas no projeto e não apresenta eficiência no edifício. Utilizando de elementos paliativos para aumentar essa existência, como tijolos vazados e iluminação artificial. É visível a preocupação com a funcionalidade (Fig. 31).

Figura 31 - Mercado do Produtor de Varginha, detalhes da fachada.



Fonte: A autora,2019.

**3. Setorização e organização das atividades:** com um público diversificado que oscila entre crianças, jovens e idosos, o mercado apresenta atividades comerciais que atendem a todos. Com produtos diversificados que passam desde de artigos artesanais, agrícolas, alimentícios, vestuários, vegetação até animais. Não há uma setorização por categorias e por isso encontramos produtos alimentícios do lado de animais, isso faz com que o ambiente apresentado passe uma ideia de desorganizado e pouco higiênico, com corredores sem demarcação. As bancas e boxes existentes suprem a necessidade dos feirantes e possibilitam a apresentação dos produtos comercializados aos usuários (Fig. 32).

Figura 32 - Barracas localizadas sem delimitações, com vendedores e consumidores no mesmo espaço.



Fonte: A autora, 2019.

**4. Acessos:** as vias que dão acesso ao mercado, são estreitas e movimentadas, o local não consta com um espaço específico para estacionamento e para essa função é utilizado um pequeno terreno aos fundos e na lateral da edificação. Na falta de um estacionamento privativo as ruas ficam tomadas de automóveis trazendo alguns transtornos ao trânsito local para os moradores e usuários (Fig. 33 e 34). No mercado encontramos dois acessos, o principal voltado para a avenida Doutor José Justiniano dos Reis e um acesso secundário lateralizado (fachada direita) com maior fluxo de pessoas, sendo esse acesso formado por uma rampa construída fora das normas de acessibilidade, dificultando assim o acesso a portadores de deficiências e idosos (Fig. 35).

Figuras 33 e 34 - Área adaptada para estacionamento, não suprem as necessidades do local.



Fonte: A autora,2019.

Figura 35 - Acesso secundário com rampa íngreme, fora das normas de acessibilidade.



Fonte: A autora,2019

## 6.2 Mercado Municipal de Paraguaçu

### 6.2.1 Contexto

O município de Paraguaçu está localizado no Sul de Minas, MG e foi fundado em 1790, com o nome de arraial de Nossa Senhora do Carmo, composto por 20.245 habitantes de acordo com o último IBGE (2010), conta uma densidade demográfica de 47,71 hab/km<sup>2</sup>, em uma área de 424,296 km<sup>2</sup>. Cidade pequena e do interior possui uma economia forte no setor agrícola, além de indústrias têxteis.

O Mercado Municipal de Paraguaçu está situado em uma área que teve início a sua urbanização nas décadas de 1940/50. Em janeiro de 1962 foi inaugurado o Mercado Municipal.

### 6.2.2 Análise do local

No dia 20 de outubro de 2019, no período da manhã, foi realizada visita técnica no Mercado Municipal de Paraguaçu, Minas Gerais, localizado na Praça Pedro Leite. O objetivo principal da visita consistiu em coletar dados sobre o funcionamento, a forma em que se apresenta, seus espaços e atividades, os acessos, e a relevância que o mesmo exerce na população local e nos comerciantes de uma cidade pequena. A visita foi realizada no domingo, dia em que acontece na proximidade do mercado a feira livre da cidade. Foram analisados alguns pontos específicos, como a infraestrutura e os aspectos arquitetônicos da edificação, atividades ofertadas e seu entorno.

**1. Infraestrutura e plástica-estética:** a edificação é formada por duas construções distintas e tem como acesso principal uma rua entre eles. A direita podemos observar o prédio em azul que abriga o terminal rodoviário da cidade e com alguns boxes de comércio, a esquerda o mercado propriamente dito. Construídos através do método construtivo tradicional, laje-pilar-viga e com alguns elementos estruturais no concreto armado. O mercado passou por algumas reformas nos últimos anos, na qual foi construída uma cobertura sobre a rua de acesso, realizada em estrutura metálica. A forma e estética dos edifícios transmitem a ideia dos mercados tradicionais apesar de pequeno, através das cores fortes e a utilização dos tijolos a vista, portas em aço com letreiros comerciais (Fig. 36).

Figura 36 - Mercado Municipal de Paraguaçu, fachada e estruturas.



Fonte: A autora,2019.

**2. Setorização e organização das atividades:** com um público diversificado o mercado oferece atividades que vão da feira livre com seus produtos hortifrutigranjeiros aos domingos aos boxes localizados dentro do mercado, na qual estes predominam os serviços alimentícios. Apesar de improvisado a feira se mostra organizada, formando um corredor ao centro para a passagem dos compradores, desta forma possibilita com que as bancas apresentem melhor seus produtos aos usuários. Os boxes localizados no mercado, esses passam uma ideia de pouco higiênico com animais as portas (Fig. 37).

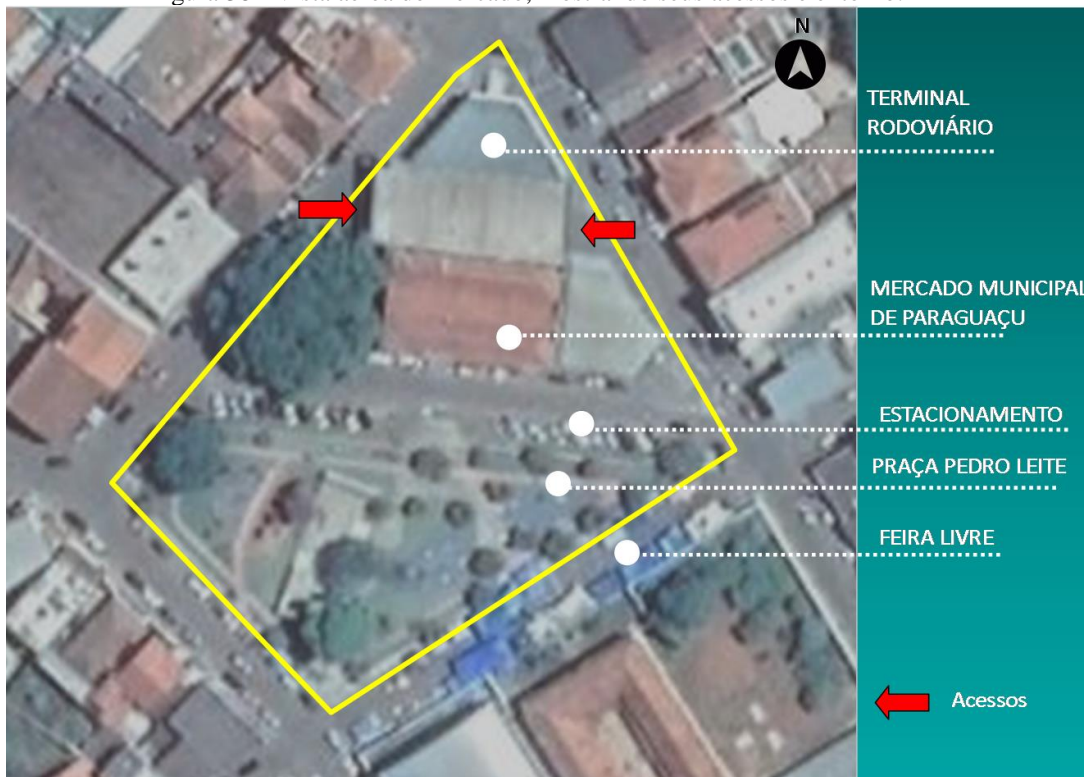
Figura 37 - Feira livre, aos domingos em rua paralela ao Mercado.



Fonte: A autora,2019.

**3. Acessos:** as vias que dão acesso ao mercado, são amplas e movimentadas, o local conta com um pequeno estacionamento paralelo aos edifícios, mas que é insuficiente nos dias de feira. Os acessos são formados principalmente pelas vias que circulam o edifício já que o mesmo apresenta um conceito aberto de construção (Fig. 38).

Figura 38 - Vista aérea do mercado, mostrando seus acessos e entorno.



Fonte: Google Maps adaptado pela autora, 2019

Ao analisar os dois mercados em questão, objetos de estudo nas visitas técnicas podemos observar como pontos diferenciais a implantação dos mesmos, cidades diferentes em aspectos e proporções, que oferecem aos seus usuários de maneira particular suas atividades comerciais. É possível constatar a influência comercial que exerce sobre os usuários e seus comerciantes, através de ambientes e organização espacial. As visitas possibilitaram um melhor entendimento sobre o funcionamento de um mercado, as diferenças que abrangem cada um de acordo com o número de atividades e usuários que o utilizam, tornando-se assim material de apoio e estudo para a elaboração deste trabalho.



FONTE: Portal Freepik

## **7 LEGISLAÇÃO PERTINENTE**



## 7 LEGISLAÇÃO PERTINENTE

O município não apresenta em seu código de obras algo que seja específico a este tipo de edificação, sendo assim, foi feita uma análise da norma existente com relação apenas aos edifícios comerciais, que nos traz um desenvolvimento de projeto sem recuos laterais, com taxa de ocupação de 100% e sem a exigência de estacionamentos. Com isso as pesquisas foram pautadas em análises das legislações estaduais e federais pertinentes ao tema.

### 7.1 Norma Brasileira ABNT NBR 9050- Acessibilidade à Edificações, Mobiliários, Espaços e Equipamentos urbanos (2015)

Foram respeitados os critérios e parâmetros técnicos estabelecidos pela norma a fim de serem aplicados quanto ao projeto, referente às condições de acessibilidade ao uso dos espaços utilizando dos princípios de Desenho Universal.

### 7.2 Legislação do corpo de bombeiros – Lei 14.130 (2001)

De acordo com a legislação do corpo de bombeiros a edificação enquadra-se no grupo C, o que significa que é uma edificação de uso comercial e como subgrupo C-2, com média e alta carga de incêndio (Quadro 01).

Tabela 02 - Classificação das edificações de acordo com a ocupação e ao uso.

C	Comercial	C-1	Comércio com baixa carga de incêndio	Armarinhos, artigos de metal, louças, artigos hospitalares e outros.
		C-2	Comércio com média e alta carga de incêndio	Edifícios de lojas de departamentos, magazines, galerias comerciais, supermercados em geral, mercados e outros.
		C-3	Shoppings centers	Centro de compras em geral, feiras permanentes, <i>shopping centers</i> e outros.

Fonte: ANEXO A – Exigências de segurança contra incêndio e pânico, 2014.

Além da classificação é relevante consultar as condições exigíveis de projeto, para circulação vertical e horizontal, saídas de emergência, simbologia de segurança, iluminação de emergência e sistema de hidrantes. A fim de uma melhor execução, com objetivo de se produzir uma edificação com espaços projetados para proporcionar fácil acesso ao meio externo, garantindo a integridade física da edificação e segurança dos usuários.

### 7.3 Legislação da Anvisa - Decreto Lei nº986 (1969)

O Decreto regulamenta normas básicas sobre a comercialização de alimentos, dispensando os considerados in natura de qualquer registro no órgão competente, mas exige

do local que será comercializado estes produtos, que o mesmo esteja licenciado e portando alvará de licenciamento, expedido através da vigilância sanitária estadual.



FONTE: Portal Freepik

+

# **8 DESENVOLVIMENTO PRÉ- PROJETO**

## 8 DESENVOLVIMENTO PRÉ-PROJETUAL

### 8.1 Programa de necessidades

O programa de necessidades foi desenvolvido através do estudo das funções e usos dos mercados públicos estudados juntamente com a necessidade da feira livre da cidade (Quadro 02). Todos os espaços foram criados como forma de incentivar os aspectos socioeconômicos do município juntamente com a sociabilidade urbana.

- **Área Comercial:** com boxes e bancas e espaços para exposição da cultura local e sanitários. Acessos amplos que se ramificam no interior do mercado em uma circulação dinâmica e funcional. Através de uma setorização que divide os produtos expostos de acordo com sua origem e consumo, sendo assim, teremos as áreas para hortifruti e quitandas, artesanatos e a área alimentícia (lanchonetes e cafeterias).
- **Área de Apoio:** áreas para abastecimento de água, carga e descarga, coleta de resíduos (recicláveis e orgânicos).
- **Área de Serviços:** localizadas no interior do mercado, formadas por salas administrativas que buscam o melhor funcionamento e organização da edificação.

Tabela 03 - Descrição do programa de necessidades.

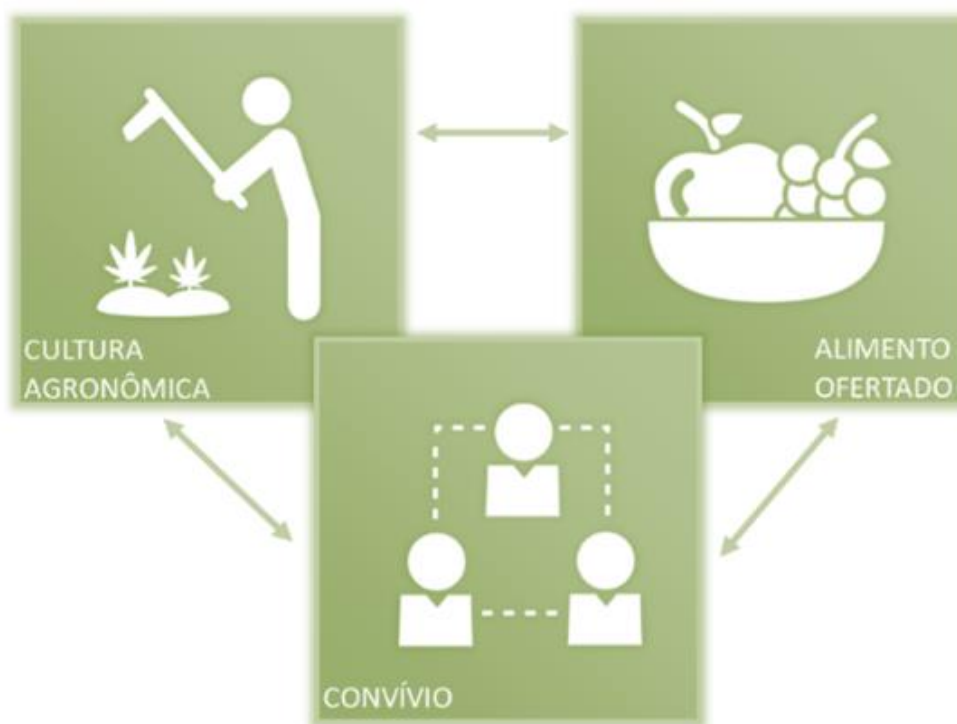
Espaço	Qt.	Descrição	Equipamentos	Usuários		Áreas(m <sup>2</sup> )
				Fixo	variável	
Estacionamentos		Veículos de usuários e trabalhadores locais.	15 vagas		15	176 m <sup>2</sup>
Espaço para exposição	1				1	70m <sup>2</sup>
Boxes	25	Espaço para comércio e artigos relacionados.	Balcão para exposição dos produtos.	25	2 por banca	375m <sup>2</sup>
Lanchonetes e Cafeterias	4	Espaços atrativos para alimentação.	Mesas, cadeiras, fogão, pia, depósito.	4	6	80m <sup>2</sup>
Sanitários	2	Sanitários masculino e feminino.	Mictórios, bacia sanitária, lavatórios, torneiras e porta papel e sabonete.		3 por tipo de sanitário	15m <sup>2</sup>
Local para descarga	2	Espaço para descarga de produtos.			2	20m <sup>2</sup>
Espaços de Apoio	2	Espaço destinado a armazenamento de materiais de limpeza, móveis e equipamentos.			2	20m <sup>2</sup>
Depósito de Rejeitos	1	Depósito para lixo orgânico.	Lixeiras apropriadas.		1	5m <sup>2</sup>
Depósito de lixo reciclável	1	Depósito para material reciclável.	Lixeiras e espaços adequados		1	5m <sup>2</sup>
Reservatório de água	1	Reservatório para água potável	Reservatório e bomba		1	20m <sup>2</sup>
Central de gás	1	Gás para as lanchonetes	Botijões e tubulações adequadas		1	5m <sup>2</sup>
Administração	2	Escritórios para administração do mercado	Computadores, mesas, armários, cadeiras.		2	10m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>						801m <sup>2</sup>
<b>Circulação + 10%</b>						881,10m <sup>2</sup>

Fonte: A autora, 2019.

## 8.2 Conceito

O conceito para essa proposta destaca a cultura agrônômica do município, o convívio e o alimento a ser ofertado, mediante a representatividade dos produtos produzidos e comercializados no comércio local, assim como a tradição no cultivo da goiaba (Fig.39). Fruta produzida há anos na cidade, que na última década vem ganhando cada vez mais notoriedade, através dos frutos e seus derivados, neste contexto o projeto busca provocar familiaridade e incentivar aos usuários o cultivo e consumo não só da goiaba, mas de todos os produtos produzidos e ofertados no mercado.

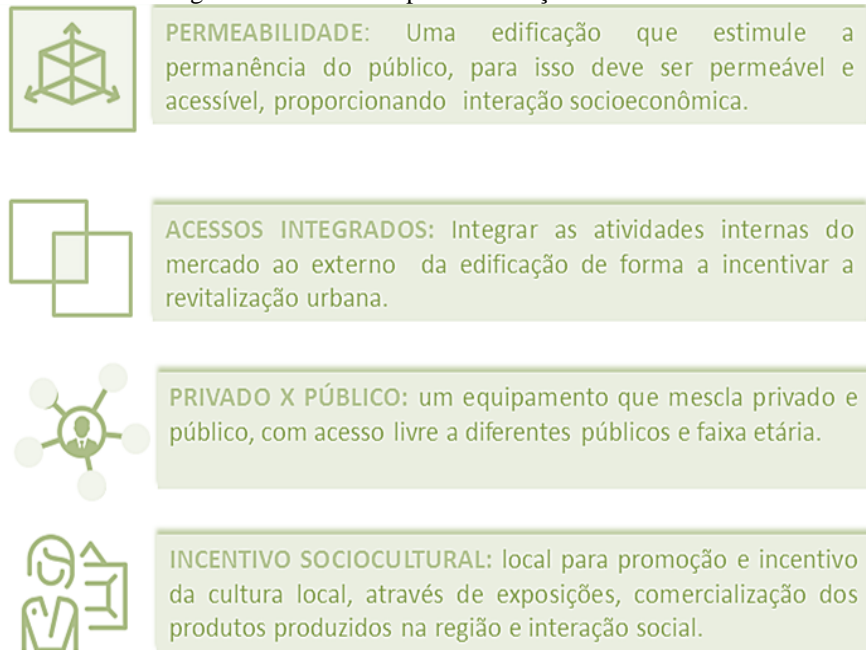
Figura 39 - Concepção do conceito.



Fonte: A autora, 2019.

As principais premissas do projeto são a elaboração de um espaço que funcione como um equipamento que se integre ao espaço urbano e crie uma conexão com todo o entorno, sendo assim um incentivo a apropriação do espaço público e a economia local, através de uma forma permeável que possibilite diferentes tipos de fluxos (Fig.40).

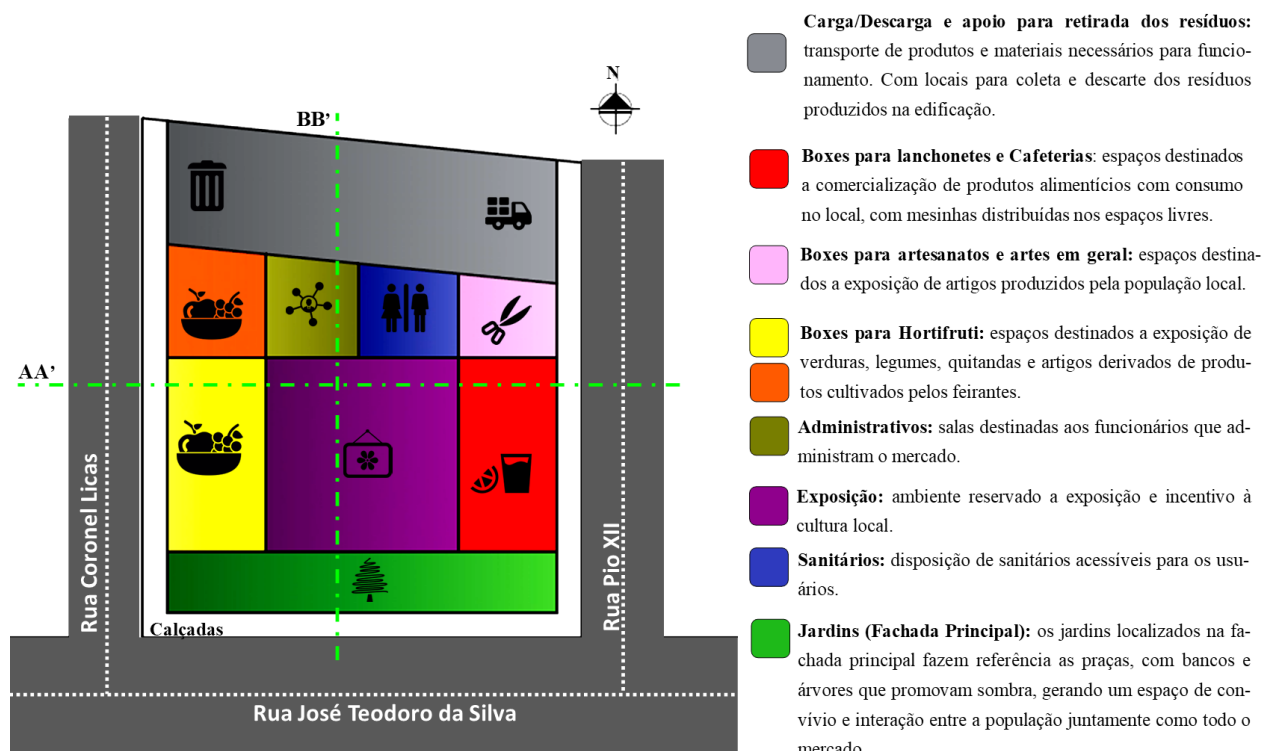
Figura 40 - Premissas para elaboração do conceito.



Fonte: A autora, 2019.

### 8.3 Setorização

Figura 41 - Setorização de acordo com as funções e atividades ofertadas.

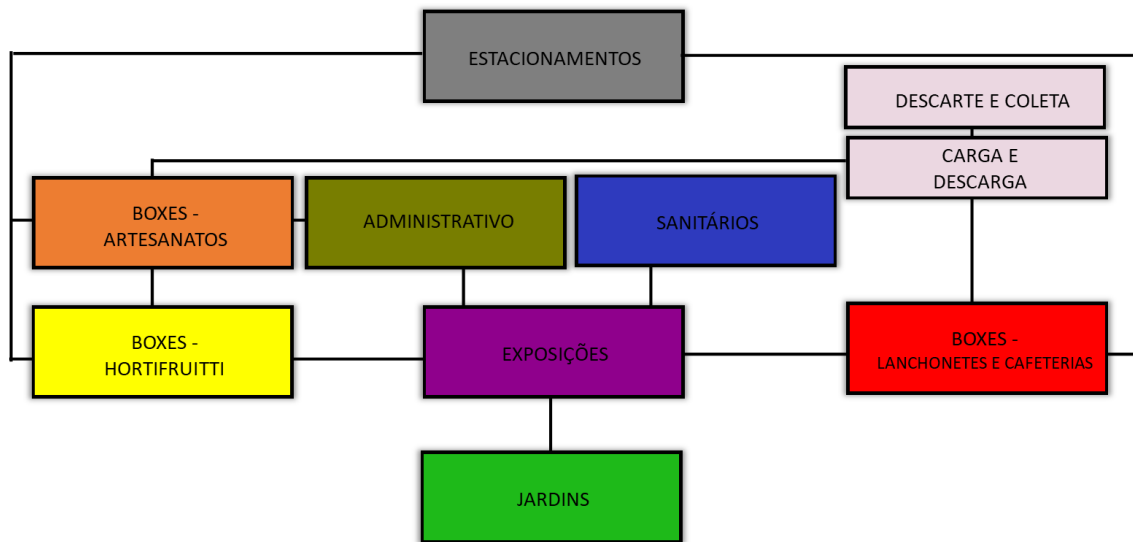


Fonte: A autora, 2019.

## 8.4 Organograma

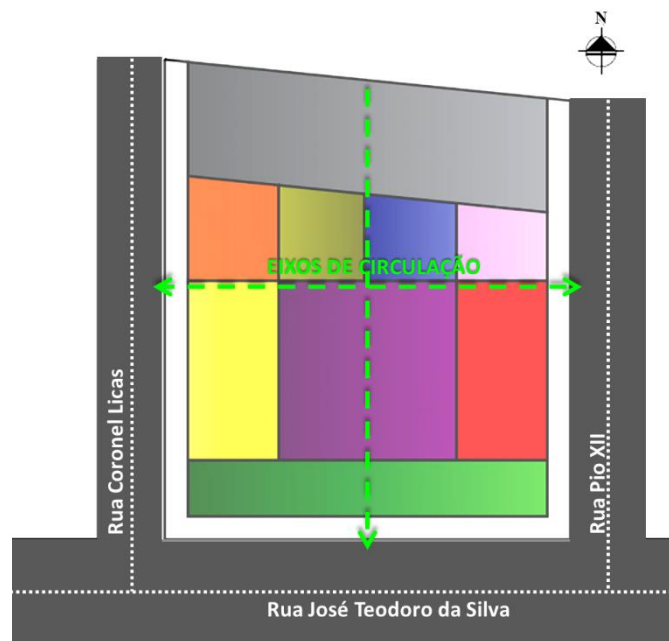
Estabelecido o programa de necessidades, usos e a primordialidade dos espaços, criou-se um organograma que apresenta uma conexão entre os ambientes e seu entorno (Fig. 43). A partir de acessos localizados nas vias paralelas ao terreno gera-se uma relação de integração da edificação com as mesmas, através de acessos que adentram a edificação e fazem parte da circulação interna do mercado (Fig.44).

Figura 42 - Organograma para o Mercado.



Fonte: A autora, 2019.

Figura 43 - Eixos de circulação, integração com as vias do sítio.

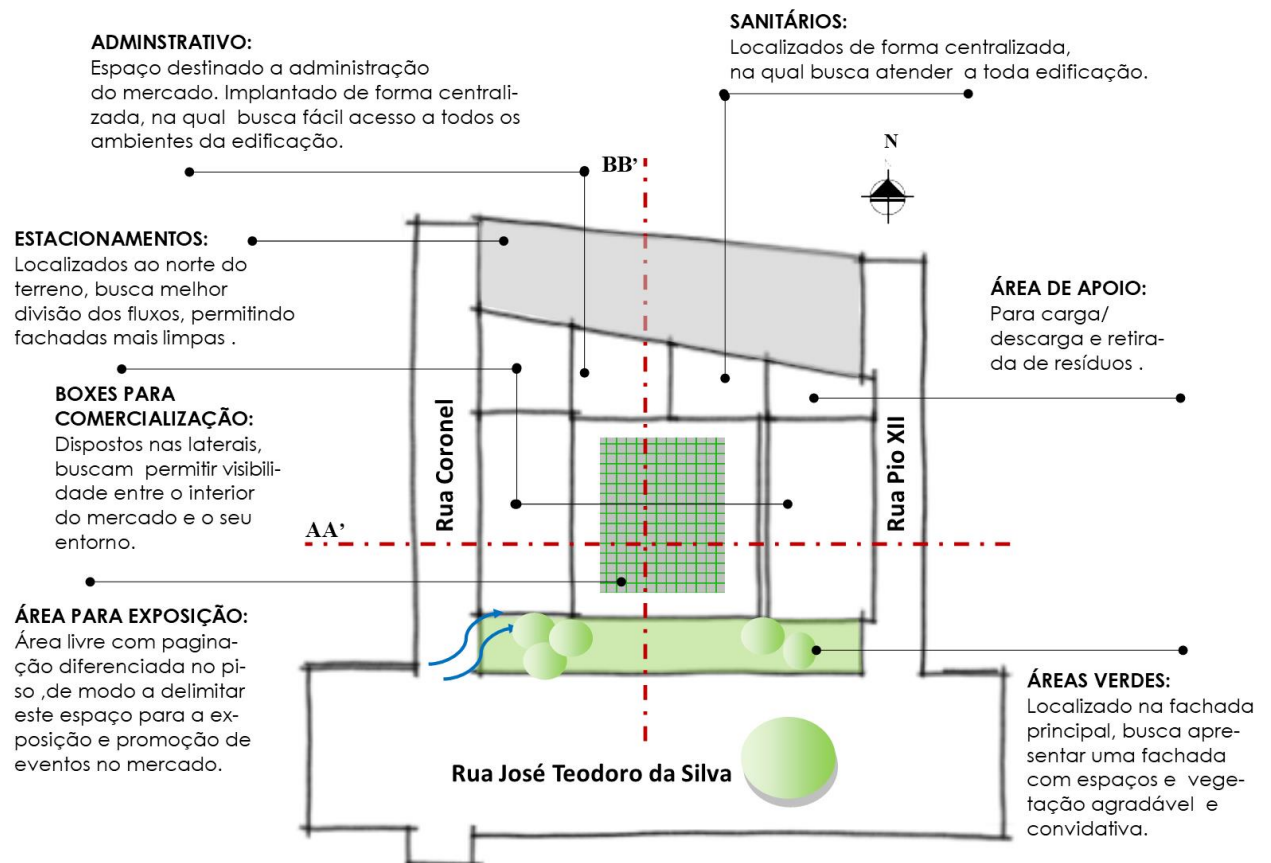


Fonte: A autora, 2019.

## 8.5 Partido

As análises identificaram todas as condicionantes do terreno e seu entorno quanto à insolação, ventilação predominante e vistas privilegiadas para desenvolver a implantação do projeto (Fig.45). Visando um ambiente que participe da rotina de todos que utilizam a área, a forma arquitetônica proposta busca proporcionar permeabilidade e conexão com o desenho urbano, permitindo assim um melhor fluxo e diversificação nas atividades ofertadas. As ruas paralelas Rua Coronel Licas e Pio XII formam os acessos laterais ao mercado e a fachada sul, à rua José Teodoro da Silva o acesso principal (Fig.46).

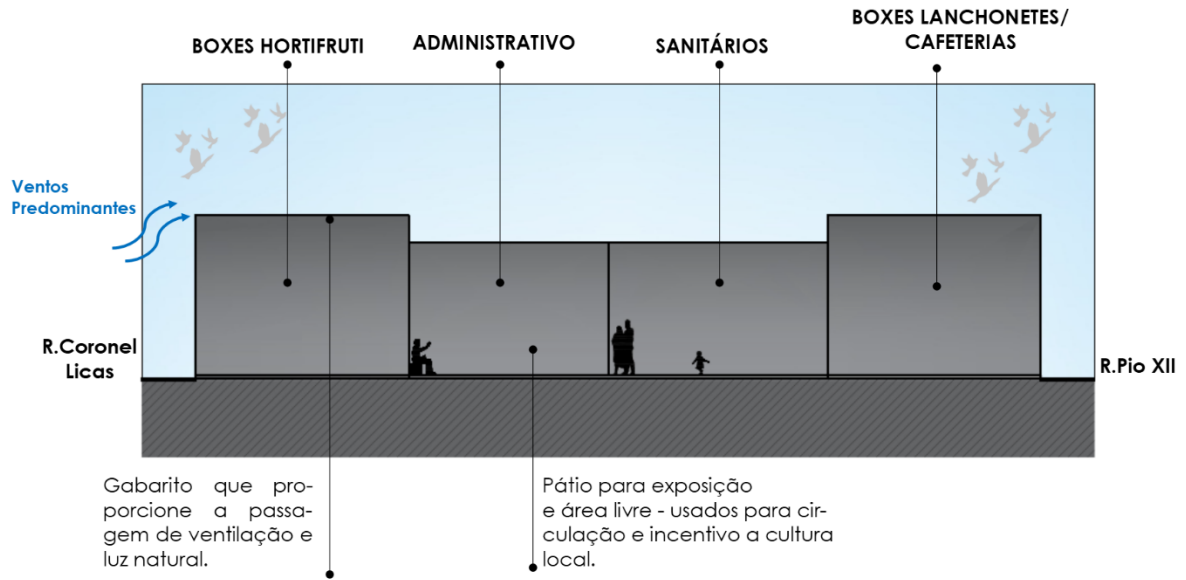
Figura 44 - Estudo de implantação de acordo com condicionantes analisadas



Fonte: A autora, 2019.



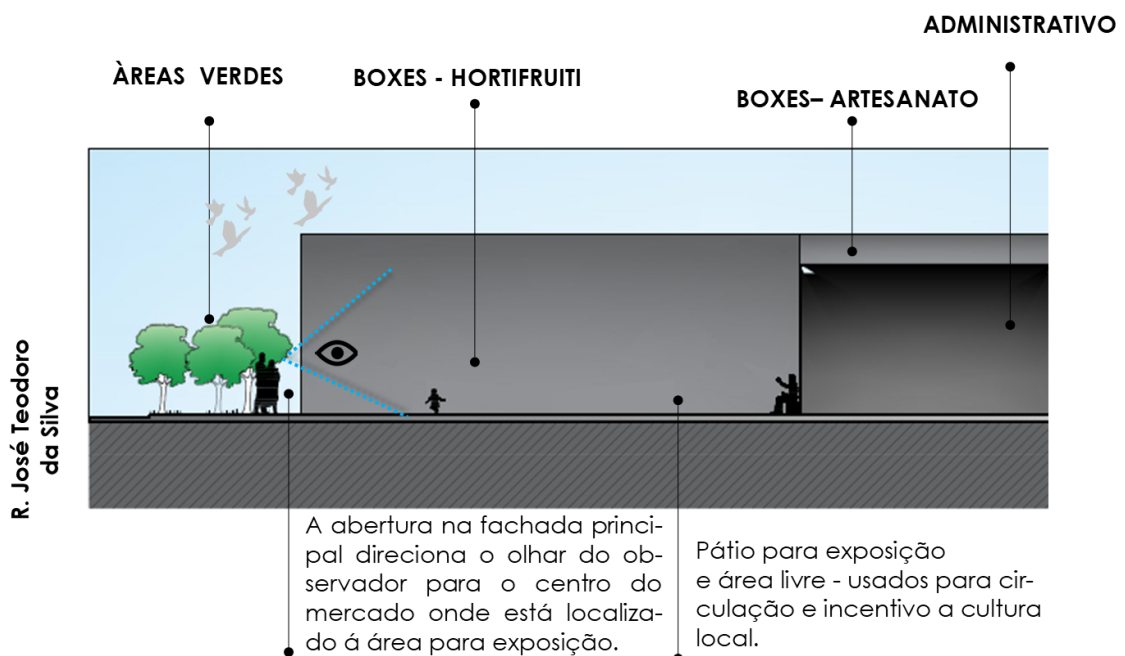
Figura 45 - Corte esquemático AA'



Fonte: A autora, 2019.

Os blocos foram dispostos de acordo com as atividades e serviços ofertados, a forma busca criar um espaço livre ao centro, na qual poderá ser utilizado para eventos, exposições e atividades em geral, de modo a proporcionar uma melhor dinâmica nos fluxos e funcionalidades. Os destinados a comercialização de produtos, apresentam suas faces direcionadas para o centro do mercado e para as vias que limitam o terreno, desta forma é possível visualizar o que está acontecendo dentro do mercado e na rua. Proporcionando uma forma permeável que se integra ao desenho urbano (Fig.47).

Figura 47 - Corte esquemático BB'



Fonte: A autora, 2019.

### 8.5.1 Solução estrutural

Para o partido arquitetônico foi definido como método construtivo a utilização de estruturas metálicas, devido aos grandes vãos e a forma buscada para a representação da cobertura, este método proporciona um melhor resultado para a plástica e estética do edifício, trazendo leveza além do conforto térmico, na qual resulta em uma melhor circulação do ar e entrada da luz natural.

### 8.5.2 Boxes

Os blocos destinados a comercialização dos produtos são formados por retângulos de 3x5m e permite visibilidade para via e para a fase interna do edifício, assim o cliente pode utilizar de duas opções para efetuar as suas compra e o expositor pode organizar melhor os seus produtos. Com estrutura em aço e drywall. Serão 25 boxes para comercialização de produtos cultivados e produzidos pela população local e 4 para lanchonetes e cafeterias.

## 8.6 Análises dos impactos

Tabela 04 - Descrição de impactos positivos e negativos através da implantação do projeto

Impactos	Negativos	Positivos
Urbanísticos	.	<b>Paisagem Urbana:</b> o local é constituído por em sua maioria por residências ao nível térreo. A edificação trará para o bairro um gabarito que segue a identidade do mesmo, proporcionando uma paisagem harmoniosa e equilibrada.
		<b>Tráfego:</b> como é típico em cidades pequenas, não existem pontos de conflitos e nem um trânsito conturbado. As vias de acesso ao mercado o circundam pelos três lados e distribui todo o fluxo para o restante da cidade.
Ambientais		<b>Equipamentos Urbanos:</b> O local possui equipamentos públicos de uso comum, intensificando assim a importância do mercado a ser construído. Contribuição para o patrimônio cultural do município.
		<b>Acessibilidade/Mobilidade:</b> O local escolhido para a implantação do mercado é centralizado em relação aos bairros existentes e próximo ao ponto de ponto de ônibus rural da cidade, tornando assim de fácil acesso.
	<b>Resíduos:</b> por se tratar de uma edificação que abrigará a comercialização de produtos perecíveis, encontramos na mesma a geração de lixos orgânicos e recicláveis, devendo esses serem descartados da maneira correta, através de coletas seletivas. Maior índice de impermeabilização.	<b>Clima Local:</b> O projeto contribuirá para a melhora na climatização, utilizando de paisagismo em áreas livres.
		<b>Sustentabilidade:</b> a utilização de materiais sustentáveis que promovam a preservação do meio ambiente. Utilização do sistema construtivo em perfis metálicos, resultando em menor geração de resíduos.  Incentivo a agricultura local.

Fonte: A autora, 2019.

### **8.7 Definição do público alvo**

Como público alvo apresentamos dois grupos, o primeiro ofertará os produtos de maneira a visar o lucro, através de hortifrutigranjeiros produzidos e cultivados na zona urbana e rural da cidade. Buscando assim um incentivo a agricultura familiar, despertando o potencial como pequeno empreendedor, através de um local para comercializar os seus produtos. O segundo setor é composto pelos clientes, famílias vargenses que buscam para suas casas produtos com boa qualidade, bom preço e um lugar eficiente que abrigue feirantes e consumidores de uma maneira setorizada e funcional.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através de um espaço que possibilite trocas culturais e resgate o sentido de convivência da sociedade local, a implantação de um equipamento público, neste caso um mercado, contribui para a convivência entre pessoas e traz para as cidades uma riqueza de possibilidades, com grande relevância no âmbito social e econômico. Além de ter um grande significado na paisagem urbana e identidade regional.

O projeto proposto busca atuar como um espaço que promova à sociabilidade e incentivo à cultura agrônômica da cidade, através de espaços para comercialização e interação, sendo assim gere através dessas atividades a apropriação e identificação do espaço público. As formas apresentadas buscam criar uma homogeneização com seu entorno e provoca deste modo familiarização com o ambiente proposto. que atenda às questões de conforto ambiental, e assim supra às necessidades da população.

A partir de diagnósticos, conclui-se que a proposta projetual para a criação de mercado público para a cidade de Santana da Vargem-MG a ser elaborada no TCC2, através de uma nova localização para a feira existente, que deve ser centralizada possibilitando fácil acesso e que busque atender às questões de conforto ambiental, além de suprir as necessidades e demandas da população. Com um programa de necessidades pertinente, atendendo às normas e legislações pré-estabelecidas e viabilizando a aplicação do conceito e partido escolhidos.

Por fim, o presente trabalho apresenta o mercado público como fonte de inúmeras atividades e incentivos aos seus usuários, tornando-se um ambiente democrático e que utiliza da arquitetura para positivamente alterar a cidade e seu entorno.

## 10 CRONOGRAMA TCC2

Tabela 05 - Cronograma

ATIVIDADES	Primeiro Semestre 2020				
	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho
1. Revisão Geral TCC I					
2. Estudo Preliminar					
3. Produção de Mapas do projeto					
4. Produção de peças gráficas esquemáticas					
5. Anteprojeto – peças gráficas técnicas					
6. Produção das pranchas de apresentação					
7. Defesa - TCCII					

Fonte: O autor, 2019.

## 11 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, Leticia Rameh. **Feira, lugar de cultura e educação popular**. In: Revista “Nova Atenas” de Educação Tecnológica. Volume 07, Número 02, jul/dez/2004.

ARCHDAILY, Portal. **Feira da Cidade**. 2014. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/623364/feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria>>. Acesso em: 15 out. 2019.

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: <[https://www.archdaily.com.br/br/897628/mercado-da-vila-aomo?ad\\_source=search&ad\\_medium=search\\_result\\_projects](https://www.archdaily.com.br/br/897628/mercado-da-vila-aomo?ad_source=search&ad_medium=search_result_projects)>. Acesso em: 26 out. 2019.

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.

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: <[http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3\\_cincci/032-ricardo-lobes.pdf](http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/032-ricardo-lobes.pdf)>. Acesso em: 08 out. 2019.

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

PAULO, Portal Cidade de São. **Mercado Municipal de São Paulo**. 2018. Disponível em: <<http://cidadedesao paulo.com/v2/atrativos/mercado-municipal/?lang=pt>>. Acesso em: 08 out. 2019.

PEREIRA, Matheus. **Mercado da Boca**. 2019. Disponível em: <[https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna?ad\\_source=search&ad\\_medium=search\\_result\\_projects](https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna?ad_source=search&ad_medium=search_result_projects)>. Acesso em: 26 out. 2019.

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

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.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos 9050**. 3 ed. Rio de Janeiro, 2015. 148 p. Disponível em: <https://bibliotecadigital.mdh.gov.br/jspui/bitstream/192/579/1/Acessibilidade%20a%20edificacao%20C3%A7%C3%B5es%20mobili%C3%A1rio%20C%20espa%C3%A7os%20e%20equipamentos%20urbanos%20%E2%80%93%20Norma%20ABNT%20NBR%20%20brasileira%209050.pdf>. Acesso em: 10 out. 2019.

**APÊNDICES**

A - Entrevista com usuários e feirantes da feira livre de Santana da Vargem

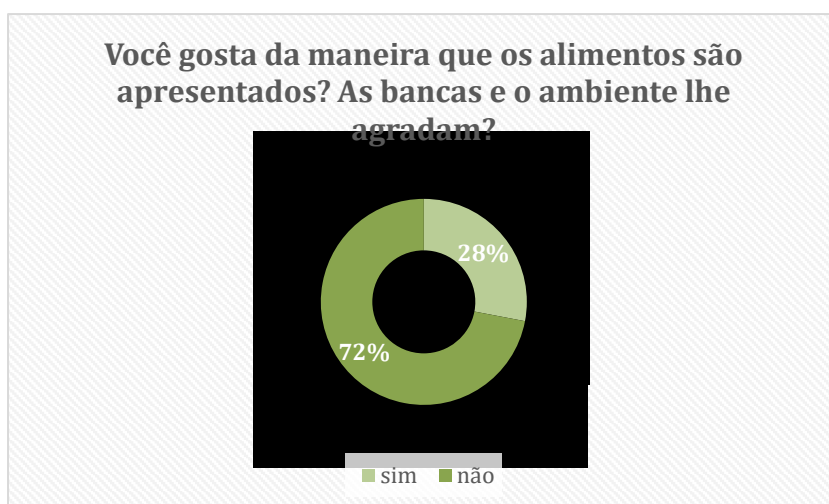
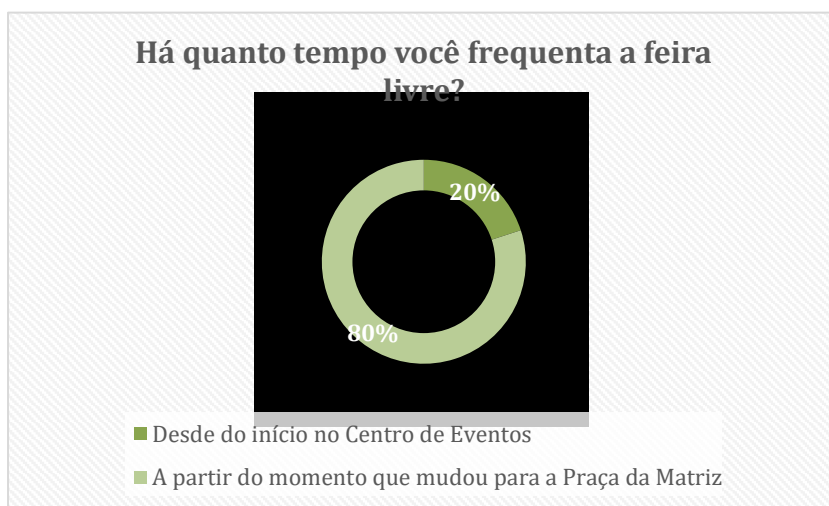
B - Planta de topografia

## APÊNDICE A

Gráficos que demonstram dados obtidos através de entrevista realizada com usuários e feirantes da feira livre de Santana da Vargem.

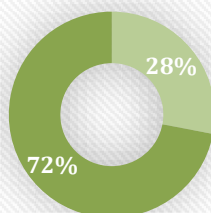
Data: 30/08/2019

### Entrevista com usuários:



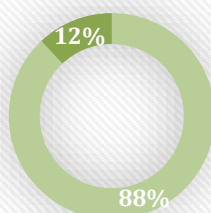


**Você gosta da maneira que os alimentos são apresentados? As barracas e o ambiente lhe agradam?**



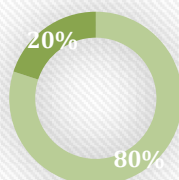
■ sim ■ não

**Você acha que a feira necessita de um espaço específico, para funcionar durante toda a semana?**



■ sim ■ não

**Além de ser um espaço para comercialização de produtos, você nota que a feira pode ser considerada um espaço para a interação entre a população?**



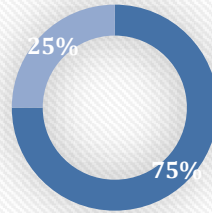
■ sim ■ não



**Entrevista com feirantes:**

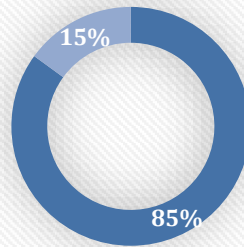


**Você acha que teria necessidade de um local onde a feira pudesse acontecer todos os dias?**

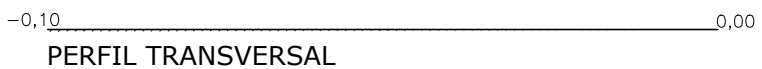
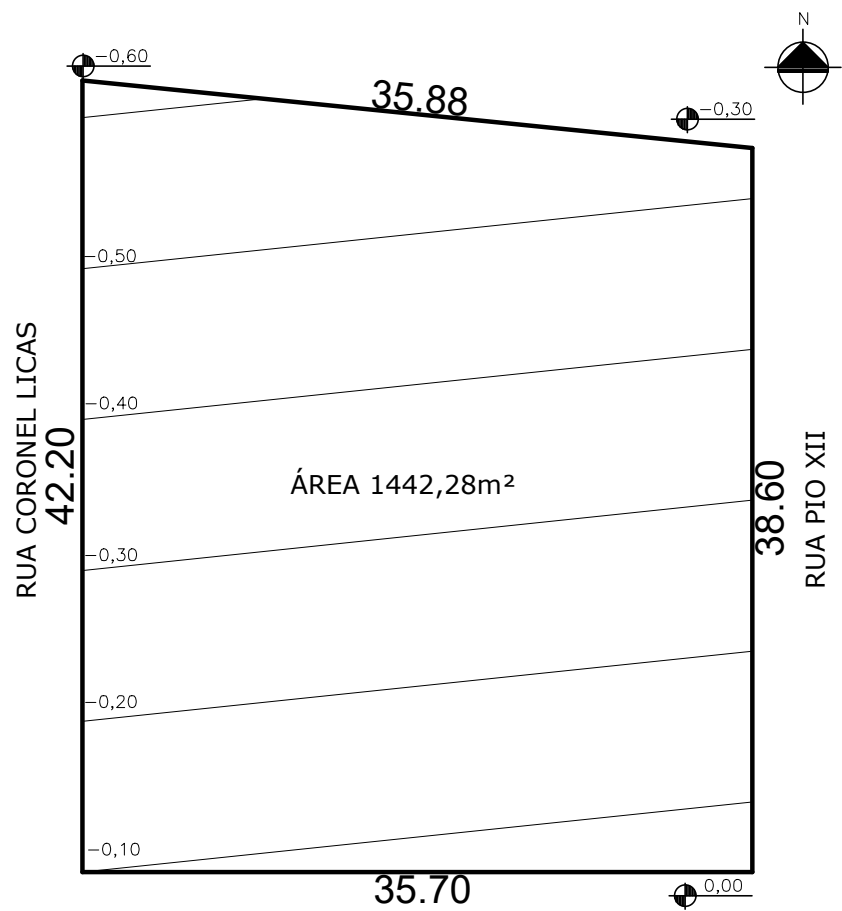


■ sim ■ não

**As bancas utilizadas conseguem atender as necessidades dos feirantes?**



■ sim ■ não



Aluna ENEIDA ELIAS NUNES  
 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I

Desenho  
 TOPOGRAFIA

Escala  
 1|400

Escala  
 ANEXO 01

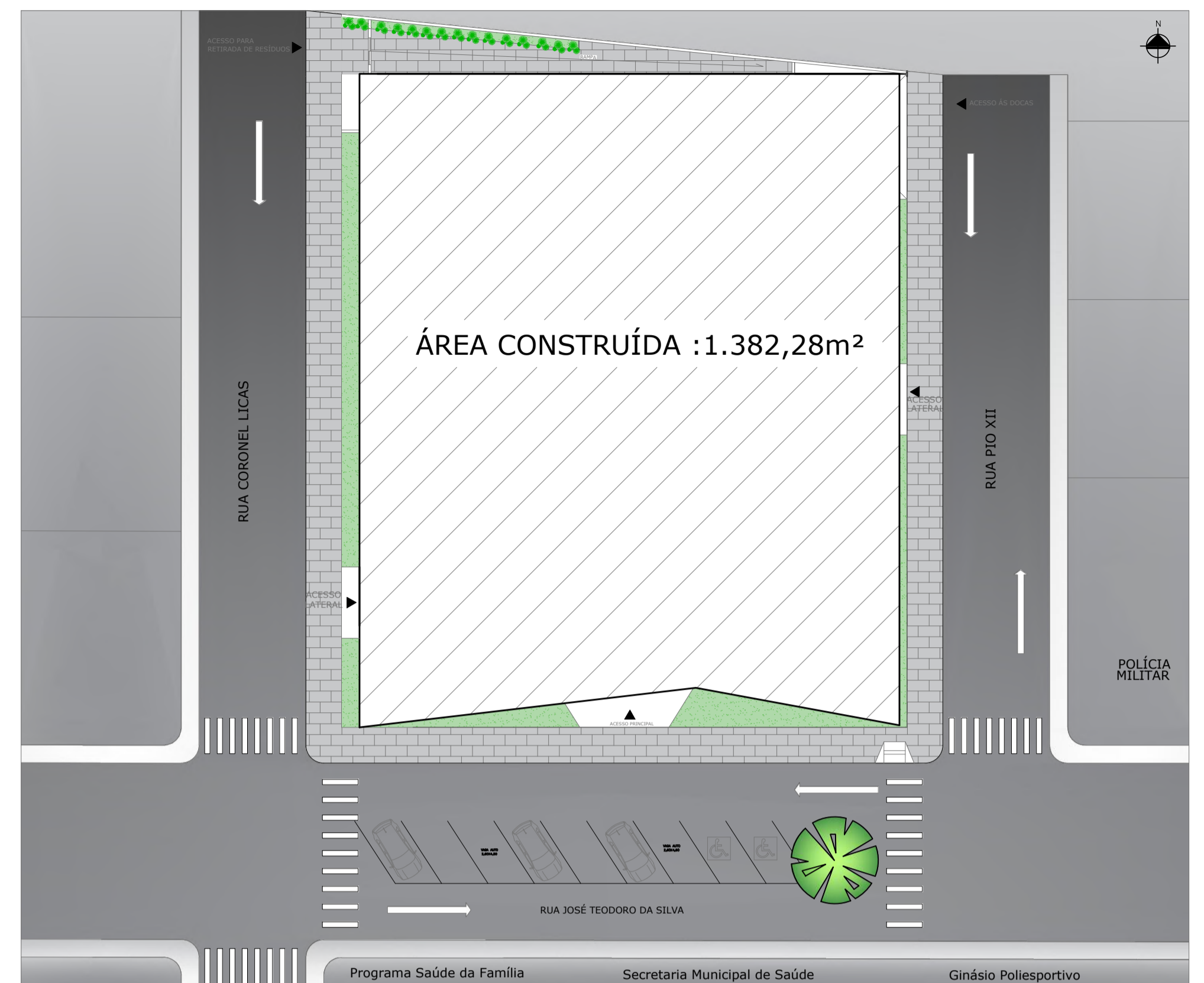
PRANCHA

01|01



PLANTA BAIXA - TÉRREO  
ESC. 1:100

ÁREA TÉRREO: 874m<sup>2</sup>



PLANTA DE SITUAÇÃO  
ESC. 1:250

Quadro de Esquadrias			
CÓD.	DIMENSÕES AxL	MATERIAL	ACIONAMENTO
01	1,50x2,10	2 Folhas em alumínio com detalhes vazados	Abrir
02	0,80x2,10	Porta corta fogo metálica	Abrir
03	0,80x2,10	Em madeira	Abrir
04	0,80x2,10	Em madeira	Abrir
05	0,80x1,80	Em alumínio	Abrir
06	2,15x2,20	2 Folhas em alumínio com detalhes vazados	Abrir
07	6,40x2,50	Portão em alumínio e madeira cortado a laser	Abrir
08	2,20x2,20	Perfil em alumínio 2 folhas fechamento em vidro	Abrir
CÓD.	DIMENSÕES AxL/Peitoril	MATERIAL	ACIONAMENTO
09	0,80x3,00/1,80	3 Folhas	Basculante
10	0,80x1,70/2,00	2 Folhas	Basculante
11	2,50x1,50/0,70	2 Folhas	Abrir

**JUSTIFICATIVA**

O desenvolvimento de uma proposta para a criação de um Mercado Público para o município de Santana da Vargem-MG, parte da escassez desse tipo de equipamento e da ausência de um espaço que incentive a vida urbana local, tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento do desenho urbano e trazer para a pequena cidade um espaço que unifica o comércio de produtos alimentícios e artesanais ao lazer, através da implantação de um equipamento igualitário com interações sociais, culturais e econômicas, de modo que o novo mercado não seja apenas um equipamento pontual, mas que seja inserido no tecido urbano de forma a integrar-se ao seu entorno e a rotina da cidade.

**CONCEITO**

O conceito destaca a cultura agrônoma do município, o convívio e o alimento a ser ofertado, mediante a representatividade dos produtos produzidos e comercializados no comércio local, assim como a tradição no cultivo da goiaba. Fruta produzida há anos na cidade, que na última década ganhou notoriedade, através dos frutos e seus derivados, neste contexto o projeto busca provocar familiaridade e incentivar aos usuários o cultivo e consumo dos produtos ofertados. As principais premissas do projeto são a elaboração de um espaço que funcione como um equipamento que se integre ao espaço urbano e crie uma conexão com o entorno, tornando-se um incentivo a apropriação do espaço público e a economia local, através de uma forma permeável que possibilite diferentes tipos de fluxos.

**PARTIDO**

As análises identificaram todas as condicionantes do terreno e seu entorno quanto à insolação, ventilação predominante e vistas privilegiadas para desenvolver a implantação do projeto. Visando um ambiente que participe da rotina de todos que utilizam a área, a forma arquitetônica proposta busca proporcionar permeabilidade e conexão com o desenho urbano, permitindo assim um melhor fluxo e diversificação nas atividades ofertadas.

As ruas paralelas, Rua Coronel Licas e Pio XII formam os acessos laterais ao mercado e fachada sul à rua José Teodoro da Silva o acesso principal. Os blocos foram dispostos de acordo com as atividades e serviços ofertados, a forma busca criar um espaço livre ao centro, no qual poderá ser utilizado para eventos, exposições e atividades em geral, de modo a proporcionar uma melhor dinâmica nos fluxos e funcionalidades. Os destinados a comercialização de produtos, apresentam suas faces direcionadas para o centro do mercado e para as vias que limitam o terreno, desta forma é possível visualizar o que está acontecendo dentro do mercado e na rua, proporcionando uma forma permeável que se integra ao desenho urbano.

UNIS - Centro Universitário do Sul de Minas | Varginha  
ARQUITETURA E URBANISMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aluna ENEIDA ELIAS NUNES

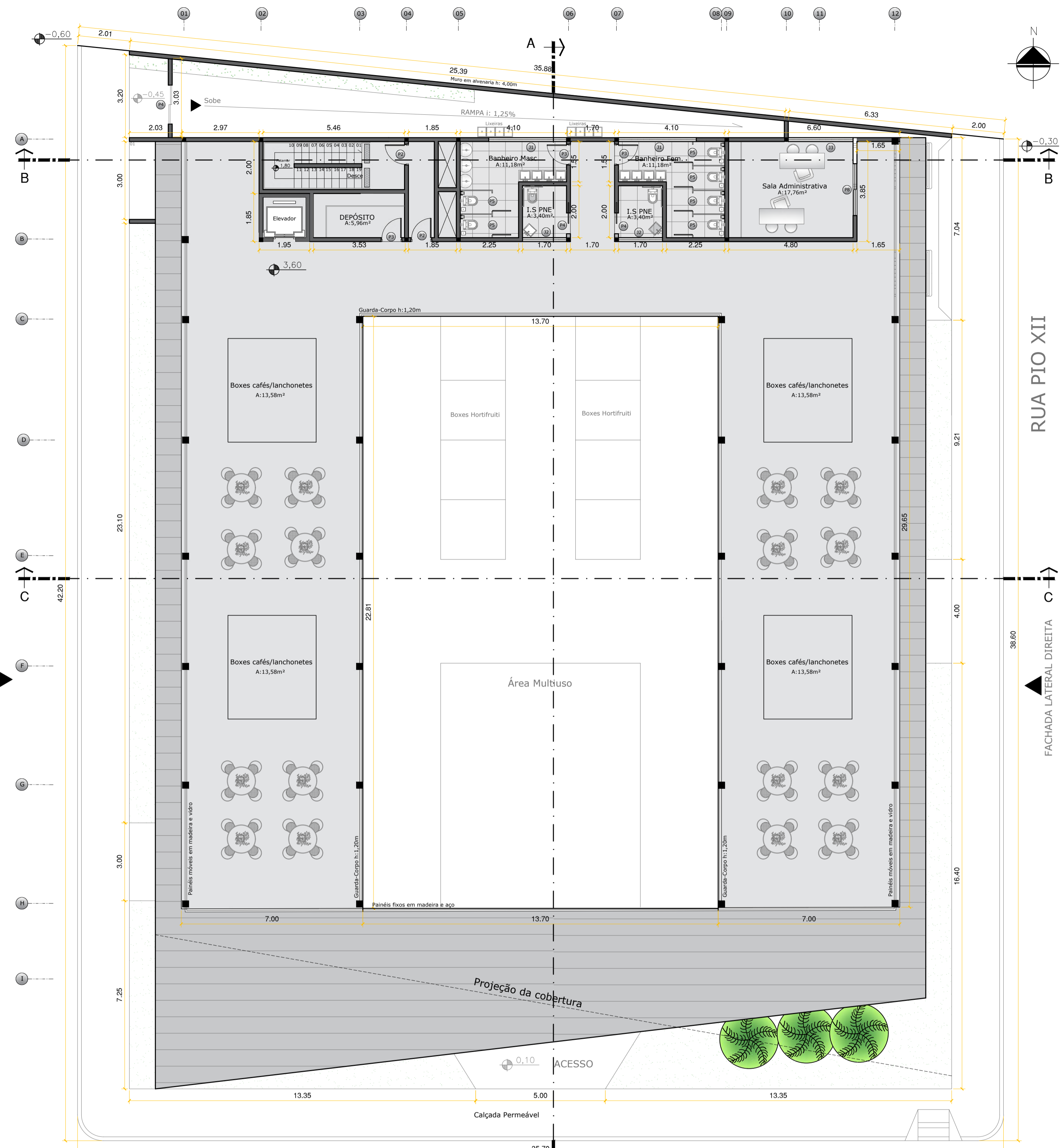
Orientador CHRISTIAN ROCHA

Mercado Municipal de Santana da Vargem

PLANTA BAIXA TÉRREO E PLANTA DE SITUAÇÃO

RUA CORONEL LICAS

FACHADA LATERAL ESQUERDA



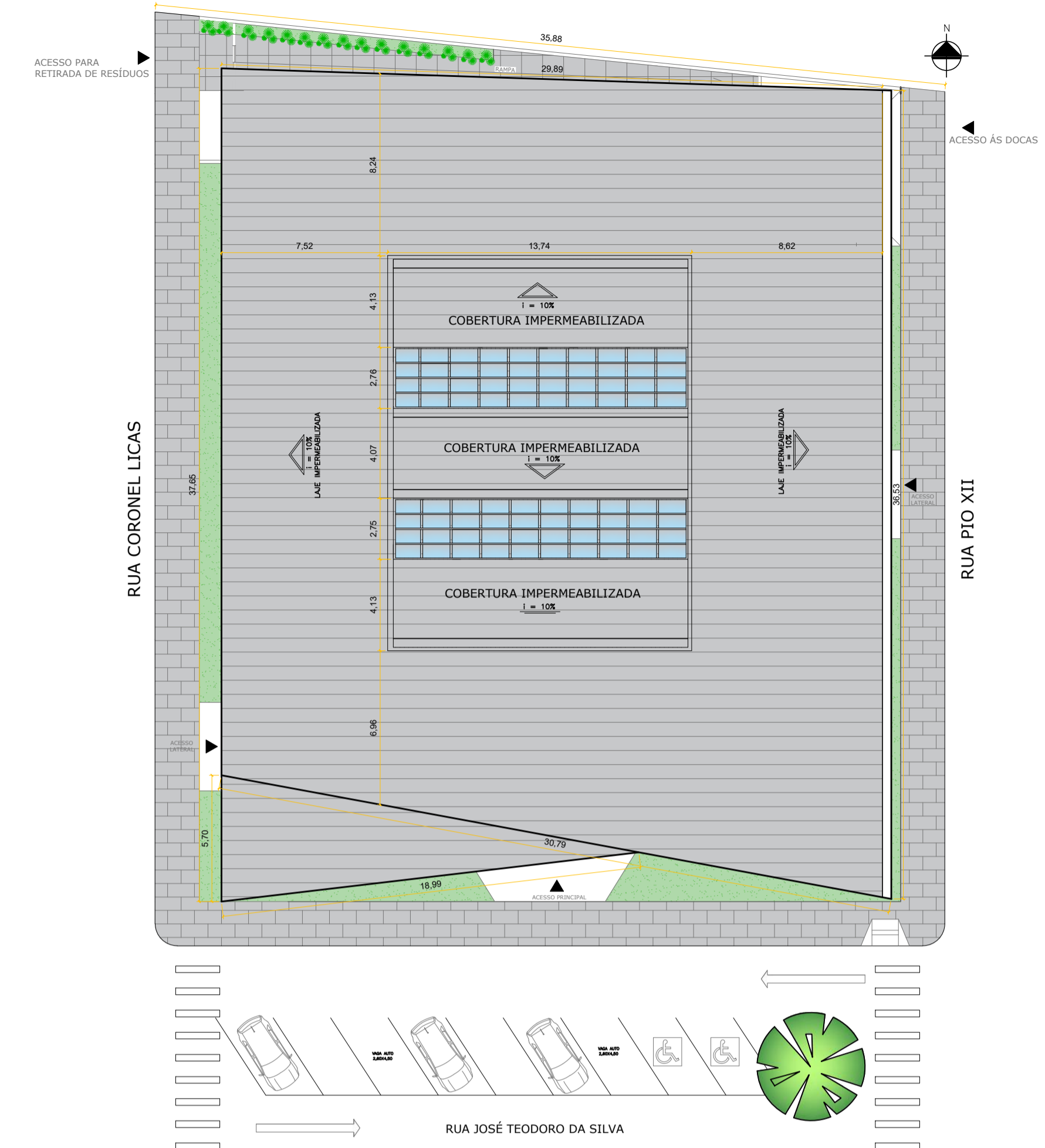
FACHADA FRONTAL A

RUA PIO XII

FACHADA LATERAL DIREITA

PLANTA BAIXA - 1º PAVIMENTO  
ESC. 1:100

ÁREA TÉRREO: 508,28m<sup>2</sup>



PLANTA DE IMPLANTAÇÃO E COBERTURA  
ESC. 1:200

ÁREA CONSTRUÍDA : 1.382,28m<sup>2</sup>

Quadro de Esquadrias			
CÓD.	DIMENSÕES AxL	MATERIAL	ACIONAMENTO
01	1,50x2,10	2 Folhas em alumínio com detalhes vazados	Abrir
02	0,80x2,10	Porta corta fogo metálica	Abrir
03	0,80x2,10	Em madeira	Abrir
04	0,80x2,10	Em madeira	Abrir
05	0,80x1,80	Em alumínio	Abrir
06	2,15x2,20	2 Folhas em alumínio com detalhes vazados	Abrir
07	6,40x2,50	Portão em alumínio e madeira cortado a laser	Abrir
08	2,20x2,20	Perfil em alumínio 2 folhas fechamento em vidro	Abrir
CÓD.	DIMENSÕES AxL/Peitoril	MATERIAL	ACIONAMENTO
09	0,80x3,00/1,80	3 Folhas	Basculante
10	0,80x1,70/2,00	2 Folhas	Basculante
11	2,50x1,50/0,70	2 Folhas	Abrir

**SOLUÇÃO ESTRUTURAL**  
Para a resolução e formação do partido arquitetônico foi definido como método construtivo a utilização de estruturas metálicas, com pilares revestidos em madeira e vigas com perfil "I", devido aos grandes vãos e a forma escolhida para a construção da cobertura, apresentada de duas maneiras: com lajes maciças nas partes em piso e coberturas de espaços menores e clarabóias ao centro do mercado, com formas retangulares em madeira e vidro, na qual contribuem para um jogo de luz e sombra.  
Para o fechamento da edificação foram utilizados painéis com trilhos em madeira e aço com h:3,50m no pavimento térreo e no pavimento superior painéis em madeira e esquadrias com vidros. Esses painéis apresentam elementos vazados com sistemas móveis e fixos em algumas partes do mercado, resultando assim em flexibilidade, visibilidade e ventilação. Desta maneira os métodos utilizados proporcionam um melhor resultado para a plástica e estética do edifício, apresentando leveza e conforto térmico.

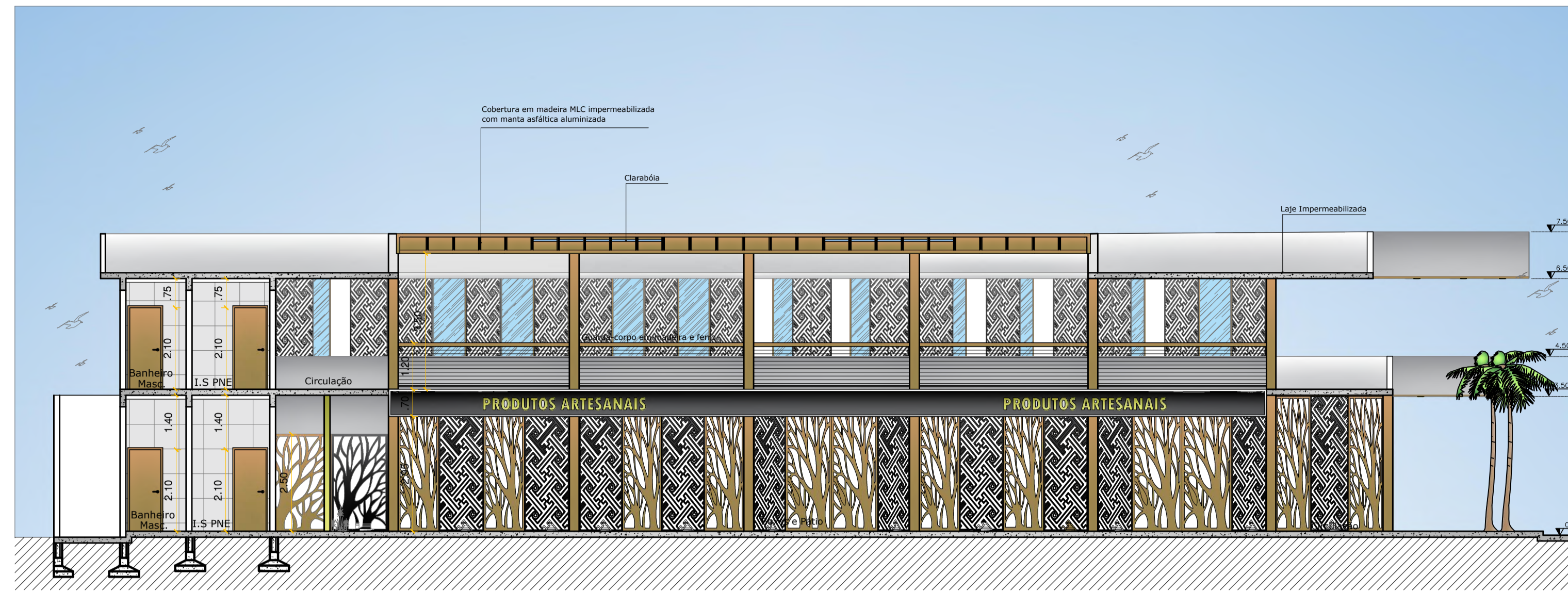
UNIS - Centro Universitário do Sul de Minas | Varginha  
ARQUITETURA E URBANISMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

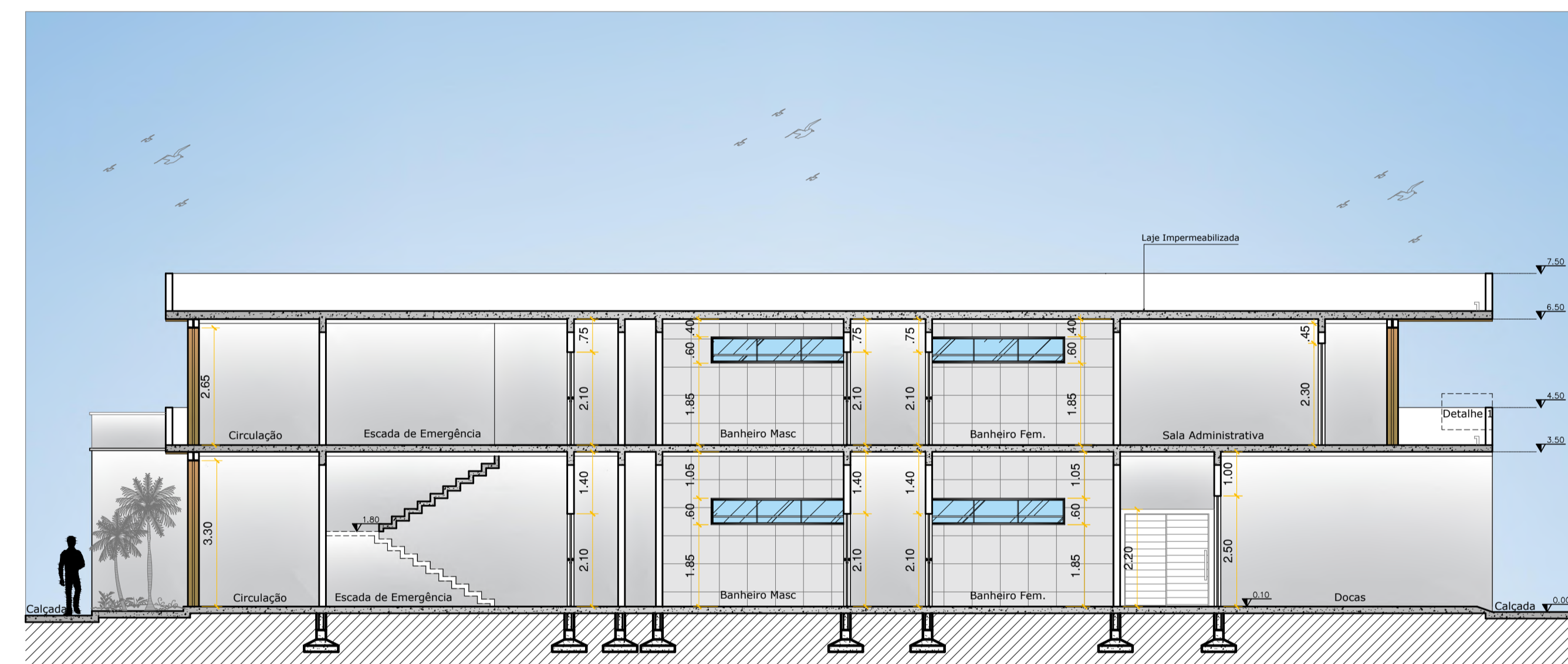
Aluna ENEIDA ELIAS NUNES  
Orientador CHRISTIAN ROCHA

Mercado Municipal de, Diagona da Vargem

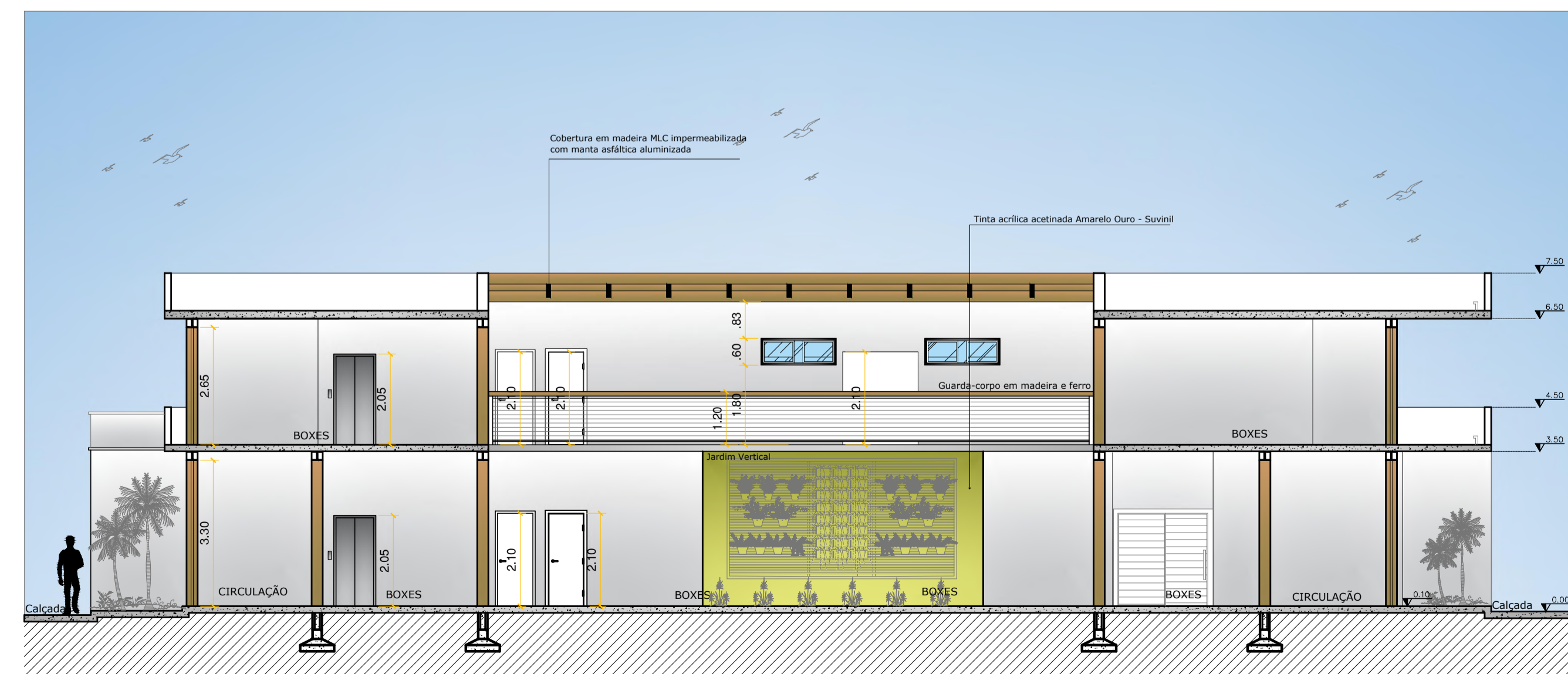
PLANTA BAIXA - PRIMEIRO PAV., DIAGRAMA DE COBERTURA E IMPLANTAÇÃO INDICADAS



**CORTE A-A**  
ESC. 1:100



**CORTE B-B**  
ESC. 1:100



**CORTE C-C**  
ESC. 1:100

**Perspectivas Internas**

Vista do primeiro pavimento para a parte central do Mercado



Área de bancas para alimentação



Circulação lateral esquerda e bancas



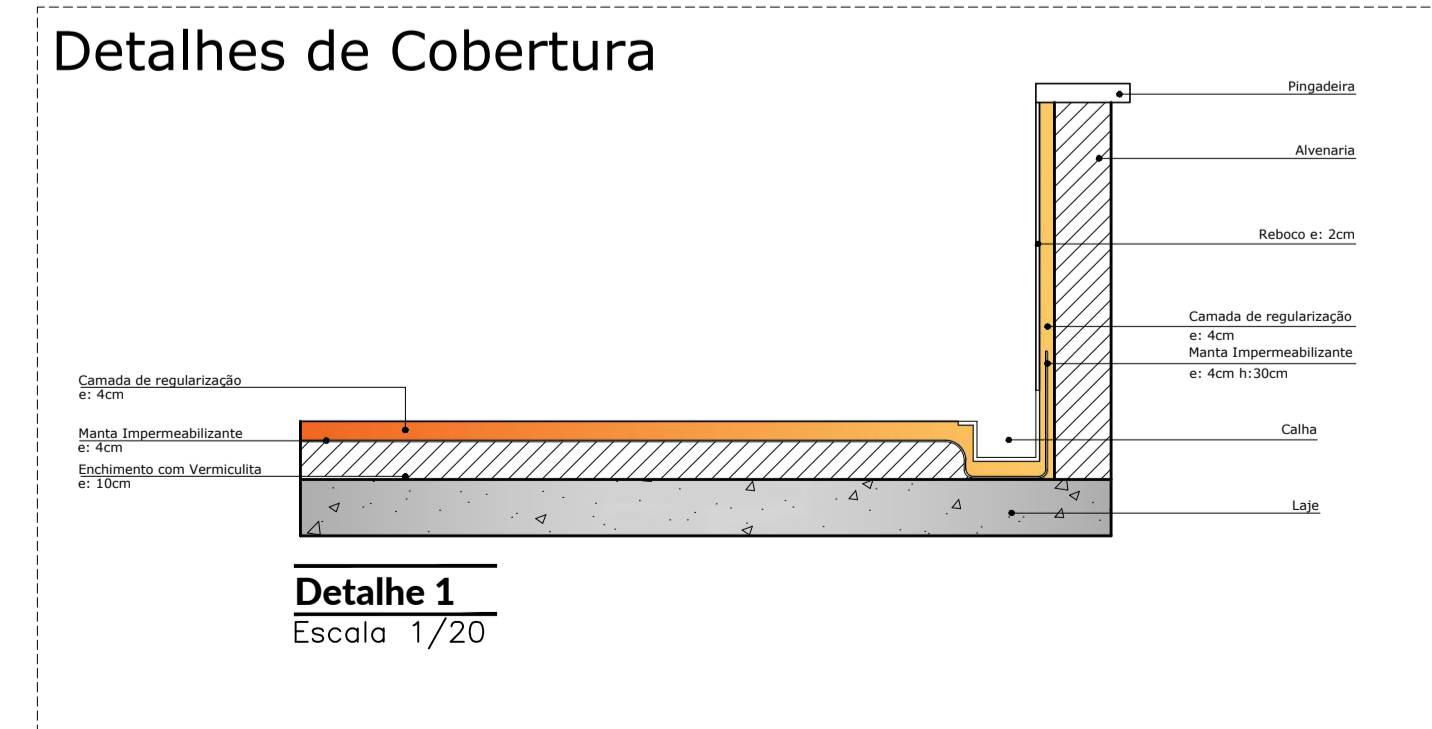
Bancas no pátio central do Mercado



Boxes no pátio central do Mercado



**Detalhes de Cobertura**



**UNIS - Centro Universitário do Sul de Minas | Varginha**  
**ARQUITETURA E URBANISMO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aluna ENEIDA ELIAS NUNES

Orientador CHRISTIAN ROCHA

Mercado Municipal de Santana da Vargem

Descrição  
Cortes, perspectivas e Detalhamento

Escala  
INDICADAS

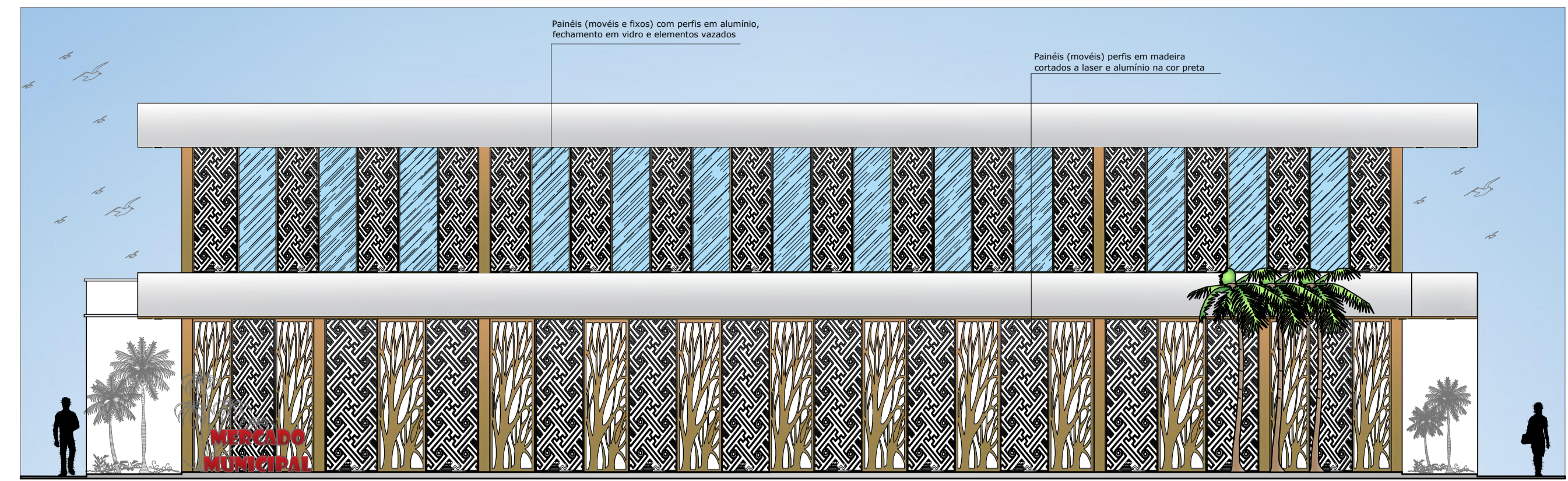
Fachada Frontal



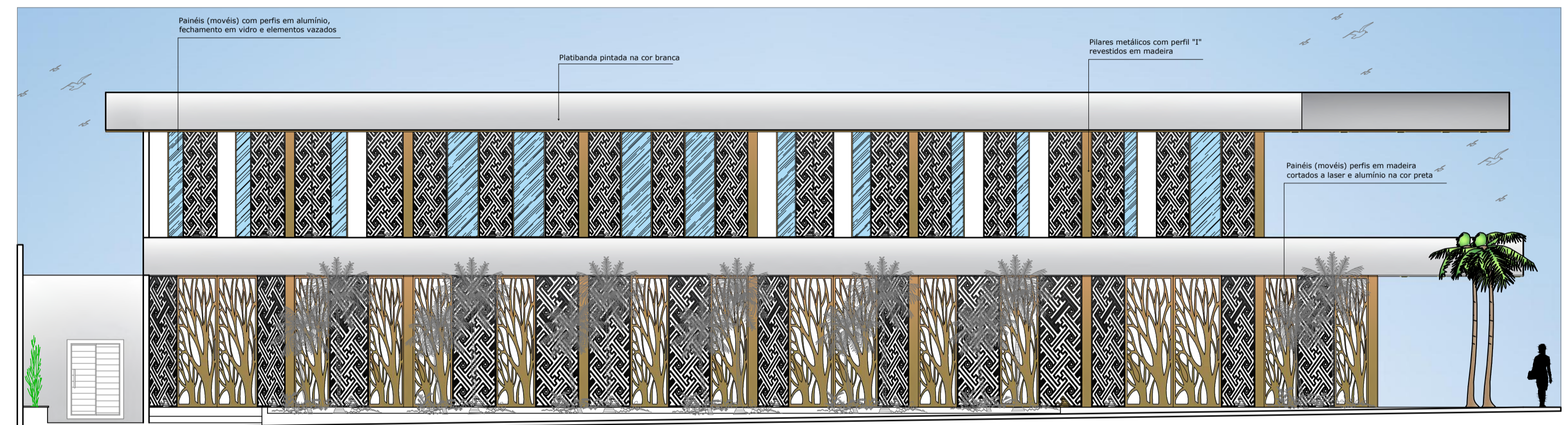
Fachada lateral direita



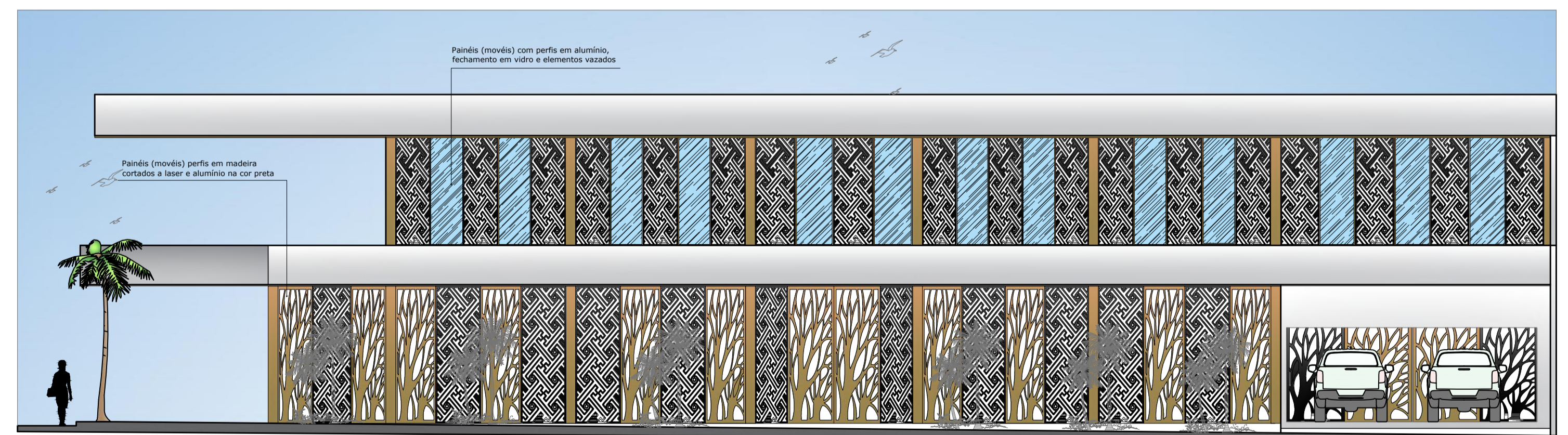
Fachada lateral esquerda



ELEVAÇÃO FRONTAL  
ESC. 1:100



ELEVAÇÃO ESQUERDA  
ESC. 1:100



ELEVAÇÃO DIREITA  
ESC. 1:100

UNIS - Centro Universitário do Sul de Minas | Varginha  
ARQUITETURA E URBANISMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aluna ENEIDA ELIAS NUNES

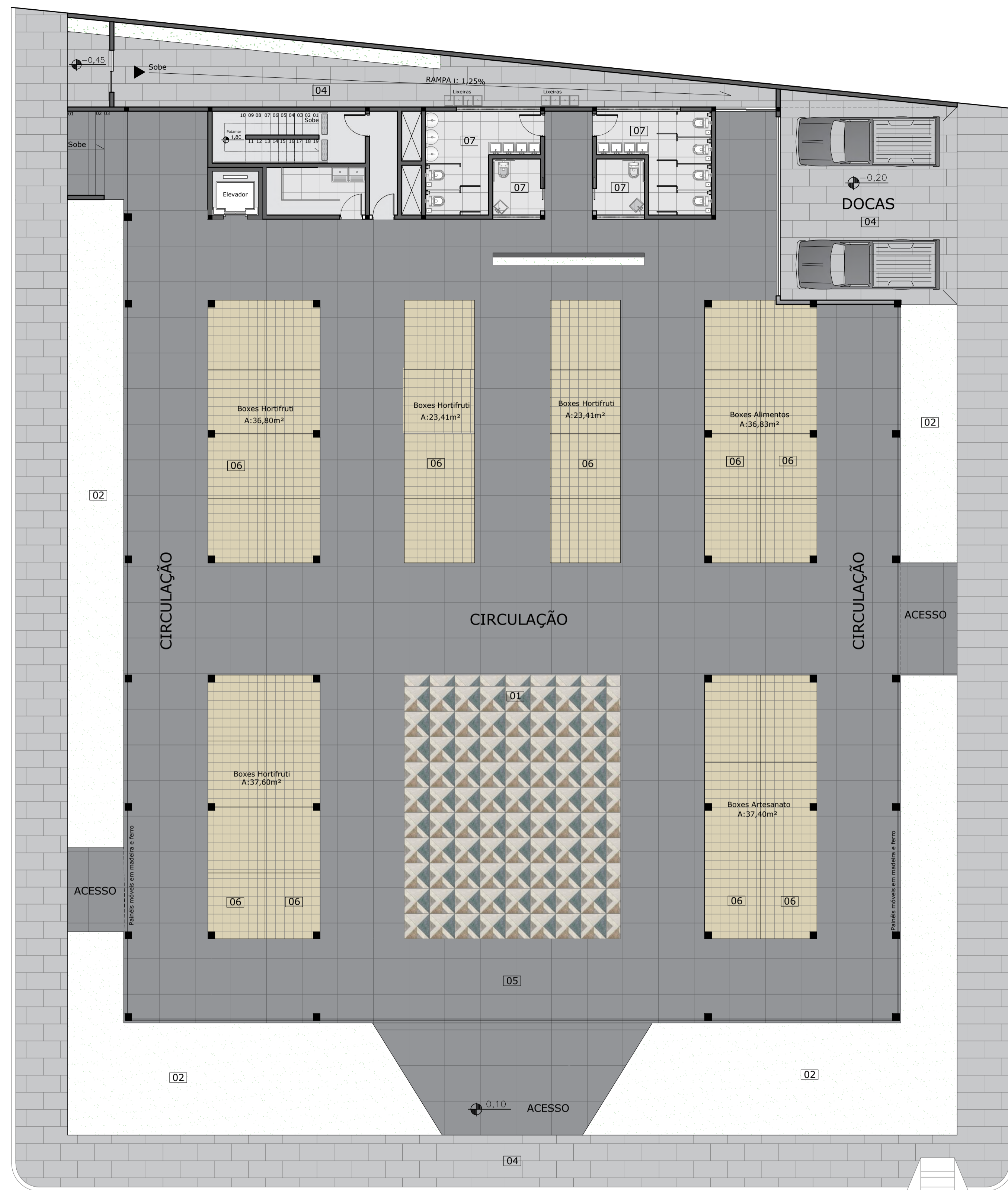
Orientador CHRISTIAN ROCHA

Descrição Mercado Municipal de Santana da Vargem

Perspectivas e Elevações

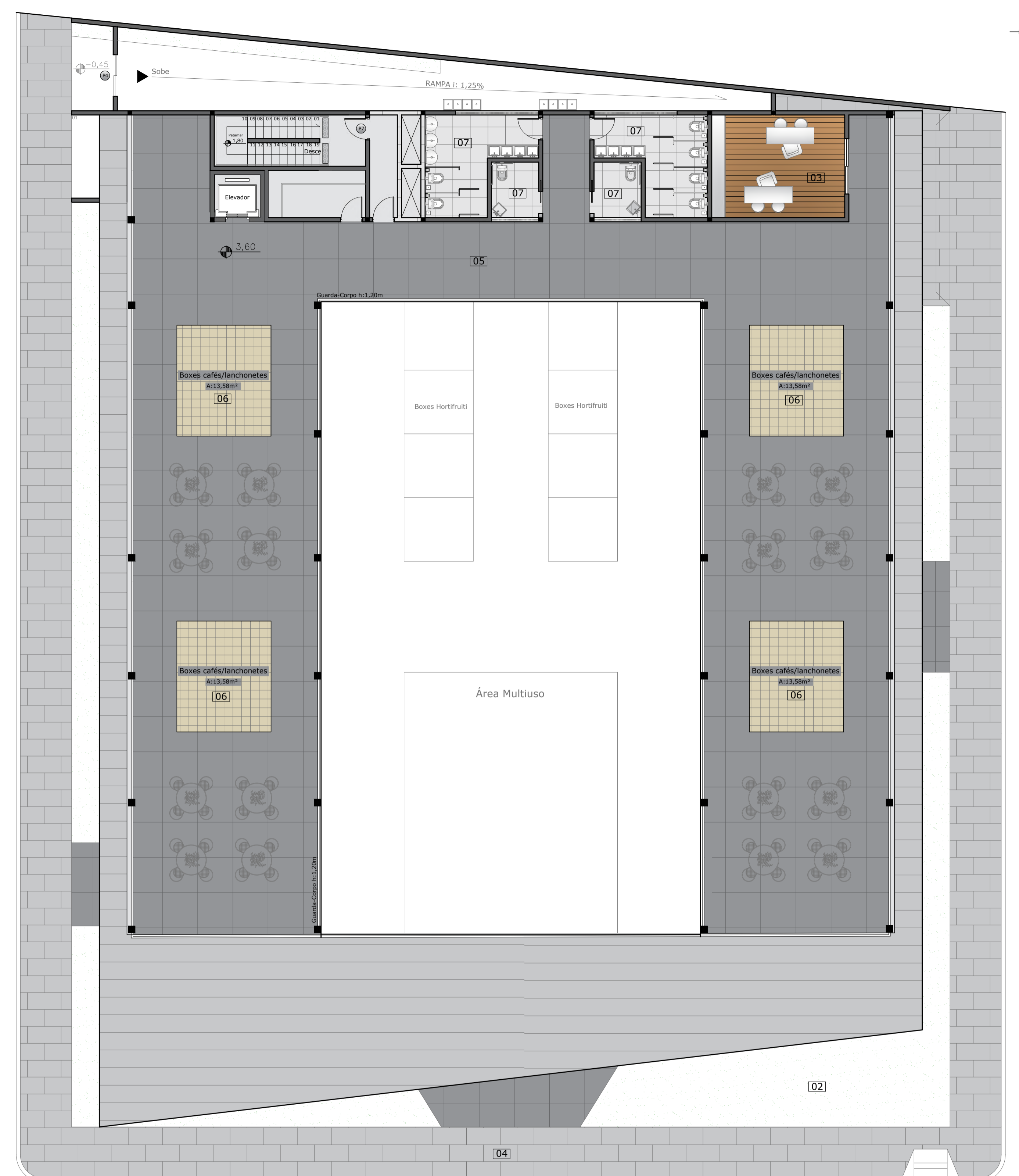
Escala INDICADAS





PAGINAÇÃO DE PISOS - TÉRREO  
ESC. 1:100

CÓD.	LEGENDA	ESPECIFICAÇÃO
01		Ladrilho
02		Jardim - implantação de paisagismo
03		Piso vinílico
04		Piso cimentício intertravado permeável
05		Piso acetinado cimento queimado
06		Piso bege acetinado antiderrapante
07		Porcelanato cinza acetinado antiderrapante



PAGINAÇÃO DE PISOS - 1º PAVIMENTO  
ESC. 1:100

**UNIS - Centro Universitário do Sul de Minas | Varginha**  
**ARQUITETURA E URBANISMO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

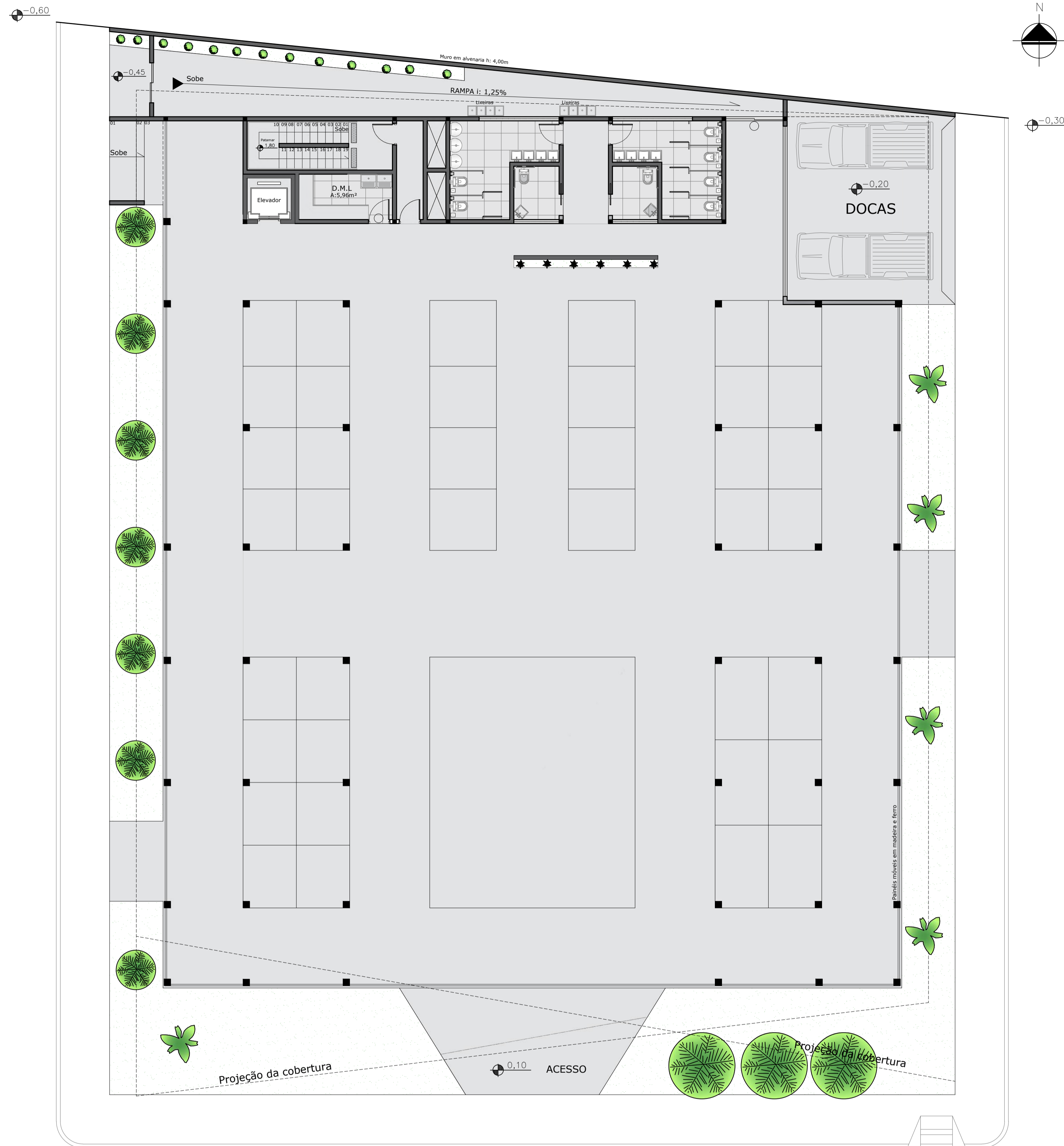
Aluna ENEIDA ELIAS NUNES

Orientador CHRISTIAN ROCHA

Descrição Mercado Municipal de Santana da Vargem

PLANTAS DE PAGINAÇÃO TÉRREO E PRIMEIRO PAV.

Escala INDICADAS



QUADRO DE ESPÉCIES			
ID.	ESPÉCIE	Quantidade	IMAGEM
	Nome Popular: Grama Esmeralda Porte: menor 0,30m Luminosidade: sol pleno	200m <sup>2</sup>	
	Nome Popular: Palmeira do Mediterrâneo Porte: de 3 a 4 metros Luminosidade: sol pleno	7 Unidades	
	Nome Popular: Areca Bambu Porte: de 3 a 4,70metros Luminosidade: sol pleno	4 Unidades	
	Nome Popular: Palmeira Rabo de Raposa Porte: de 6 a 9 metros Luminosidade: sol pleno	3 Unidades	
	Nome Popular: Sibiruna Porte: acima de 12 metros Luminosidade: sol pleno	1 Unidade Planta já existente	
	Nome Popular: Hemerocale Porte: 0,6 a 0,9m Luminosidade: sol pleno	6 Unidades	
	Nome Popular: Dracena Porte: de 0,90 a 1,20 metros Luminosidade: sol pleno	13 Unidades	

**VEGETAÇÃO**  
A vegetação foi direcionada de modo a promover sombra e conforto térmico nas fachadas com maior insolação (leste e oeste).



PLANTA DE PAISAGISMO  
ESC. 1:100

UNIS - Centro Universitário do Sul de Minas | Varginha  
ARQUITETURA E URBANISMO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aluna ENEIDA ELIAS NUNES

Orientador CHRISTIAN ROCHA

Mercado Municipal de Santana da Vargem

Descrição  
PLANTA DE PAISAGISMO

Escola  
INDICADAS

06/06