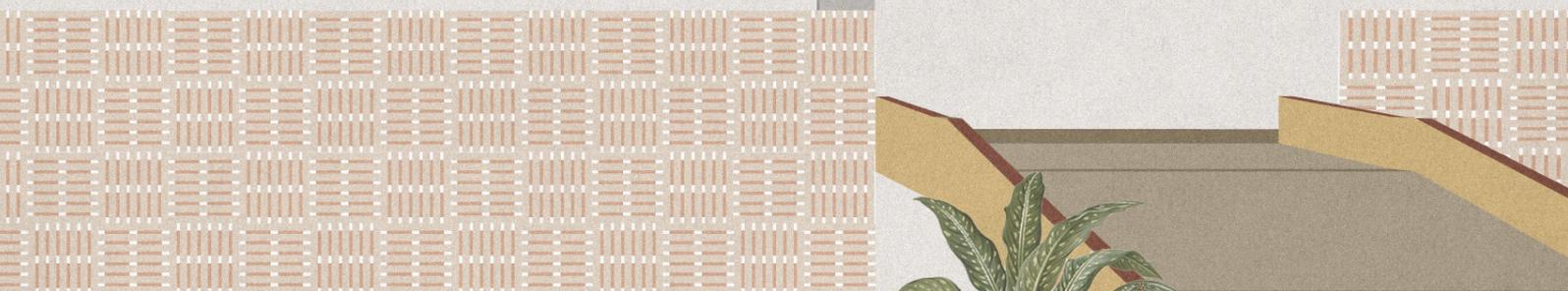
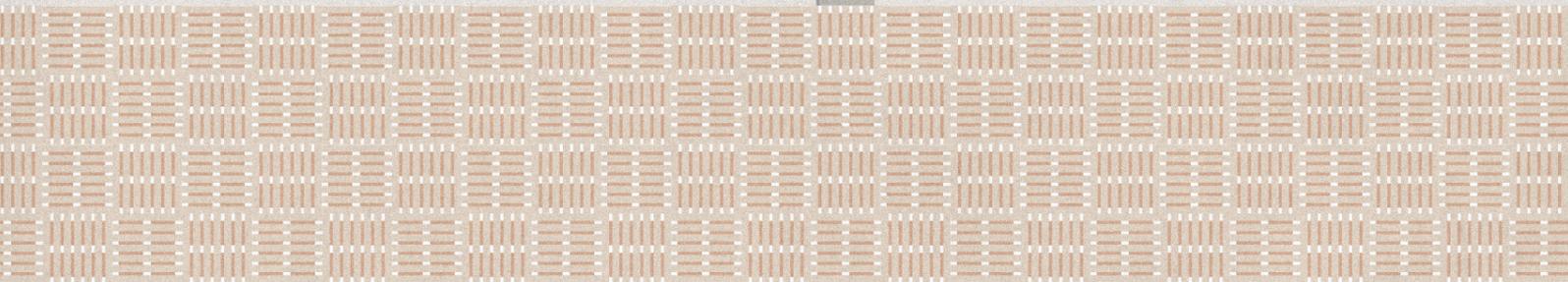
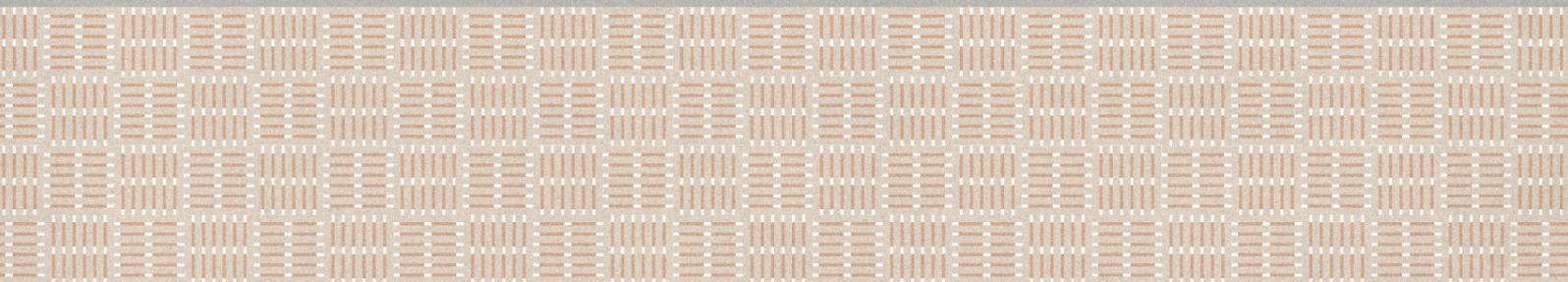
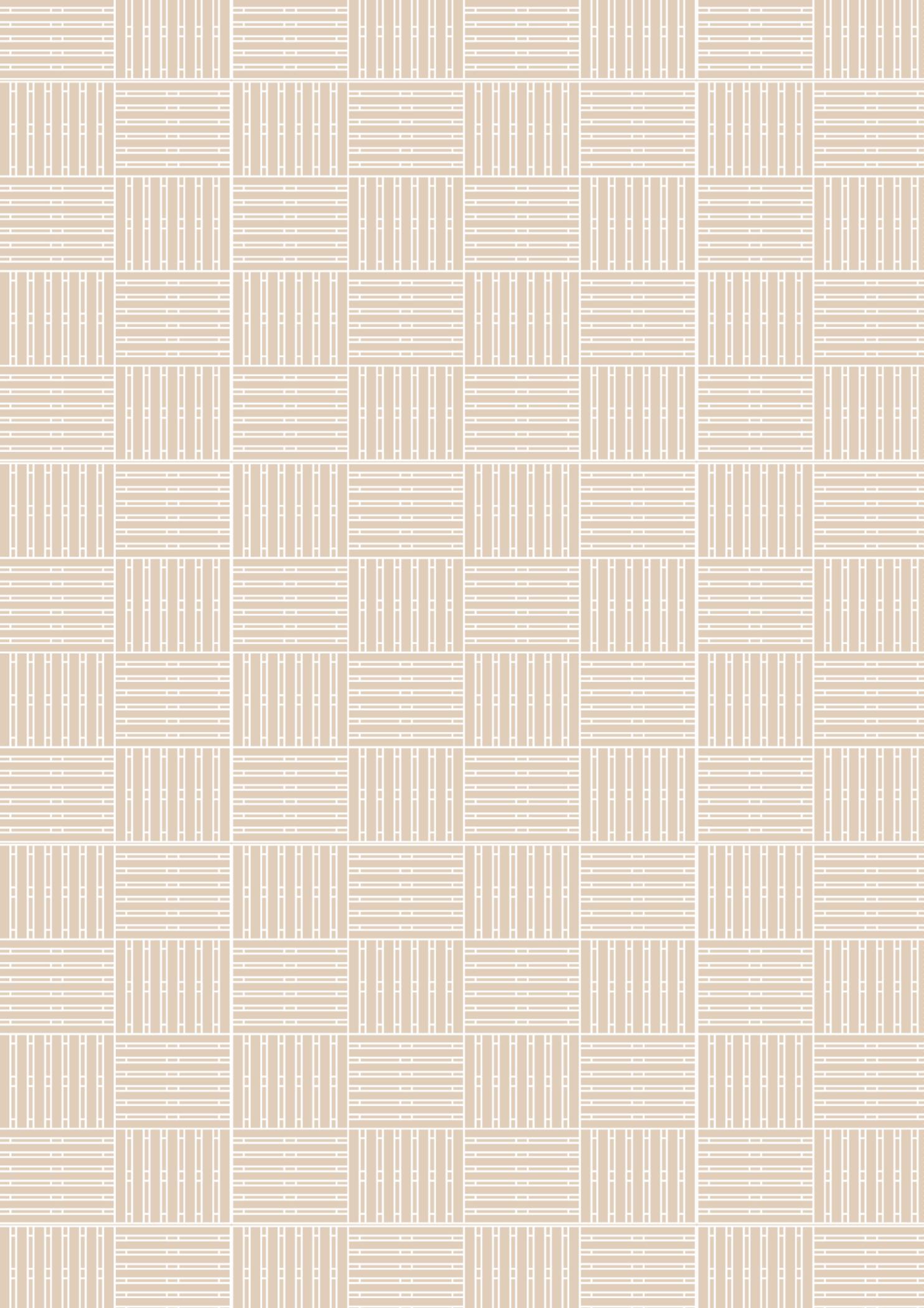


[RE]QUALIFICAÇÃO DO MERCADO DE GOIÂNIA



AMANDA BORGES

ORIENTADOR: PROF. ME. FREDERICO RABELO

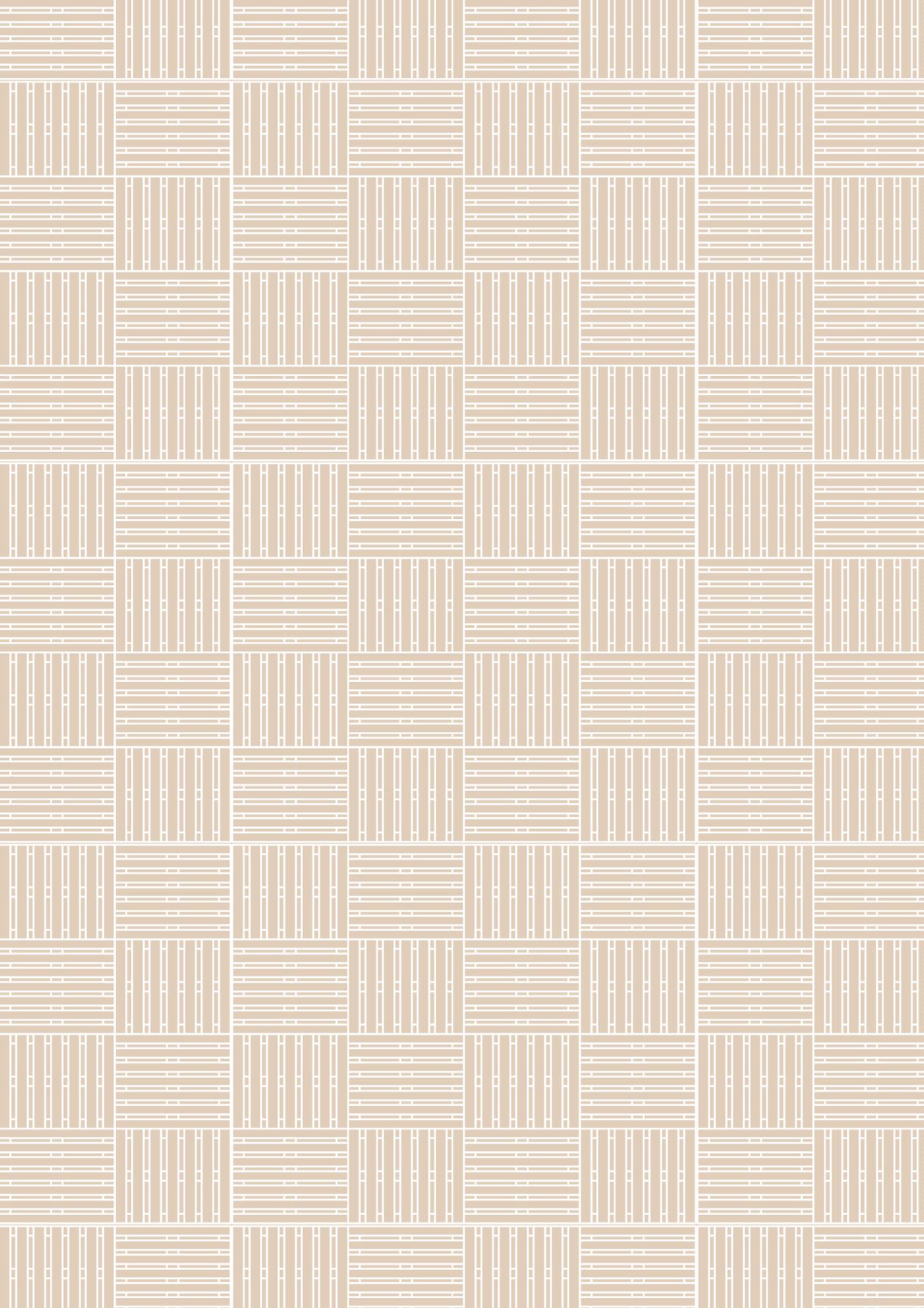


Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Escola Politécnica
Arquitetura e Urbanismo
Trabalho de Conclusão de Curso II

[RE]QUALIFICAÇÃO DO MERCADO DE GOIÂNIA

Orientada: Amanda Borges
Orientador: Prof. Me. Frederico André Rabelo

Dezembro 2021



REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO CENTRAL DE GOIÂNIA

AMANDA BORGES

O presente estudo teve como propósito desenvolver o projeto do Trabalho Final de Graduação em Arquitetura e Urbanismo, intitulado como "Requalificação do Mercado Central de Goiânia". A intervenção no Mercado Central de Goiânia é justificada pelo seu valor histórico, sociocultural e econômico para a cidade de Goiânia, e que atualmente, infelizmente, passa por uma situação de subutilização, no que diz respeito ao uso da sua edificação. O Mercado Central é um equipamento urbano que faz parte do cotidiano dos goianienses e configura um elemento cultural para cidade, portanto, o objetivo deste projeto é criar intervenções que viabilizem seu potencial, em especial o gastronômico, e incorporar um centro profissionalizante, que servirá de apoio ao mercado, onde será ensinado a manufatura dos itens e os serviços que são oferecidos ali no mercado.

A metodologia utilizada neste projeto iniciou-se pelas revisões teóricas para subsidiar a intervenção. Deu-se sequência pelo levantamento da desapropriação de lotes subutilizados da quadra, para que fossem revertidos em áreas de respiro para o mercado. Posteriormente, foi proposto para o edifício existente um novo layout, assim como a construção de uma nova cobertura para resgatar a iluminação e ventilação natural no interior da edificação. Nas áreas desapropriadas, foram criadas praças e o projeto do centro profissionalizante. Outro aspecto do projeto é a retirada do protagonismo do estacionamento, locado na atual fachada, realocando-o no subsolo.

Esse projeto busca deixar a quadra mais porosa, com espaços para convivência, e com mais visibilidade e ventilação para o Mercado Central de Goiânia, valorizando a cultura goiana e dando condições aos potenciais ali existentes.

Palavras-chave: Mercado Público; Feiras; Centro Profissionalizante; Integração.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, por acreditarem no meu potencial e terem me apoiado nessa jornada investindo na minha educação e formação. Aos meus colegas de faculdade, que dividiram toda a jornada do curso e auxiliaram no meu processo de aprendizagem. Foram várias vezes meu acalento em momentos de estresse e incertezas.

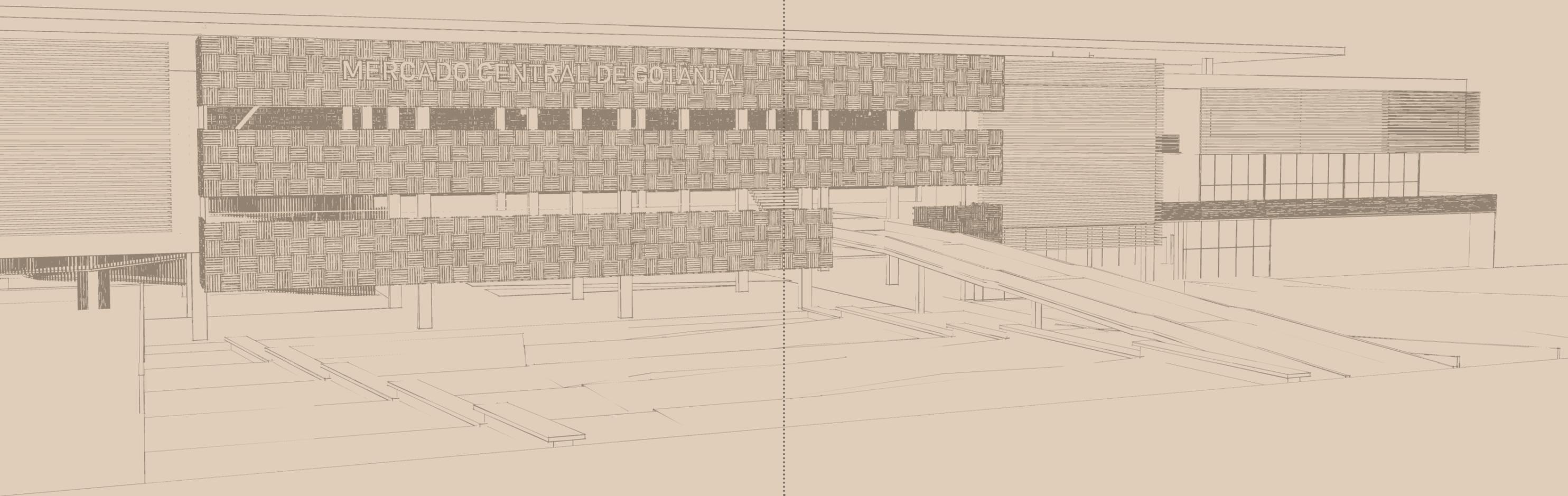
Aos meus amigos de infância, o grupo Chimper, pelo apoio incondicional e por terem me acompanhado desde sempre nessa minha jornada de altos e baixos, sempre acreditando em mim e me elevando.

Ao meu orientador, professor Frederico, pela paciência, solicitude e compartilhamento de seus conhecimentos contribuindo para realização deste trabalho.

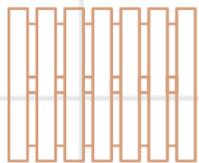
A todos os professores que contribuíram de forma contundente no meu aprendizado, que me inspiraram e me ensinaram a ver a cidade com olhares mais profundos e a ver a arquitetura como um instrumento de mudança.

Ao meu companheiro, Pedro, por ter sido meu maior torcedor durante esse processo e ter me apoiado em um momento de muita fragilidade.

Por fim, à banca examinadora, por aceitar o convite e se dispor a contribuir na discussão deste trabalho.



01

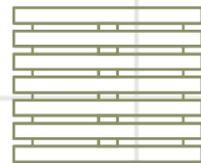


APRESENTAÇÃO

PÁG. 08

Introdução
Temática
Contextualização

02

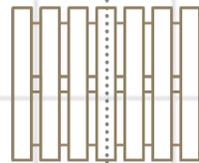


O LUGAR

PÁG. 20

Histórico
Marcos e Centralidades
Uso do Solo
Transporte Público
A Quadra
O Edifício

03

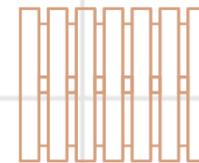


REFERÊNCIAS PROJETUAIS

PÁG. 40

Mercado de Santa Catarina
Mercado de Pinheiros
Mercado de Atarazanas

04

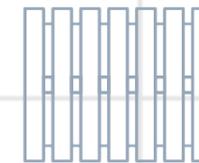


O PROJETO

PÁG. 54

Diretrizes
Análises
Anexos
Programa de Necessidades
Planta de Implantação +
Térreo
1º Pavimento
2º Pavimento
Planta de Cobertura
Planta do Subsolo
Imagens

05



CONSIDERAÇÕES FINAIS

PÁG. 92

Referências Bibliográficas
Lista de Figuras

PARTE 01
apresentação



Figura 01

INTRODUÇÃO

O Mercado Central de Goiânia tem um grande valor histórico e cultural para a cidade. Costumava ser o principal centro de compras dos goianienses até a chegada de hipermercados e shoppings centers que o levaram a uma contínua crise.

Atualmente o local, com elevado potencial econômico, turístico e cultural, está subutilizado. Percebe-se que a falta de visibilidade do mercado, tanto externa, com a sua fachada ofuscada pelo estacionamento da rua 3, quanto interna, pela disposição aglomerada das bancas, impacta no fluxo de clientes. Atualmente este fluxo é concentrado apenas no pavimento térreo, o que ocasionou a inativação do segundo pavimento, uma área de aproximadamente 1600m² em uma área central da capital goianiense. A requalificação da quadra busca a otimização do espaço, abrigando um centro gastronômico, locais de permanência e aprimoramento das estruturas existentes.

“Assim, a gastronomia de um local se apresenta como uma forma de aumentar a oferta turística e como um produto agregado ao turismo cultural vem indicando a gastronomia como muito mais que uma simples arte culinária, mas como importante veículo da cultura popular pela forma como vivem os habitantes de cada região em determinada época. (BARROCO apud ANTONINI, 2004)”

Portanto este trabalho tem o intuito de reforçar a importância cultural e patrimonial que o Mercado Central possui para a sociedade goianiense através de um projeto que acentue as qualidades do edifício.



Figura 02

TEMÁTICA

O trabalho de conclusão de curso aqui realizado enquadra-se na temática de requalificação de pré-existências. Dentro desta temática o tema escolhido foi a requalificação do Mercado Central de Goiânia e sua quadra.



Figura 03

CONTEXTUALIZAÇÃO

Os mercados municipais são equipamentos urbanos essenciais para a vitalidade de uma sociedade, designados à venda de mercadorias, assim como ao convívio social daqueles que o frequentam. Segundo Rebello (2006), estes são espaços democráticos destinados a todas as classes sociais que buscam produtos de qualidade, mas também enquanto parte dinâmica da memória histórica das cidades.

A conformação dos mercados públicos como conhecemos são herança das atividades comerciais nas cidades ocidentais a partir do século XVIII. Surgiram pela necessidade da criação de um espaço físico para abrigar os comerciantes responsáveis pelos intercâmbios de mercadorias. Conforme os grandes centros iam se consolidando, foi necessário fixarem-se em um local para garantir o abastecimento dessas áreas.

Como afirma Paudini (2006), “muitos dos mercados tiveram sua gênese nas feiras que terminaram perpetuando-se, materializando-se em construções porque a reprodução da vida na cidade e/ou região necessitava de um contínuo suprimento de víveres”.

Ainda que em um tempo e espaço diferente, no Brasil o estabelecimento dos mercados seguiu o mesmo raciocínio ocidental, no qual a transação de mercadorias para o abastecimento de uma população se estabeleceu em seus – a serem chamados – centros comerciais.

Em Goiânia, não foi diferente. O Mercado Central faz parte da memória e da construção da identidade local, tendo em vista que foi instalado em 1941, após a fundação da nova capital do Estado de Goiás, para o abastecimento de produtos do gênero alimentício para região.

A cidade foi concebida na década de 30 pelo traçado do arquiteto e urbanista Atílio Corrêa Lima. Recém-chegado da Europa, trouxe seu conhecimento vigente do urbanismo formal da escola francesa, e aplicou seus traços modernistas na proposta do desenho urbano de Goiânia.

Conforme a proposta de zoneamento da cidade, o Setor Central, objeto de estudo deste trabalho, cumpria seu papel como centro político-administrativo, e comercial da cidade. Como afirmam Vargas e Castilho (2015) “os centros das cidades têm sido identificados como o lugar mais dinâmico da vida urbana, animado pelo fluxo de pessoas, veículos e mercadorias [...] transformando-se no referencial simbólico das cidades”.

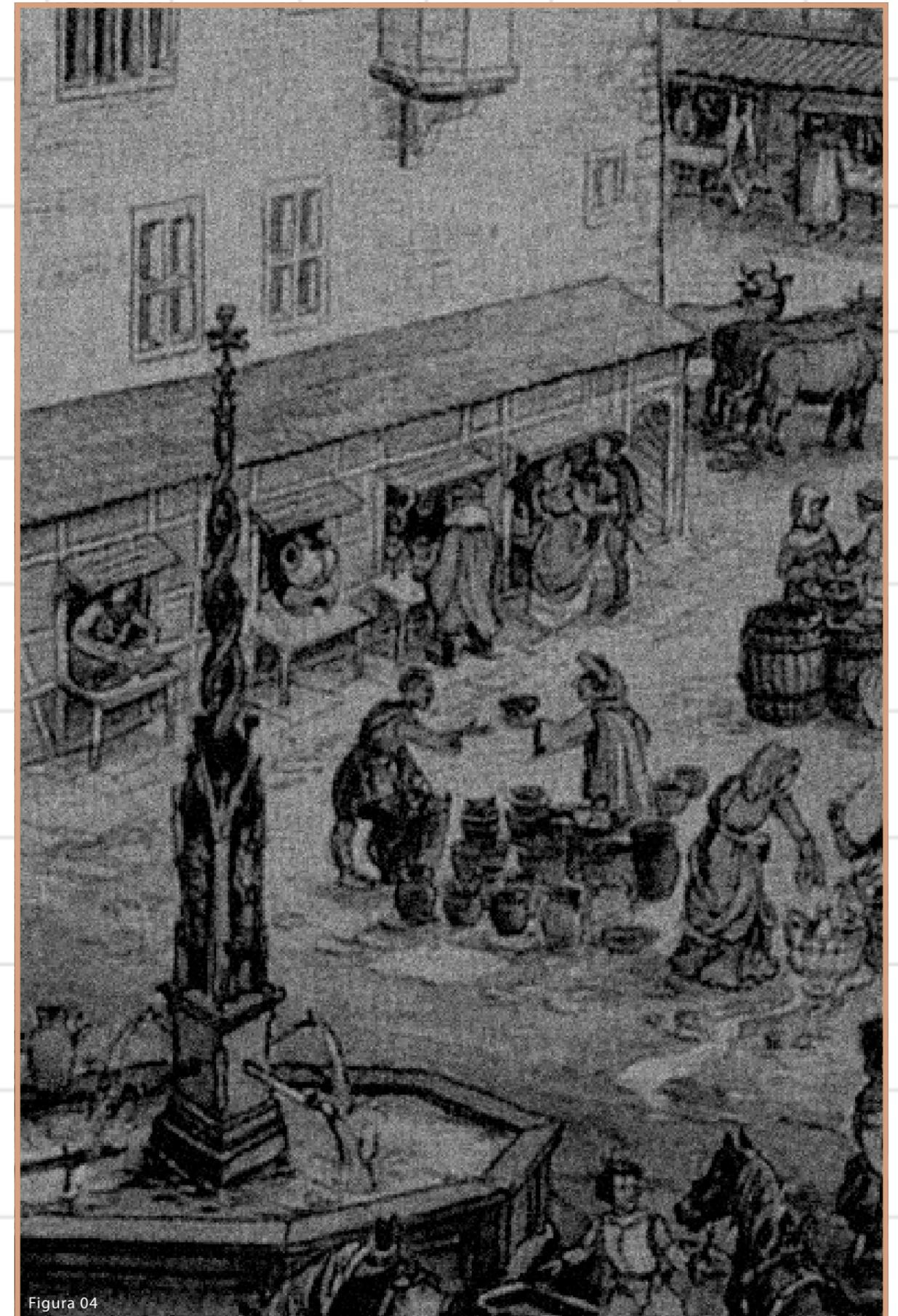


Figura 04

Entretanto, quando Goiânia atinge o nível de metrópole, inicia-se um processo de descentralização, no qual o centro perde destaque nas atividades política-administrativas, comerciais e das atividades de serviço. Conclui-se que a cidade passou pelo processo de metropolização, no qual Vargas e Castilho (2015) chamam de subcentralidades.

O setor Bueno e Jardim Goiás são exemplos dessas subcentralidades em Goiânia, no qual atualmente concentram as atividades citadas anteriormente.

O centro de Goiânia, portanto, não pode ser considerado um espaço completamente abandonado. Apesar dos inúmeros problemas apontados ele ainda se mantém vivo e com dinâmica de usos própria dos espaços mais tradicionais das cidades brasileiras. Uma intervenção que visa recuperar a qualidade de espaço assim, deve considerar as características do lugar, valorizando as suas particularidades e potencialidades.

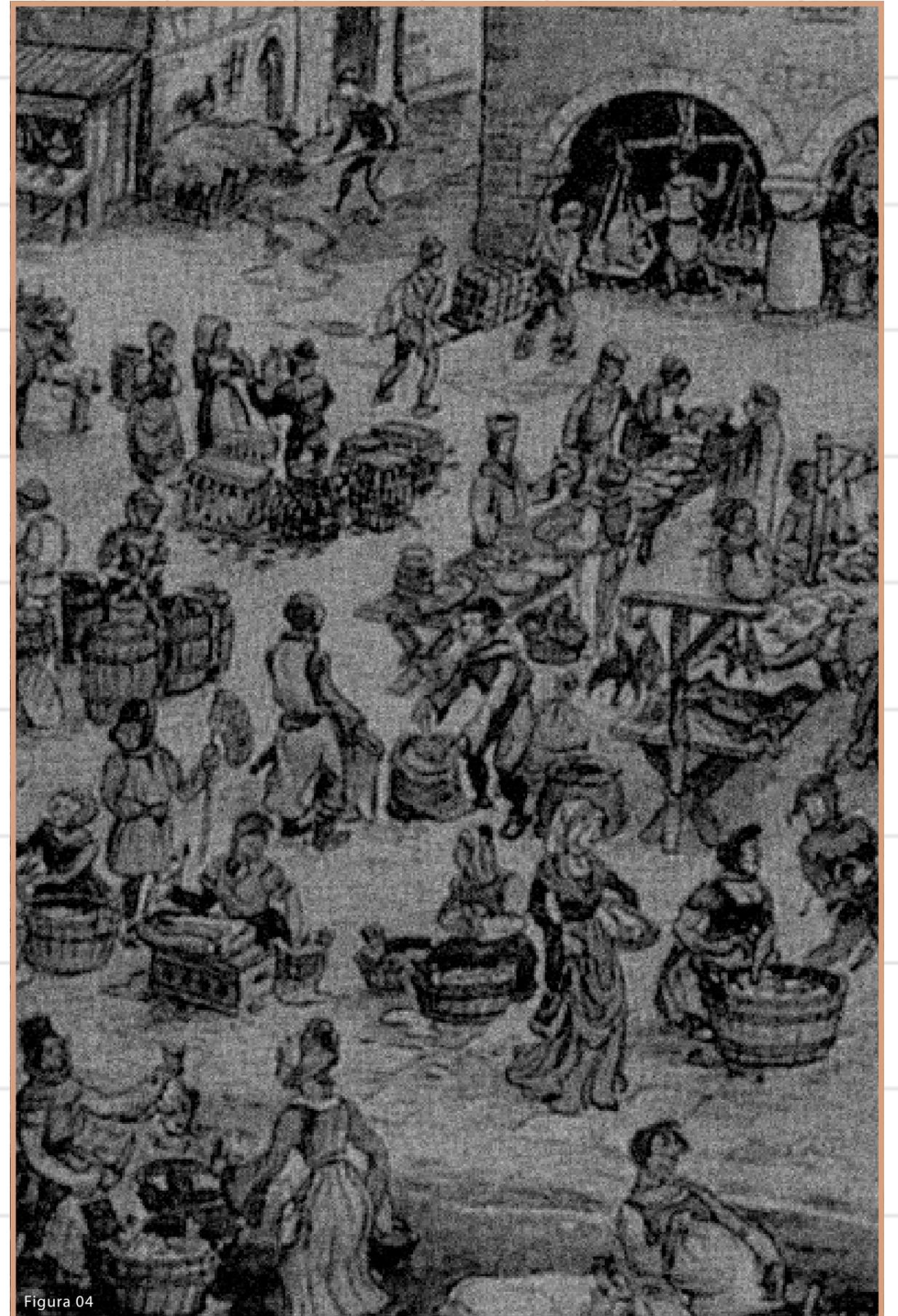


Figura 04

O USUÁRIO

Os mercados públicos são espaços democráticos para o uso da população. Qualquer pessoa, de qualquer idade e classe social, pode usufruir dos produtos e serviços oferecidos naquele espaço. Como dito anteriormente, o Mercado Central em Goiânia inicialmente era o principal abastecedor de produtos alimentícios e domésticos para a população, ou seja, possuía um fluxo de clientes considerável. Hoje, infelizmente, não consegue manter o fluxo.

Para competir com os novos grandes centros comerciais, o ponto forte e atrativo do mercado tem sido seus produtos de qualidade e tradição só encontrados ali.

Para compreender melhor o atual público do Mercado Central realizei um questionário online onde 156 pessoas participaram, sendo delas 89% residentes em Goiânia, e o restante na região metropolitana de Goiânia ou no estado de Goiás.

Com a pesquisa notei que apesar de 94% das pessoas conhecerem o mercado, a frequência de visita a ele é baixa. Dessas pessoas, 41,5% frequentam raramente o local, em contrapartida de 8,16% que frequentam semanalmente. Vale ressaltar que a faixa etária com menor frequência ao mercado são de jovens (15 a 24 anos), ou seja, a renovação do público é necessária.

O principal motivo pelo qual essas pessoas frequentam o mercado são para compra de alimentos, degustação de iguarias do mercado ou para frequentar bares e lanchonetes. Logo, podemos concluir que além do comércio de gêneros alimentícios, a gastronomia é um fator importante para o fluxo e manutenção do mercado.

Quando questionados sobre os problemas do mercado, o destaque foi para o estacionamento, o difícil acesso ao edifício - confinado na quadra -, e a qualidade da infraestrutura do mercado.

Por fim, neste questionário busquei saber a aceitação do público sobre a instituição de um centro gastronômico no mercado, e 94% dos participantes concordam com essa implementação de um espaço para a culinária goiana no edifício.

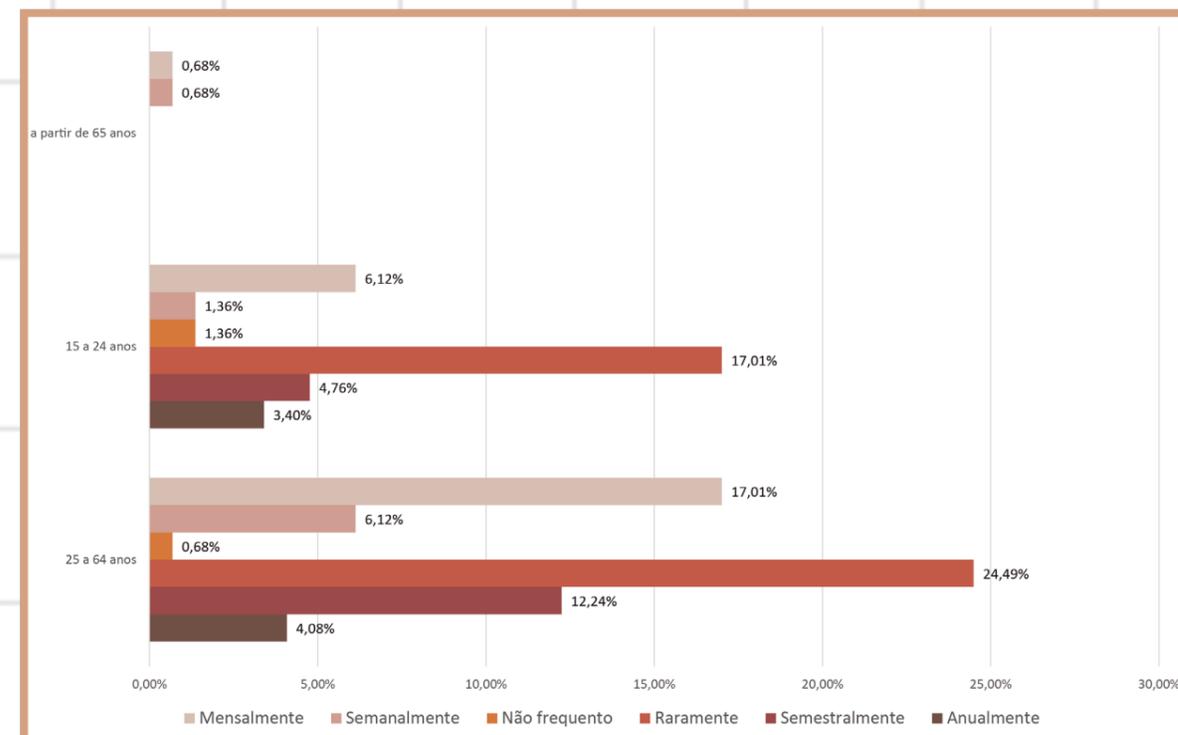


Figura 06



Figura 07

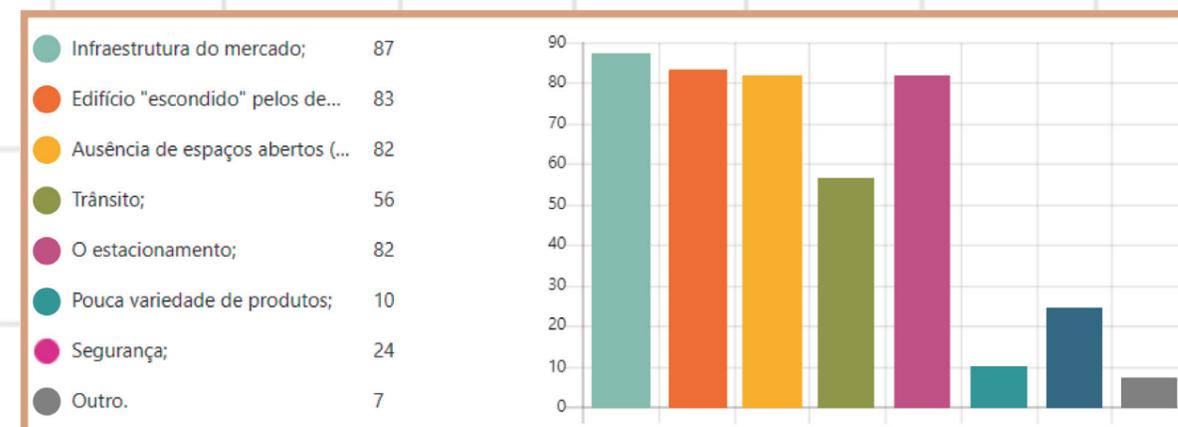


Figura 08

PARTE 02
o lugar



Figura 09

HISTÓRICO

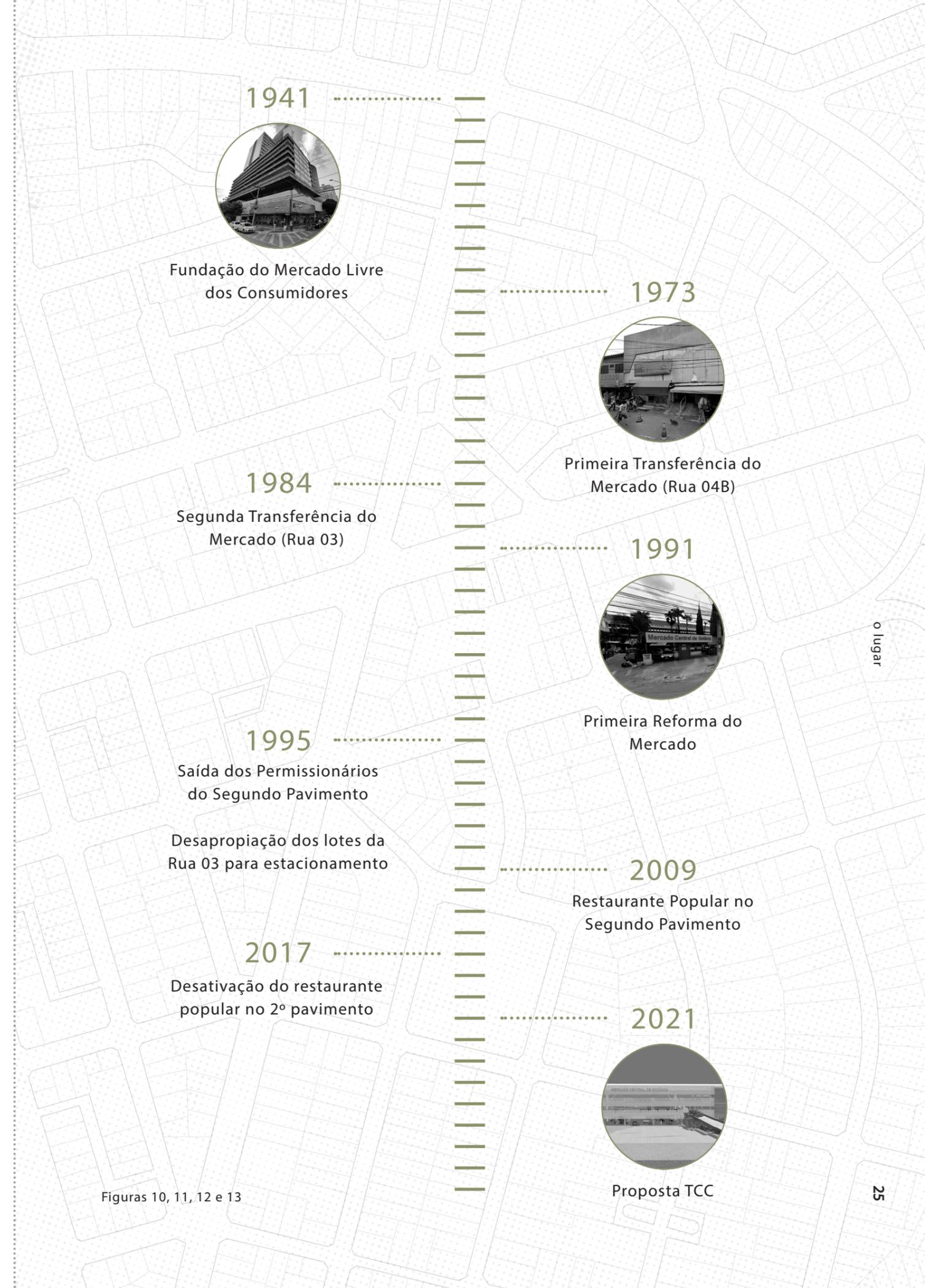
A história de consolidação do Mercado Central de Goiânia foi marcada, infelizmente, pelo descaso político e por problemas de locação no centro da cidade, acabando por ser transferido duas vezes desde a sua inauguração em 1941. O equipamento urbano, na época batizado de Mercado Livre dos Consumidores, foi inicialmente inaugurado no Setor Central, na quadra das ruas 4,6,7 e 17, para atender a necessidade de abastecimento da nova capital goiana. Sua estrutura contava com armazéns, bancas de frutas, verduras, carnes e bares.

O Mercado Central de Goiânia permaneceu ativo neste local até julho de 1973, quando teve que ser relocado para a quadra vizinha, entre a Avenida Anhanguera e a Rua 4, para o início das obras do edifício comercial Parthenon Center. Os comerciantes contavam com o retorno de suas atividades para aquele local após a finalização da construção, pois havia um acordo entre a Prefeitura Municipal e a Construtora Irmãos Valle garantindo o primeiro pavimento do edifício em vão livre, com uma área de 3900m², para o mercado.

Entretanto, por motivos de ordem política isto nunca se concretizou, deixando o mercado em um estado precário e caótico na local do atual Centro Comercial Popular, também conhecido como Camelódromo do Centro.

Somente em 1985, por meio do vereador Domingos Cavalcanti, reviu-se o compromisso com os comerciantes e o povo goianiense em resolver a locação do mercado. Transferido pela segunda vez, o novo prédio do Mercado Central inaugurou-se em outubro de 1987 na quadra 51, localizada entre a Avenida Anhanguera e a Rua 3, onde funciona atualmente. O mercado fica em um edifício monolítico situado no centro da quadra, sendo composto por três pavimentos - térreo e mais dois superiores.

Conforme menção no capítulo anterior, a chegada de novos centros de compras, como supermercados e shopping centers, alterou a finalidade inicial do mercado como abastecedor de gêneros alimentícios de Goiânia. Atualmente o Mercado Central tem como grande força a venda de produtos exclusivos de alta qualidade que remetem a cultura e tradição goiana.



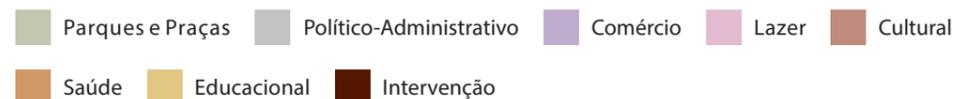
Figuras 10, 11, 12 e 13

MARCOS E CENTRALIDADES

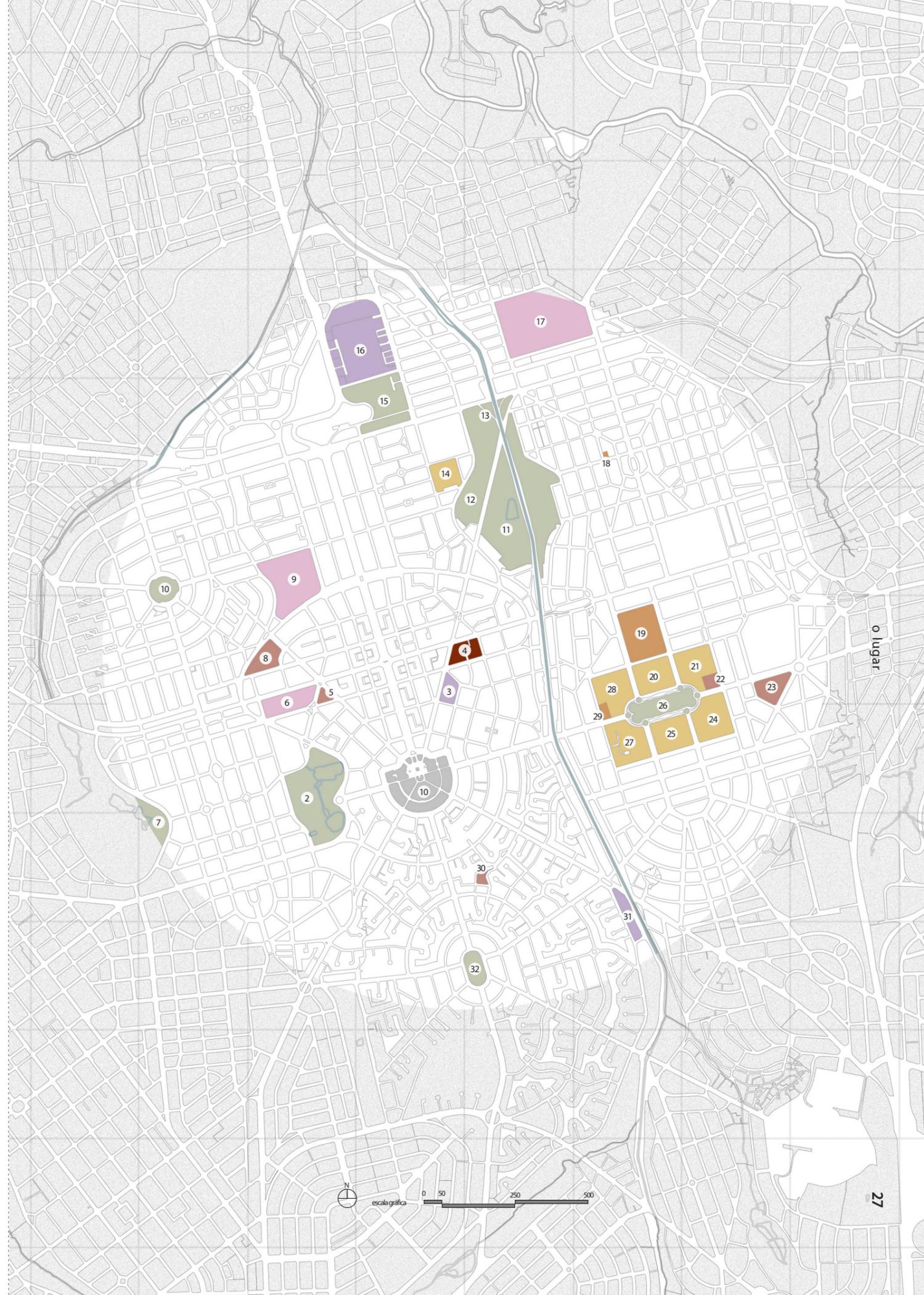
O Mercado Central está bem localizado na região central de Goiânia, cercado por pontos de referência conhecidos pela população e em um local de fácil acesso. Esta análise é feita em uma perspectiva de explorar o potencial turístico do Mercado Central de Goiânia e torná-lo um ponto de referência em maior escala – não só municipal.

A quadra do mercado, localizada no setor central, conecta-se com as principais vias da cidade tanto Leste-Oeste quanto Norte-Sul, facilitando o seu acesso.

LEGENDA:



- | | |
|---|--|
| 1. Praça Cívica | 17. Pecuária de Goiânia/Tartasal |
| 2. Bosque dos Buritis | 18. Hospital e Maternidade Vila Nova |
| 3. Banana Shopping | 19. Hospital das Clínicas UFG |
| 4. Mercado Central de Goiânia | 20. Campus UFG |
| 5. Teatro Goiânia | 21. Campus PUC Área I/Biblioteca Central PUC |
| 6. Jockey Clube | 22. Centro Cultural UFG |
| 7. Lago das Rosas/ Zoológico | 23. Teatro Basileu França |
| 8. Centro de Convenções | 24. Campus UFG |
| 9. Estádio Olímpico Pedro Ludovico Teixeira | 25. Campus PUC Área II |
| 10. Praça do Avião | 26. Praça Universitária/Biblioteca UFG |
| 11. Parque Botafogo | 27. Campus PUC Área III |
| 12. Mutirama | 28. Campus PUC Área IV |
| 13. Planetário UFG | 29. Hospital Araújo Jorge |
| 14. IFG - Campus Goiânia | 30. Martim Cererê |
| 15. Praça da Estação | 31. Cepal |
| 16. Rodoviária/Araguaia Shopping | 32. Praça do Cruzeiro |



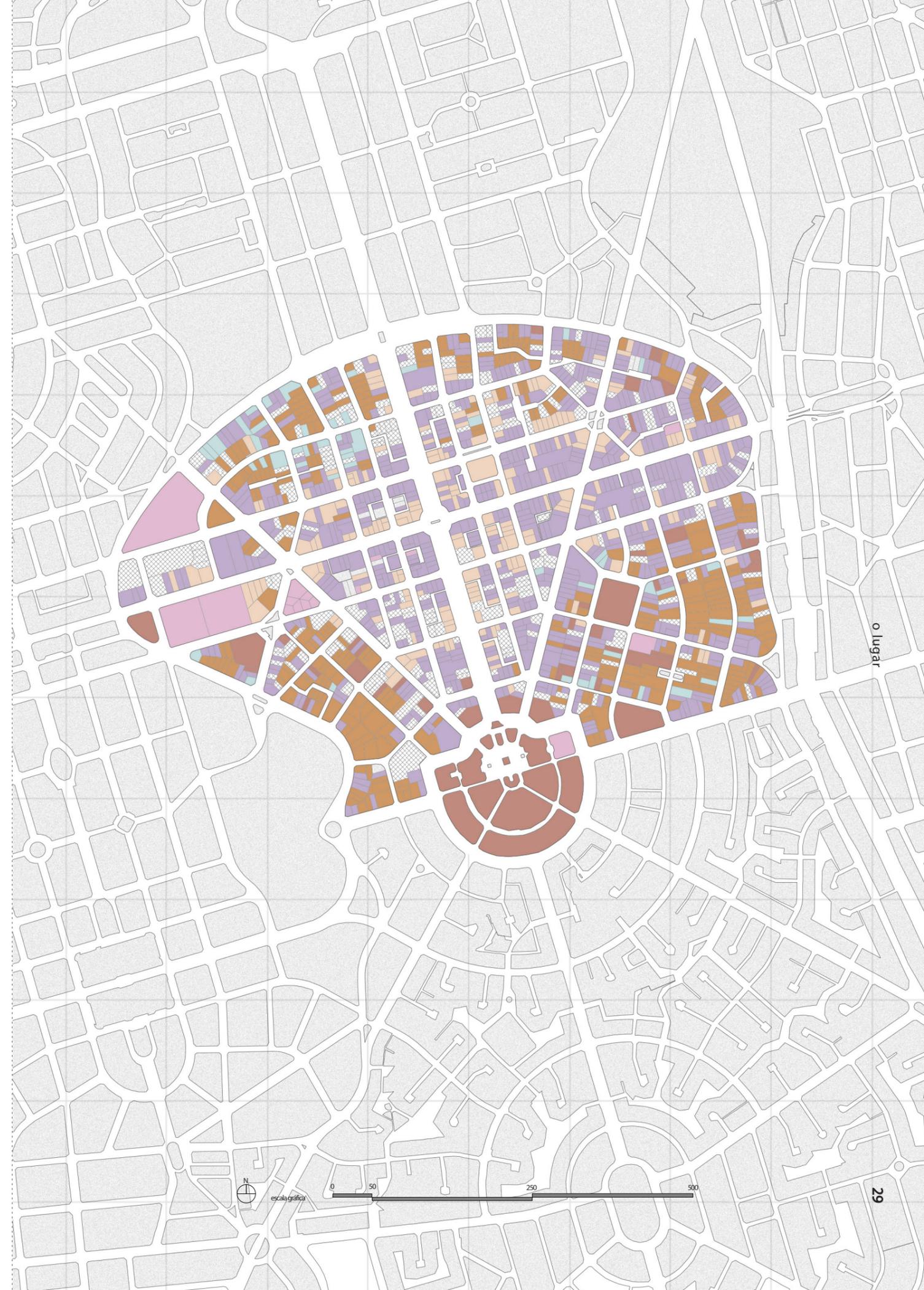
USO DO SOLO

O centro tradicional de Goiânia é bem diverso quanto ao uso do solo. Percebe-se a concentração de comércio e serviço próximo as vias principais: Anhanguera, Goiás, Araguaia, Tocantins.

A quadra possui o uso predominantemente comercial e de serviços, assim como seu entorno imediato. A Av. Anhanguera configura o espaço de comércio mais popular, com predominância de lojas de eletrodomésticos e óticas.

LEGENDA:

| | | | |
|--|--|--|---|
|  Comércio e Serviço |  Cultural e Lazer |  Institucional ou Público |  Residencial |
|  Uso Misto |  Clínicas e Hospitais |  Vazios e Subutilizados | |

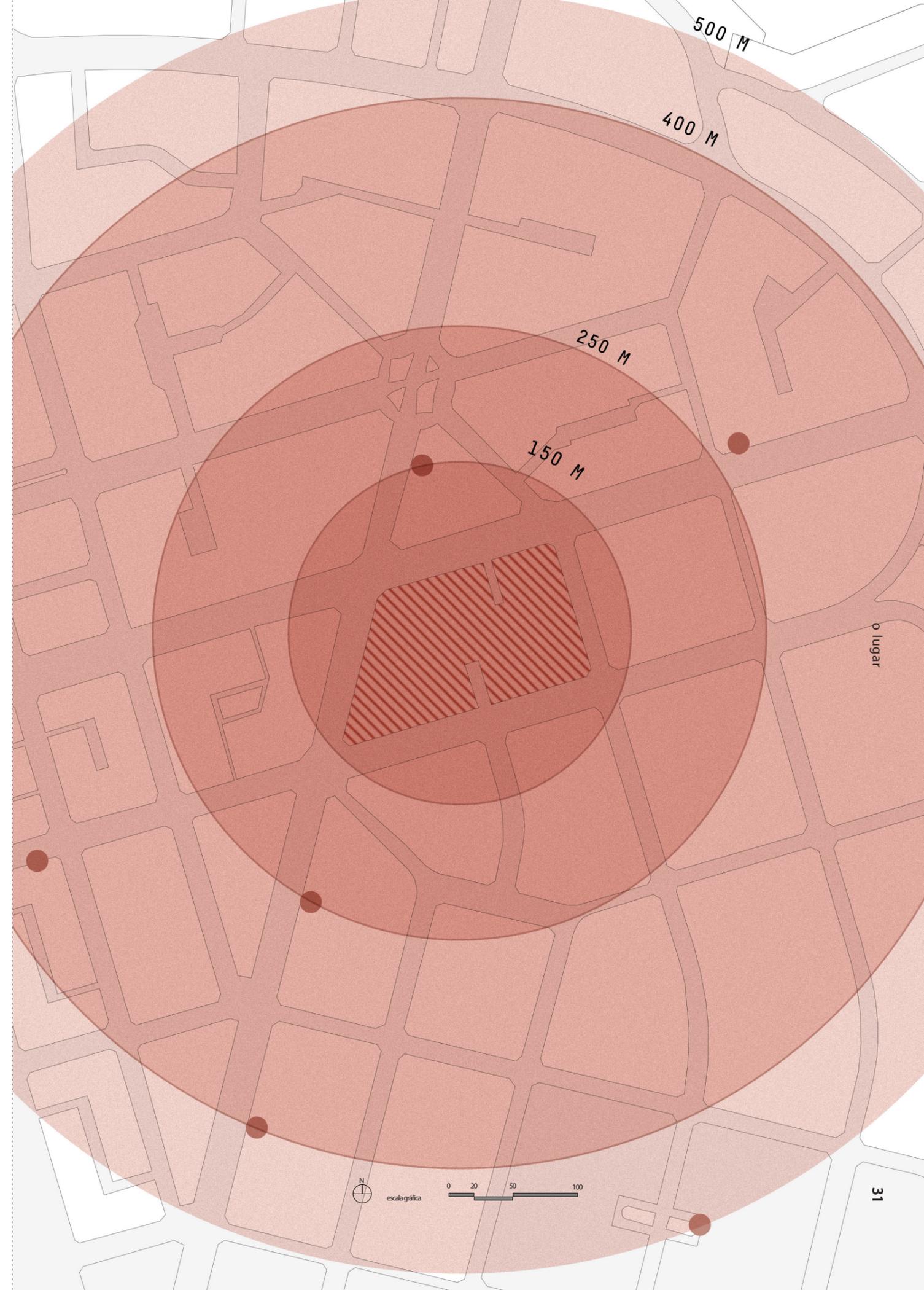


TRANSPORTE PÚBLICO

Considerando sua localização entre duas avenidas de grande fluxo, Av. Anhanguera e Av. Araguaia, a quadra 51 tem um bom atendimento de transporte público. Para o mercado isso é positivo pois diminui a necessidade de um estacionamento espaçoso, deixando mais flexível para o projeto explorar as áreas da quadra para criação de espaços públicos de qualidade.

LEGENDA:

● Pontos de Ônibus

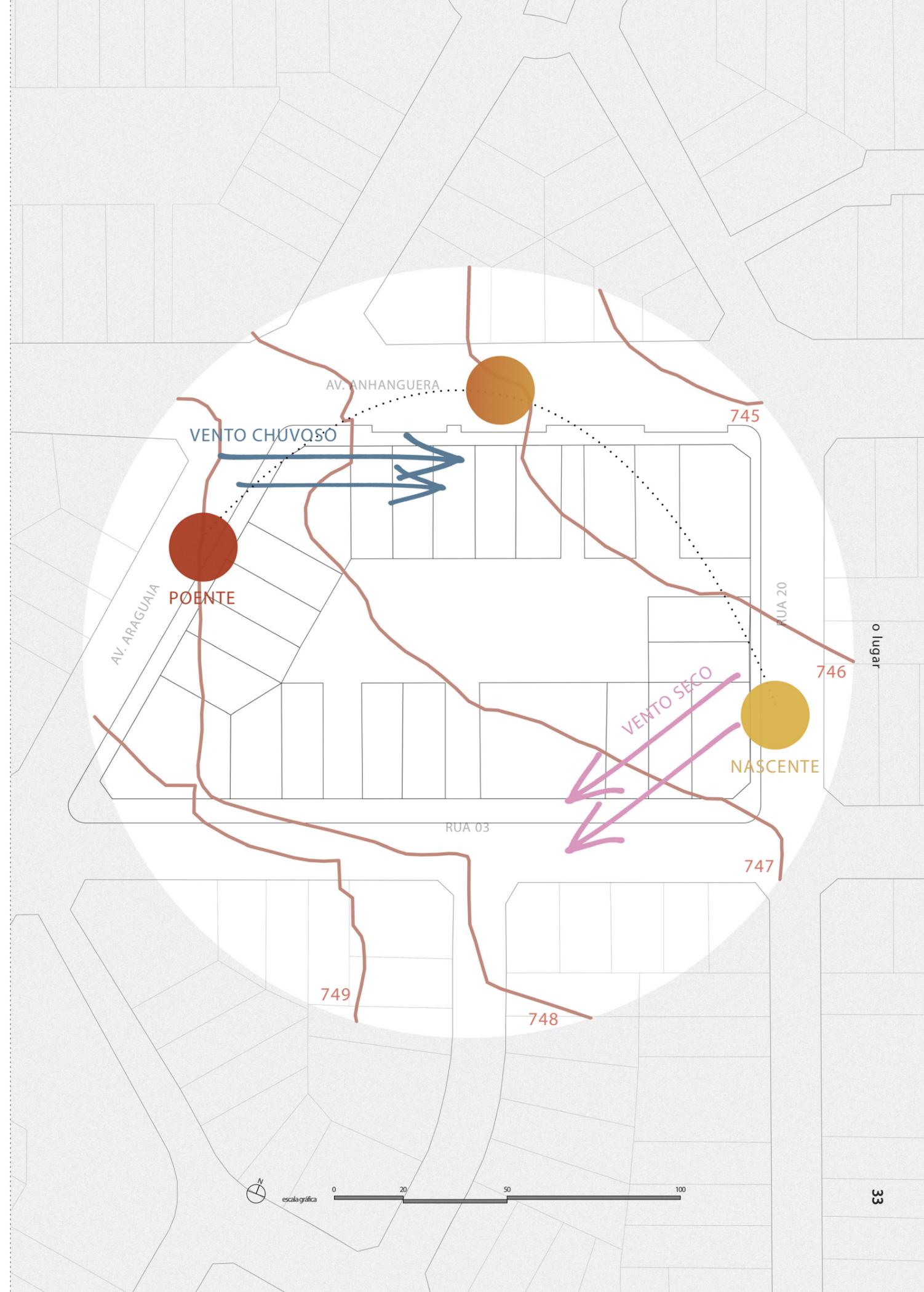


A QUADRA

A topografia da região é suave com caimento sul/norte. Na quadra, mais específico na área do Mercado Central de Goiânia, existe um desnível entre a Rua 03 com a Av. Anhanguera de aproximadamente 1,60m de altura. Esse dado é importante e será utilizado em considerações projetuais no capítulo mais à frente.

A quadra 51 está ligeiramente voltada para noroeste. Desta maneira as fachadas do mercado que mais recebem insolação durante o ano são aquelas voltadas para a Av. Anhanguera e para a Av. Araguaia. Desta forma, é necessário prever elementos de proteção solar para essas fachadas para amenizar a incidência solar e evitar a disseminação de calor para o interior do edifício.

Em termos de ventilação natural, o mercado é prejudicado pela sua posição enclausurada na quadra. Entretanto, como veremos em estudo no próximo capítulo, com a saída de alguns lotes o mercado poderá se beneficiar, principalmente na estação seca, pois o sentido dos ventos segue o sentido de abertura das fachadas do mercado.



O EDIFÍCIO

Atualmente o térreo do mercado concentra o fluxo de mercadorias e pessoas. Por isso obtém um maior número de bancas ativas sendo 45 bancas de: ervas e raízes, tabacaria, produtos naturais, produtos locais, hortifruti, artesanato, loja de calçados e loja de serviços.

Conta também com uma tímida praça de alimentação com 05 Lanchonetes e 04 Restaurantes, com um pequeno espaço para alimentação, como é possível observar nas plantas adiante.



Figura 14

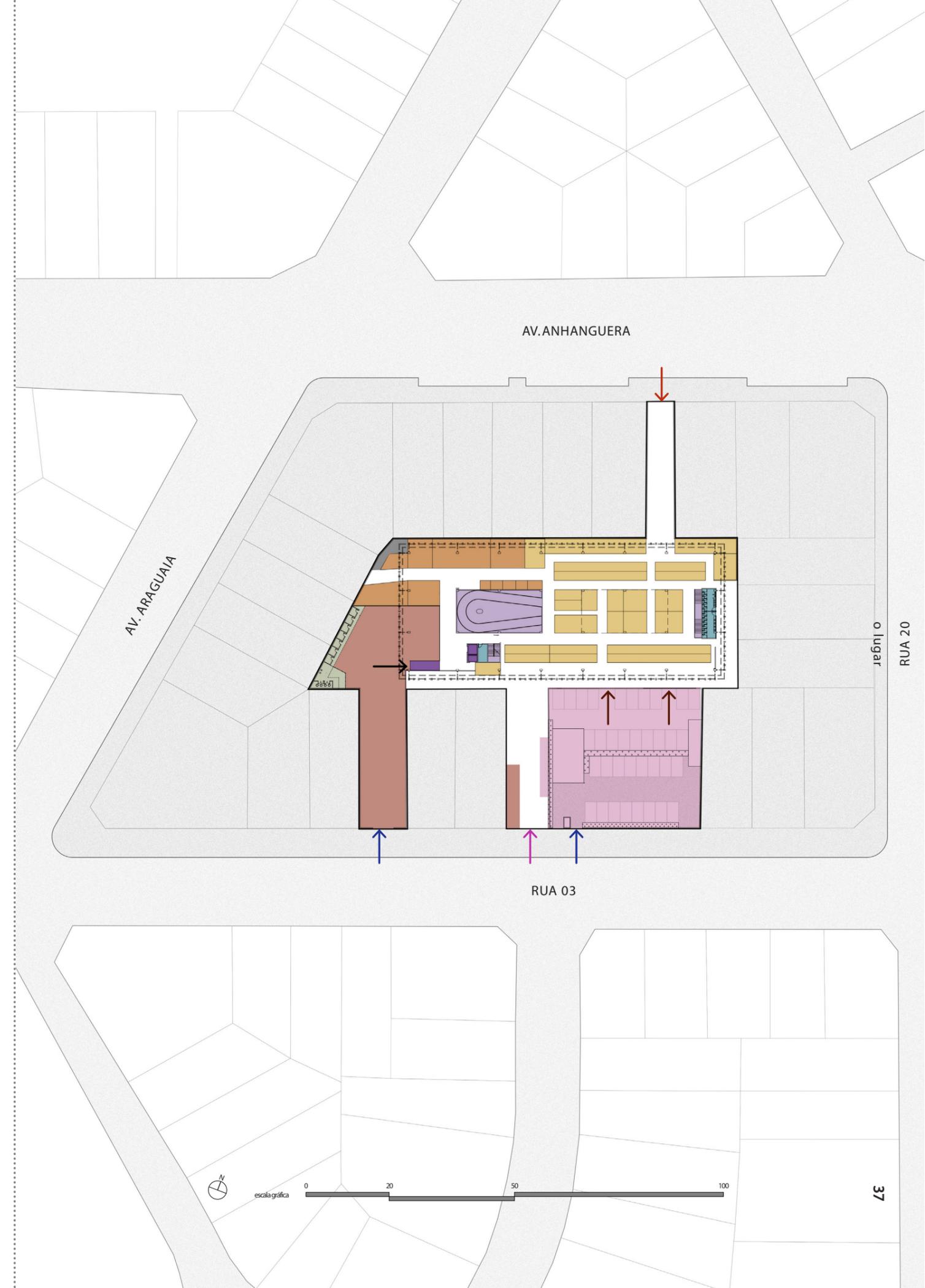
IMPLANTAÇÃO E TÉRREO

O acesso dos pedestres ao pavimento térreo do mercado pode ser feito ou pela Avenida Anhanguera ou pela Rua 3. Já o acesso dos veículos dá-se somente pela Rua 3, devido a localização do estacionamento e da área para carga e descarga.

No acesso principal da Rua 3 existe um grande conflito no fluxo entre pedestres e veículos (ver área tracejada indicada na planta ao lado). Na mesma rua temos a entrada para o estacionamento de motos, para o bicicletário, assim como a via dos pedestres.

LEGENDA:

- Circ. Vertical (Serviços)
- Circulação Vertical
- Estacionamento
- Carga e Descarga
- Praça de Alimentação
- Bancas
- Sanitários
- Depósito
- Acesso Administração
- Acesso Misto
- Acesso Pedestres (Estacionamento)
- Acesso Pedestres (Principal)
- Acesso Veículos
- Acesso Pedestres (Serviço)



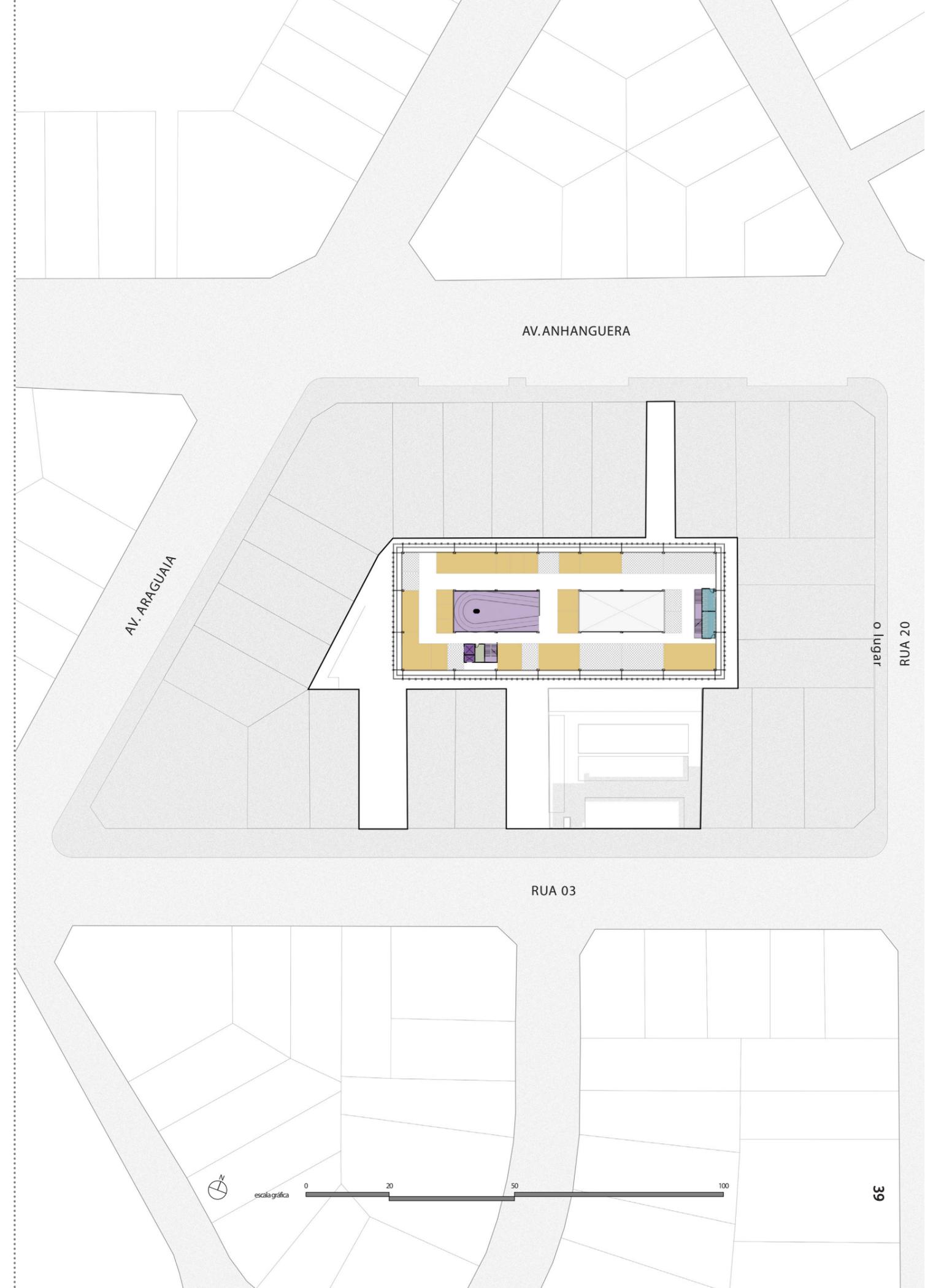
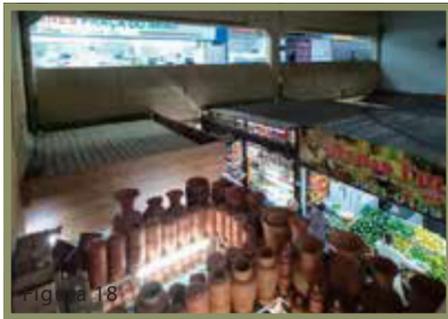
1º PAVIMENTO

O primeiro pavimento tem acesso através de duas escadas e uma rampa interna. A visibilidade das bancas pelo pavimento térreo é quase zero, sendo possível ver em alguns pontos da circulação que ficam na projeção do vazio do mezanino. Existe uma placa na rampa indicando quais bancas estão no pavimento superior.

Conseqüentemente o pavimento está subutilizado com poucos pontos de venda em funcionamento, sendo eles majoritariamente açougues, e utensílios domésticos.

LEGENDA:

- Circ. Vertical (Serviços)
- Circulação Vertical
- Bancas
- Sanitários
- Depósito
- Bancas Desativadas

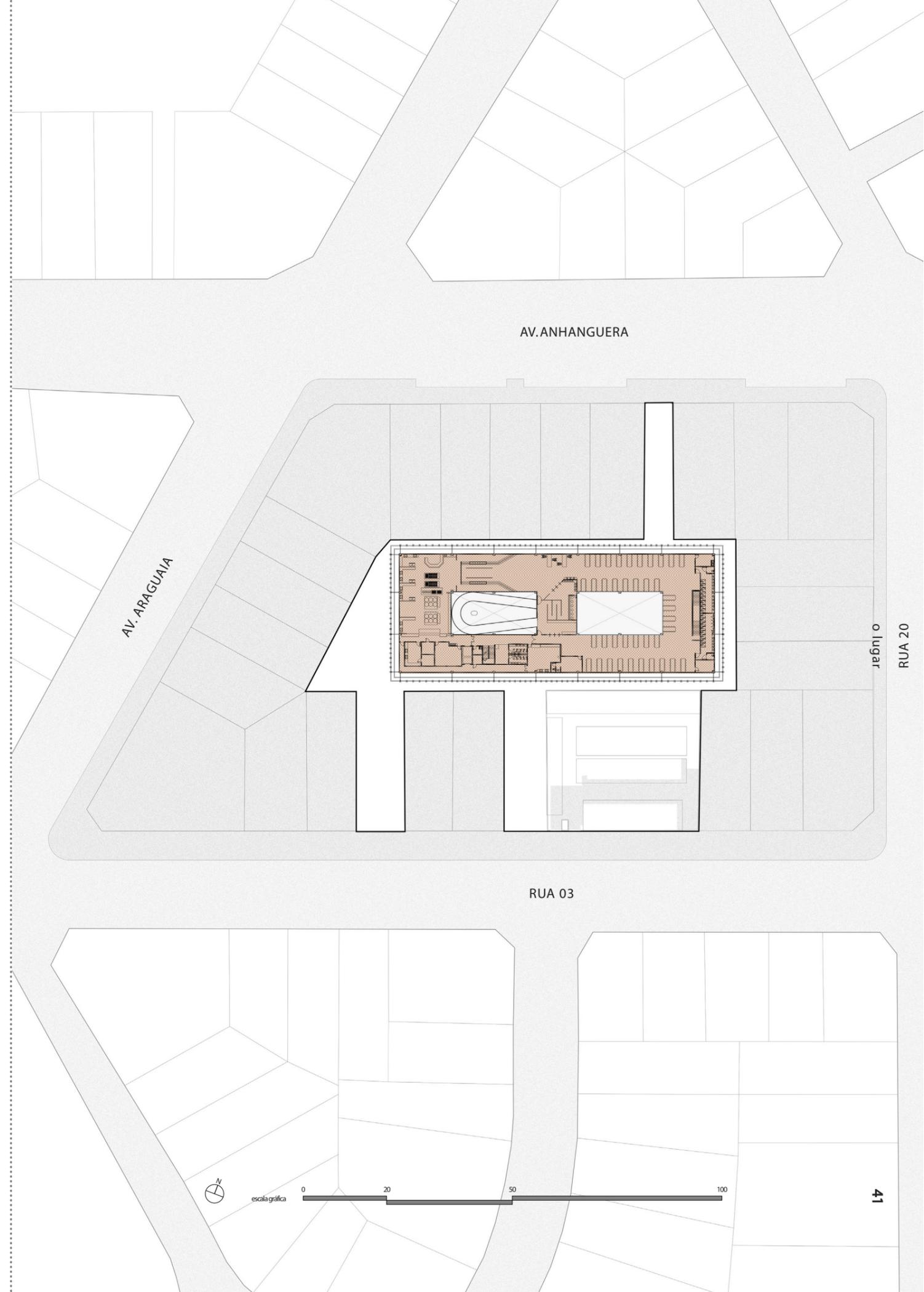


2º PAVIMENTO

O segundo pavimento encontra-se em total abandono desde o encerramento do Restaurante Popular em 2017. Um espaço de aproximadamente 1.600m² inutilizado.

LEGENDA:

 Pavimento Desativado



PARTE 03
referências
projetuais

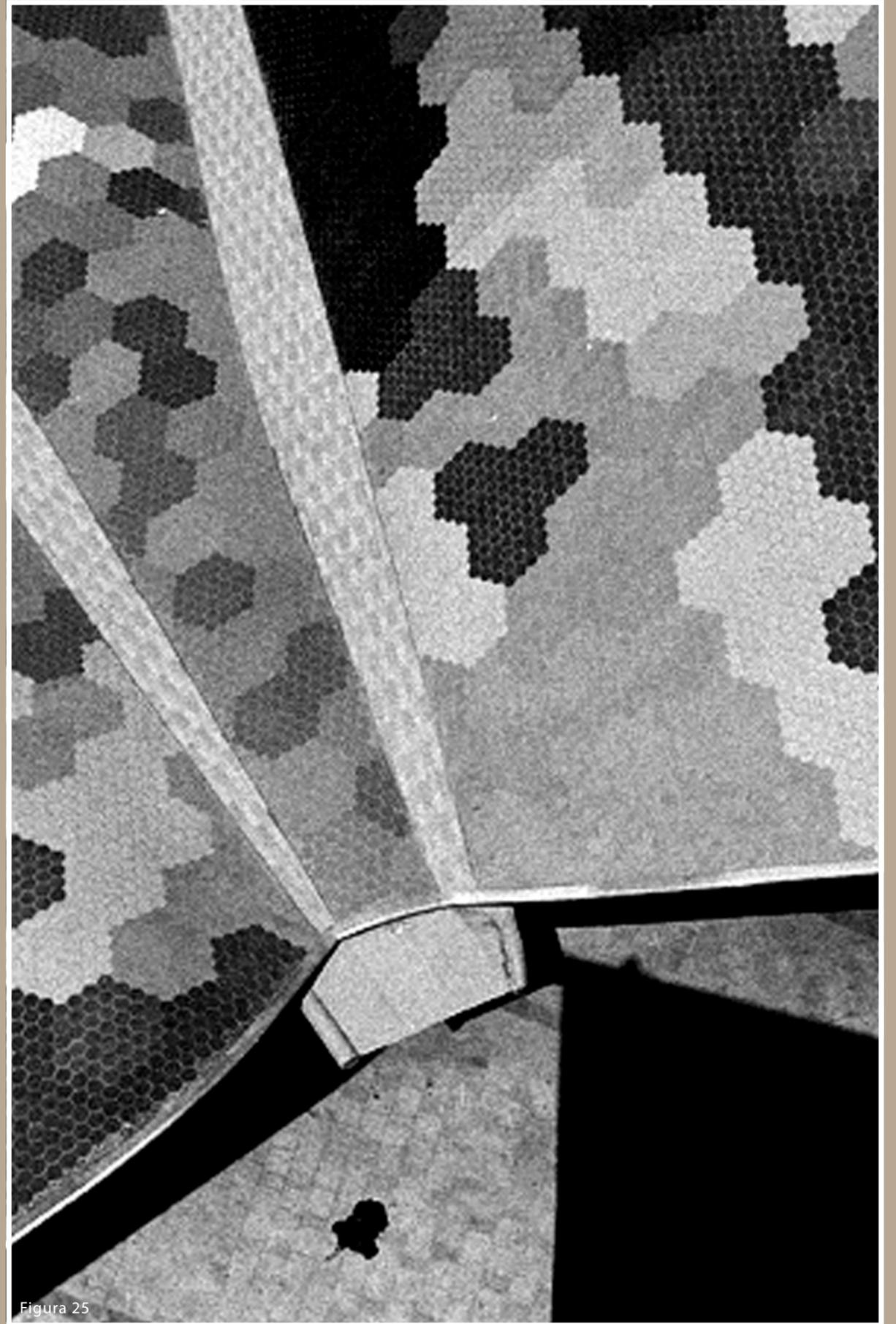


Figura 25

MERCADO DE SANTA CATARINA

Local: Barcelona, Espanha

Autor(es) do projeto: Enric Miralles e Benedetta Tagliabue (EMBT)

Data: 1997 (Projeto); 2005 (Construção entregue)

Área: 7.000,00 m²

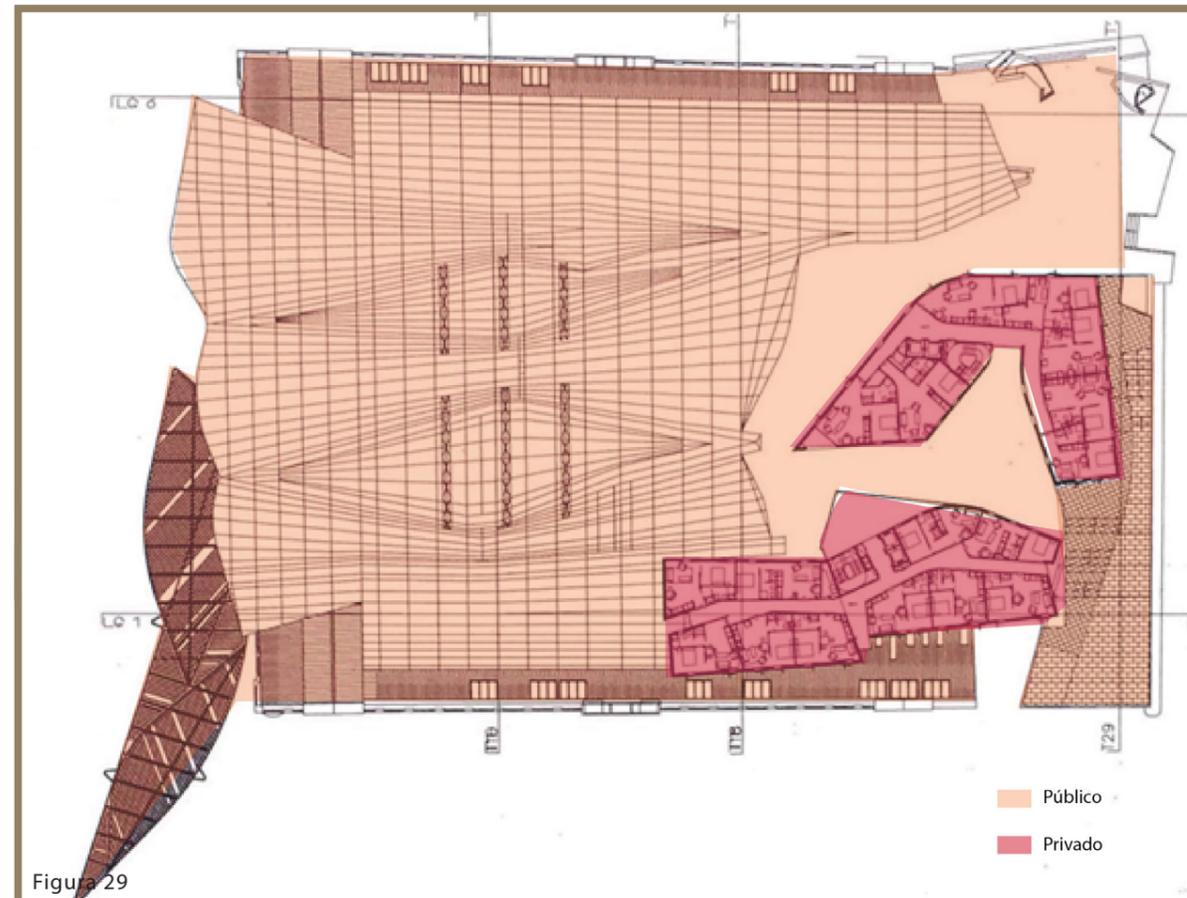
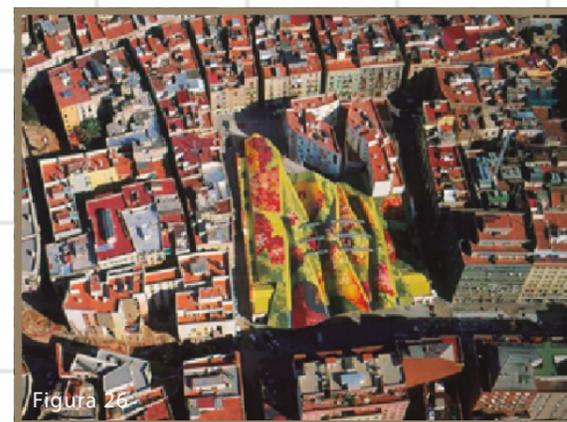
O Mercado de Santa Caterina foi projetado pelo arquiteto Josep Mas Vila no final do século XIX para auxiliar o abastecimento de comida na região de Barcelona. O mercado foi construído na praça de Santa Caterina sobre a estrutura demolida de um antigo convento de mesmo nome. No momento de sua construção, o mercado localizava-se no principal centro da cidade, no qual atualmente é chamado de Ciutat Vella – distrito histórico de Barcelona. Sua importância para a história da cidade deve-se ao fato de ser o primeiro mercado coberto da região, desde sua concepção.

O objeto de estudo em questão consiste na análise do projeto de renovação deste equipamento urbano entre 1997 e 2005. O escritório EMBT (Enric Miralles e Benedetta Tagliabue) ganhou o concurso para requalificação do mercado, como parte de um plano de reabilitação urbanística do bairro histórico e emblemático. Os arquitetos tiveram uma proposta ousada de reformarem além do espaço comercial propondo também uma zona residencial para os edifícios demolidos no entorno (Imagem x), configurando uma relação público-privado na praça.

A principal característica do projeto é sua sensibilidade em propor uma arquitetura nova sobreposta à antiga. Com isso atingiram seu objetivo em executar um conglomerado híbrido, contemporâneo, que extrapola sua utilidade inicial. Mantiveram as fachadas frontal e laterais do antigo mercado, alterando apenas a fachada posterior que dá acesso a praça onde localizam-se também os edifícios residenciais.

A nova cobertura do mercado, seu elemento mais emblemático, tomou partido das cores das frutas e verduras vendidas em suas tendas, resultando em um colorido mosaico de cerâmica inspirado pelos “trencadís” de Antoni Gaudí. Seu design visual foi feito pelo artista Toni Comella, e o encarregado da estrutura foi o engenheiro José Maria Velasco Rivas.

Devido sua enorme expressividade, a cobertura torna-se a principal fachada do edifício, mesmo não sendo visível pela perspectiva do pedestre. Este elemento tornou o mercado mais atrativo, no qual podemos inferir que a arquitetura, por meio de suas formas ousadas, contribuiu para o aumento de fluxo no mercado.



Miralles pensou a cobertura como um elemento que flutua sobre as paredes externas, representando as tendas que cobrem os mercados abertos. Para manter a relação com a tradição construtiva do lugar utilizou-se da madeira e do metal para estruturar essa ondulação como idealizou: um mar de fios. A estrutura do mercado de Santa Caterina é formada por um conjunto de abóbodas irregulares de madeira ligadas por vigas metálicas treliçadas, posicionadas em "V", que em alguns lugares estão à vista e em outros não.

O pé direito elevado permite um maior fluxo de luminosidade e ventilação dentro do mercado, melhorando a experiência de quem o frequenta. Dessa forma o mal cheiro de tendas de açougue é amenizado. Produz uma sensação de ambiente salubre.

A configuração interna do mercado também foi modificada nesta requalificação. Miralles e Tagliabue mudaram o layout das tendas rompendo com a ortogonalidade do antigo mercado, que possivelmente foi projetado assemelhando-se às ruas para permitir a passagem das charretes com produtos.

Essa nova organização das tendas permite uma maior visibilidade dos produtos ofertados, otimizando, portanto, seu caráter comercial econômico. Outra mudança foi na setorização das bancas.

A escolha por esse estudo de caso deu-se pela intervenção de um mercado com importância histórica para a cidade, pela sua localização em um centro histórico, e pela sensibilidade dos arquitetos em proporem uma arquitetura que uniu o velho ao novo por meio do contraste.

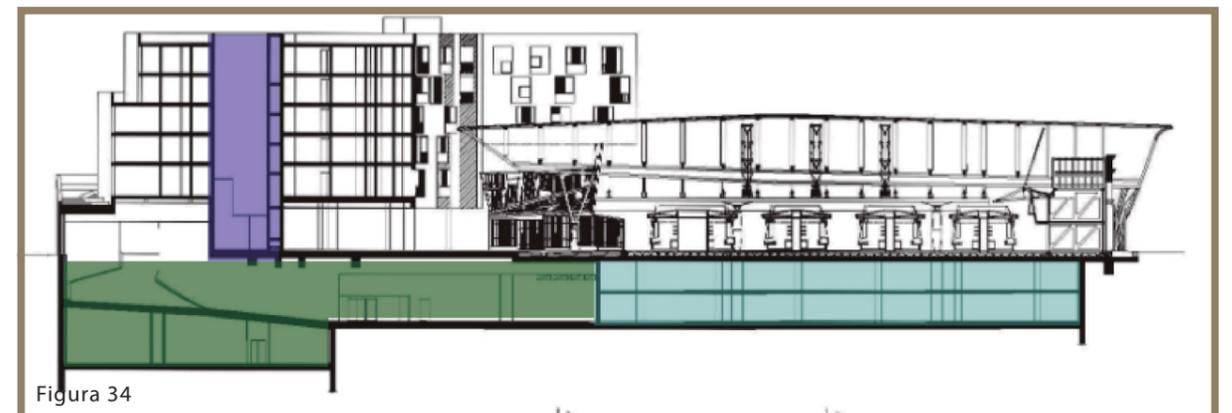


Figura 34

MERCADO DE PINHEIROS

Local: Pinheiros - São Paulo, São Paulo, Brasil

Autor(es) do projeto: Eurico Prado Lopes e Luiz Telles

Data: 1971

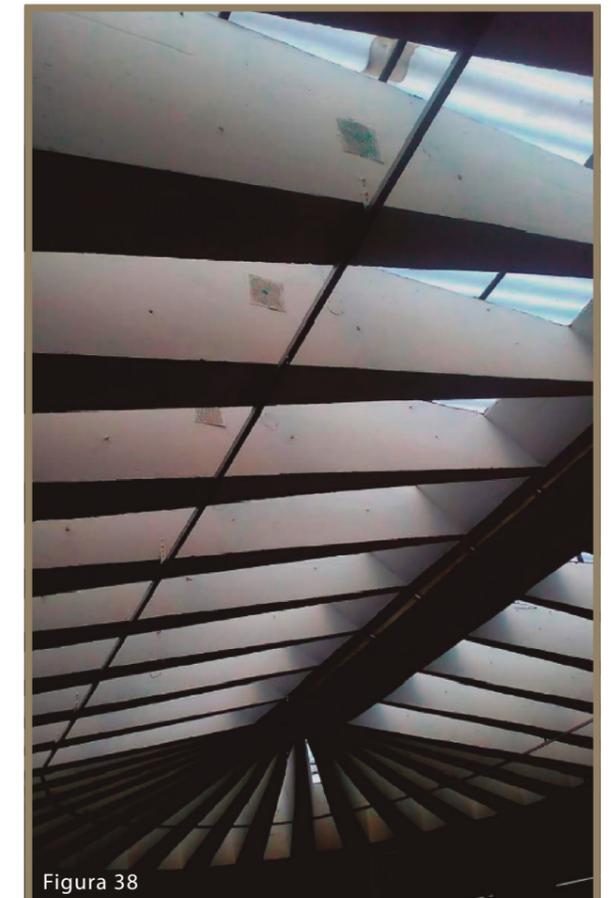
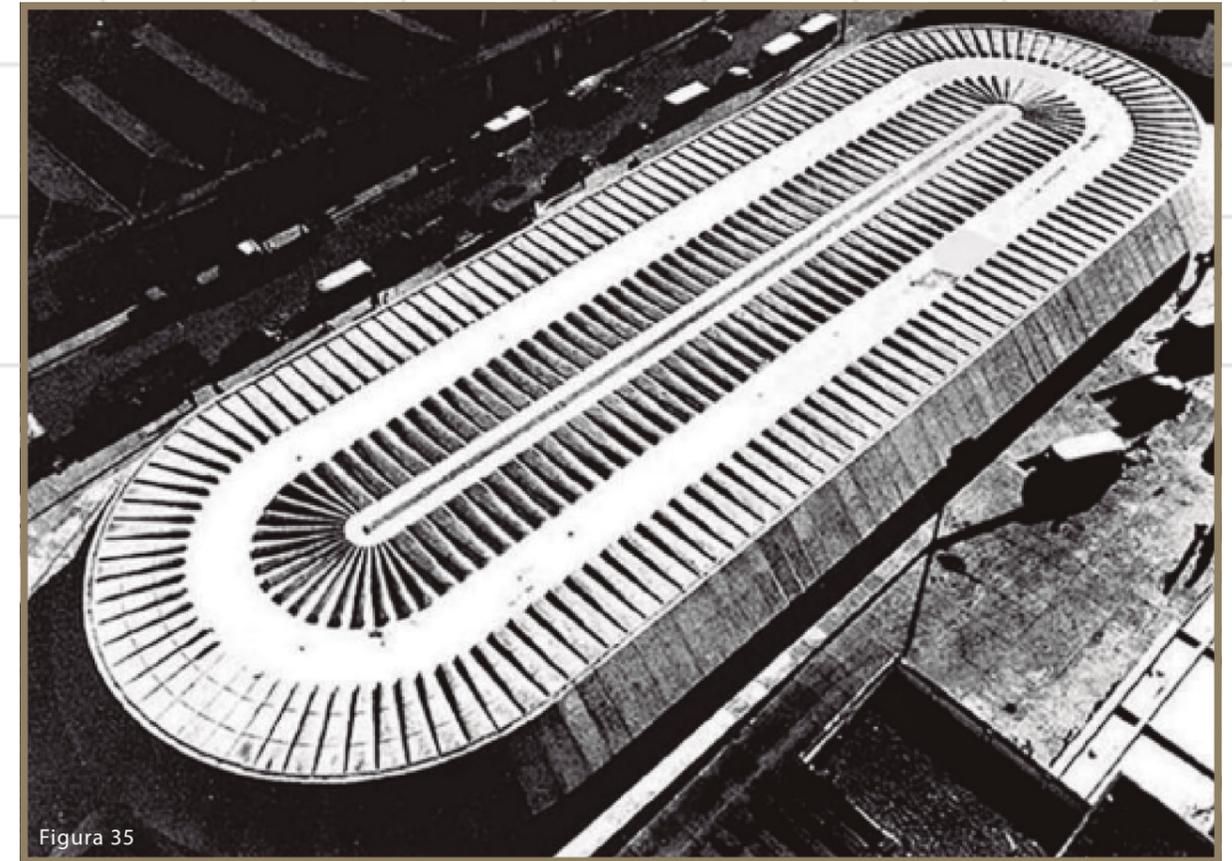
Área: 4.000,00 m²

O Mercado Municipal Engenheiro João de Carvalho Neto foi inaugurado em 1910, onde atualmente passa trecho da Av. Brigadeiro Faria Lima. Assim como nosso objeto de estudo, o mercado, mais conhecido como Mercado de Pinheiros, após algumas décadas de funcionamento precisou ceder sua área para outra construção.

Foi em 1971 que os arquitetos Eurico Prado Lopes e Luiz Telles propuseram a nova sede do mercado, em um edifício de forma elipsoidal com uma área de 4.000m² distribuídos em dois pavimentos.

A estrutura da cobertura do mercado assemelha-se a uma espinha de peixe, no qual os vazios permitem a entrada de luz natural, dando ao ambiente um aspecto mais salubre.

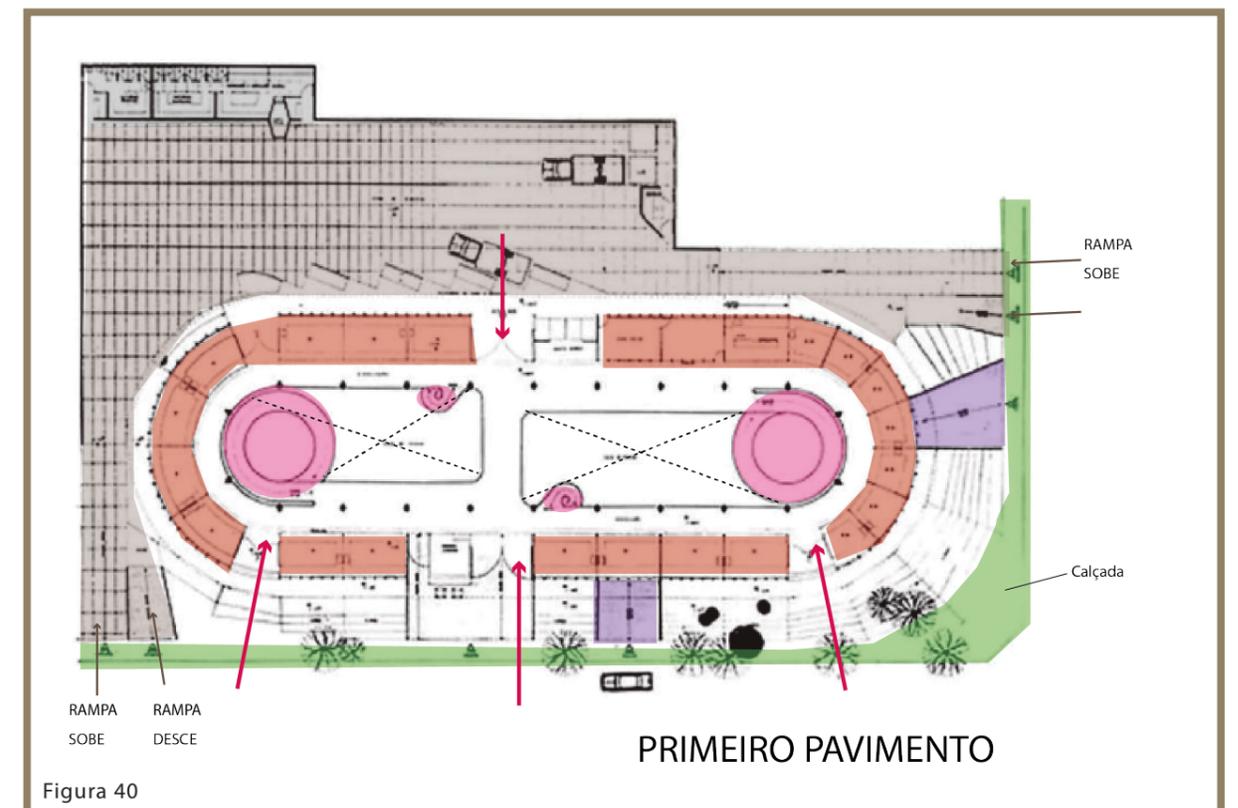
O estudo deste projeto dá-se por sua ótima referência em como solucionar, através da implantação, o fluxo de clientes, e mercadorias, em todos os pavimentos do centro comercial. Outro fator é como a estrutura do mezanino é trabalhada dando visibilidade a todos os pontos do mercado, evitando a subutilização de qualquer banca. Por fim, o conforto luminoso proporcionado pela cobertura ajuda na ambientação de um comércio que exige transparecer



A forma como os acessos foram pensados é bem interessante, pois trabalha uma continuidade da rua a partir de rampas e escadas que dão acesso aos dois níveis do mercado. Isso foi possível pela implantação do edifício em meia altura, ou seja, a rua ficou equidistante dos dois pavimentos, sem priorizar nem um nem outro.

Isso é positivo pois não concentra o fluxo de pessoas em um único pavimento, como ocorre no Mercado Central de Goiânia. O estacionamento possui a mesma lógica de acesso, por rampas que ascendem e descem para o segundo e primeiro pavimento, respectivamente.

A setorização neste mercado trabalha com as bancas de venda de alimentos no primeiro pavimento, e de uma pequena praça de alimentação no segundo pavimento.



MERCADO DE ATARAZANAS

Local: Calle Atarazanas, Málaga - Espanha

Autor(es) do projeto: Aranguren + Gallegos Arquitectos

Data: 2010

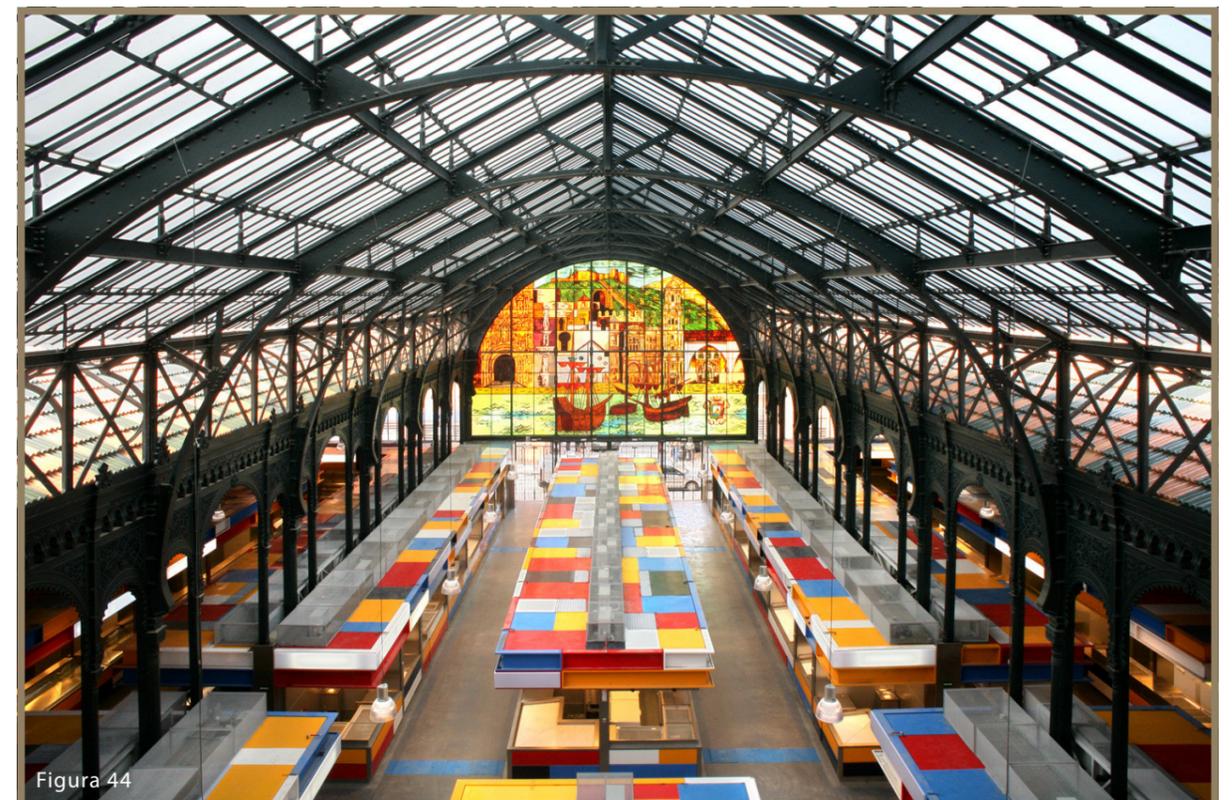
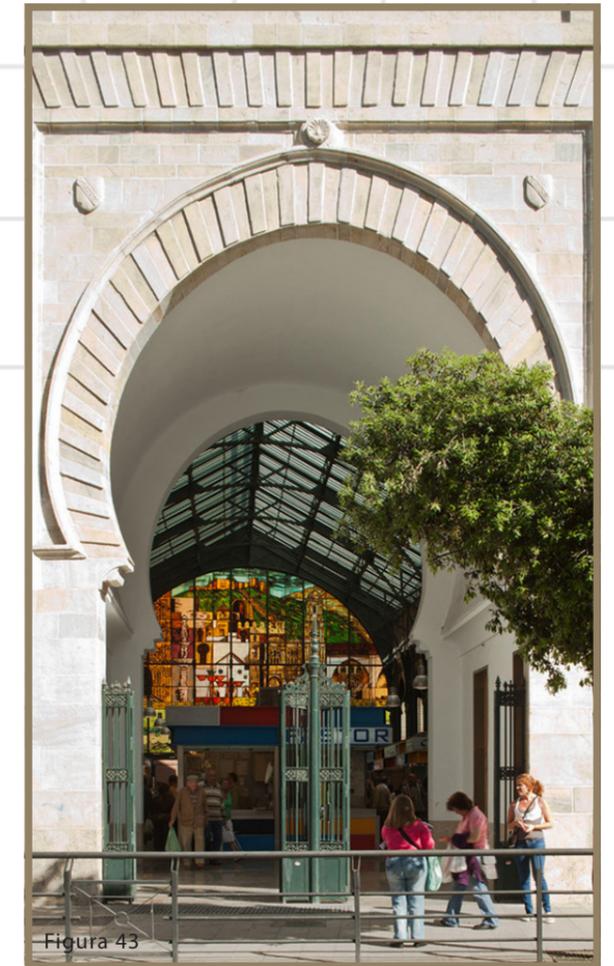
Área: 3.194,00 m²

O Mercado Central de Atarazanas, localizado em Málaga na Espanha, estava em péssimas condições de uso, sem atender as exigências mínimas de higiene atual. Logo, em 2000, foi lançado um concurso pelo Ministério do Fomento para requalificação de seu espaço. O grupo Aranguren & Gallegos Arquitectos foram os ganhadores com sua proposta de preservar a monumentalidade arquitetônica do edifício em estrutura de ferro, do final do século XIX, recuperando o desenho original do arquiteto Rucoba.

Assim foi demolido todos os acréscimos feitos posteriormente que atrapalhavam na leitura completa da estrutura original do edifício, sendo eles coberturas de fibrocimento e o mezanino adicionado em 1973, onde ficavam uma cafeteria e os serviços sem oferta comercial.

Desta forma, os arquitetos ficaram com um amplo espaço central que dá conectividade visual entre a entrada principal e o belo vitral do outro lado do eixo do edifício. Pode-se dizer que a ideia central deste projeto é manter a unidade visual da arquitetura original, no qual a intervenção não competirá com a estrutura já existente, mas sim realçará suas características.

Com o intuito de melhorar o fluxo e funcionalidade do local, melhorando por consequência a visibilidade do público, foi proposto um novo sistema de instalações das bancas de venda de forma ortogonal. Os arquitetos padronizaram todas as bancas para dar uma unidade estética ao interior do mercado. Além disso foi feito um estudo de cores para dar mais dinamicidade ao comércio.



Além disso, a edificação possui inúmeros acessos e aberturas ao longo de todas as fachadas, facilitando o acesso ao interior do mercado e possibilitando a entrada de luz natural. A estrutura de “gradil” da fachada original permitiu a ventilação do ambiente, garantindo o conforto térmico do mercado.

Este projeto é um bom exemplo de requalificação do ambiente externo mantendo a característica arquitetônica do mercado. Com essa intervenção é possível otimizar as vendas através de um fluxo da circulação bem projetado.



Figura 45

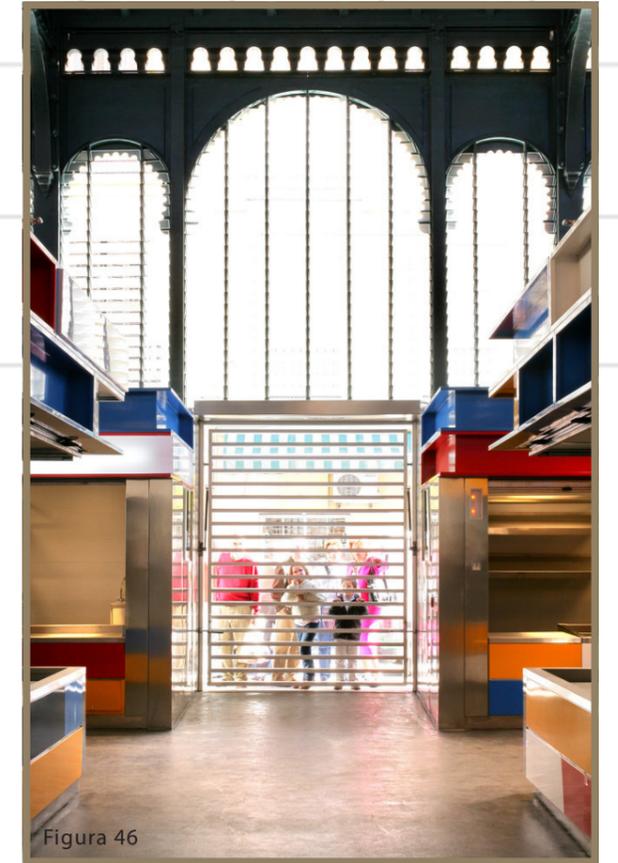


Figura 46

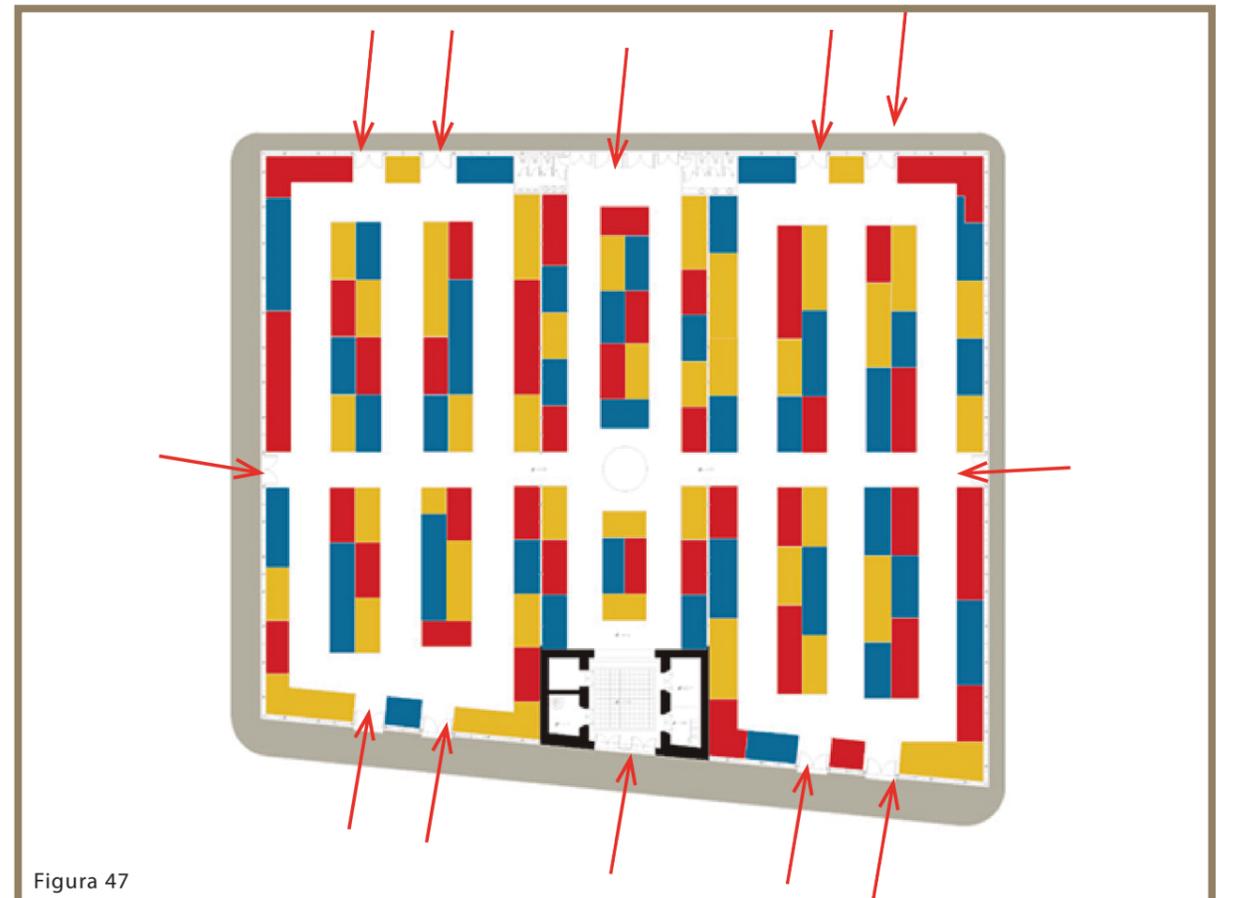


Figura 47

PARTE 04 o projeto



Figura 48

DIRETRIZES

(na escala do)

(intensão projetual)

SETOR

ACUPUNTURA URBANA

QUADRA

INTEGRAÇÃO INTERNO X EXTERNO
ÁREAS DE RESPIRO
ESPAÇO PÚBLICO DE QUALIDADE
PRIVILÉGIO AO PEDESTRE

EDIFÍCIO

ACESSIBILIDADE
REQUALIFICAÇÃO DA ESTRUTURA
REFORMULAÇÃO DO LAYOUT

macro



micro

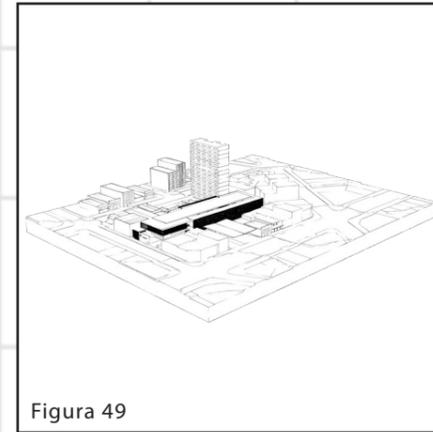


Figura 49

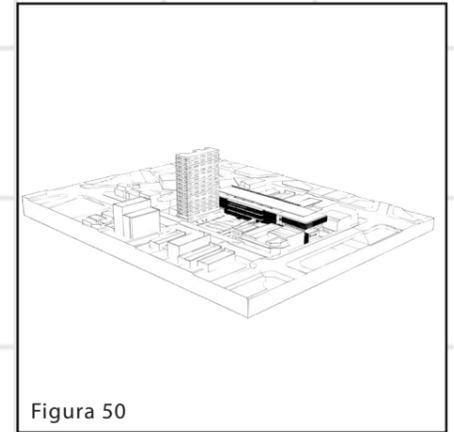


Figura 50

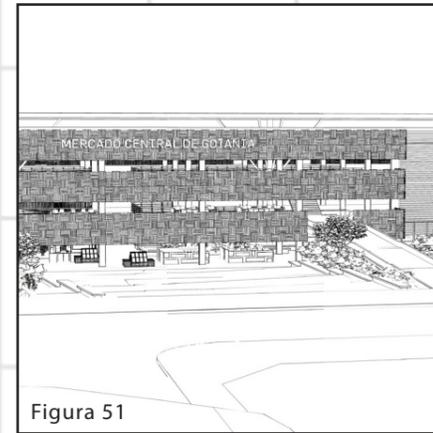


Figura 51

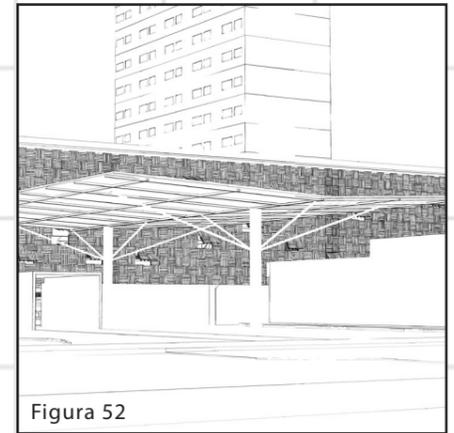


Figura 52

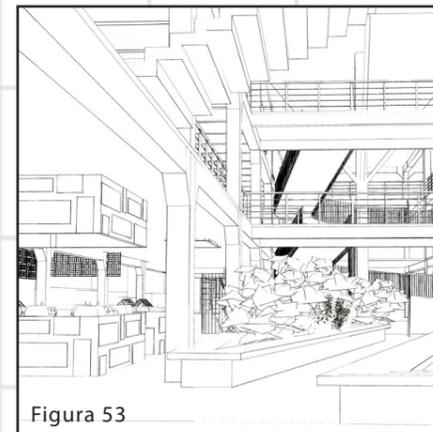


Figura 53

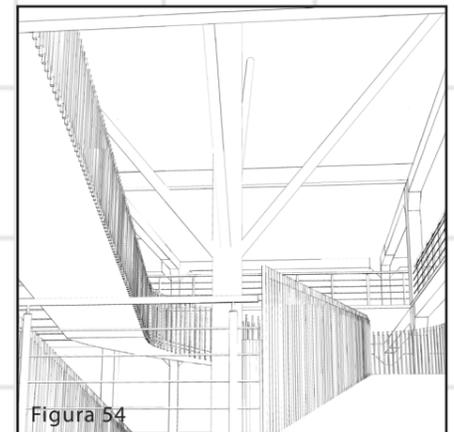


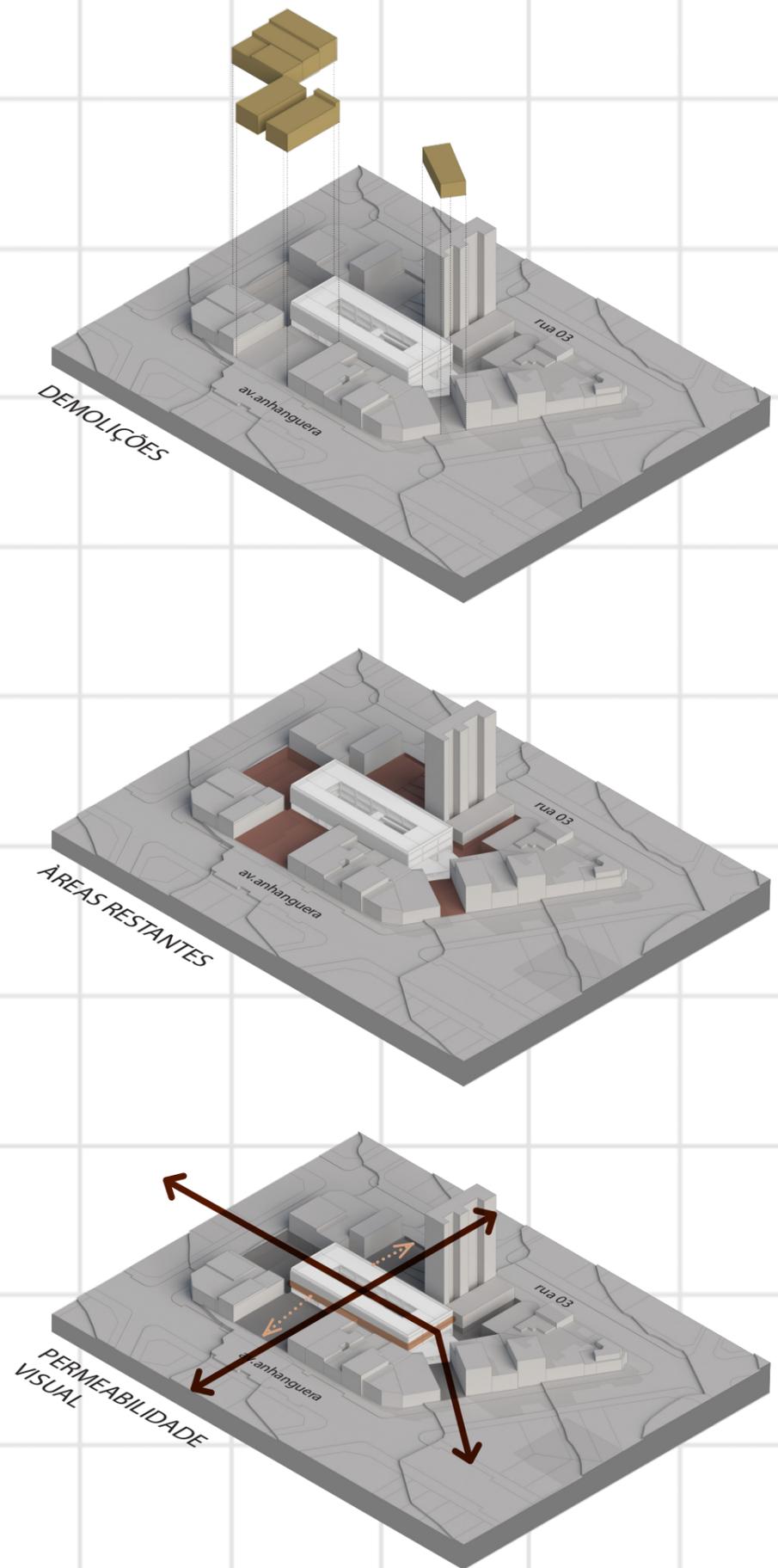
Figura 54

ANÁLISES

Além da subutilização do próprio Mercado Central de Goiânia, a sua quadra possui lotes subutilizados, com edificações sem valor arquitetônico, econômico ou cultural, o que possibilita propor a desapropriação dessas áreas afim de melhorar a visibilidade do mercado, atualmente “enclausurado”.

Conforme apontado no esquema 3D ao lado, com a transferência do estacionamento da rua 03 para o subsolo da rua 20 e a retirada das edificações nos lotes da rua 20, av. Anhanguera e av. Araguaia, ganha-se uma área considerável para espaços de convivência, assim como acessos pelas 4 vias da quadra, melhorando a acessibilidade ao mercado.

Outra premissa para o projeto do mercado veio do estudo do projeto do Mercado de Pinheiros, no qual temos um acesso direto ao primeiro pavimento pela Rua 03, por meio de uma rampa. Isso é possível pelo desnível de 1,60m que há entre a rua e o nível térreo do mercado. Essa rampa ampliará a acessibilidade e fluxo de pessoas - e mercadorias - dentro do mercado, como uma possível resposta a atual situação de subutilização do local.



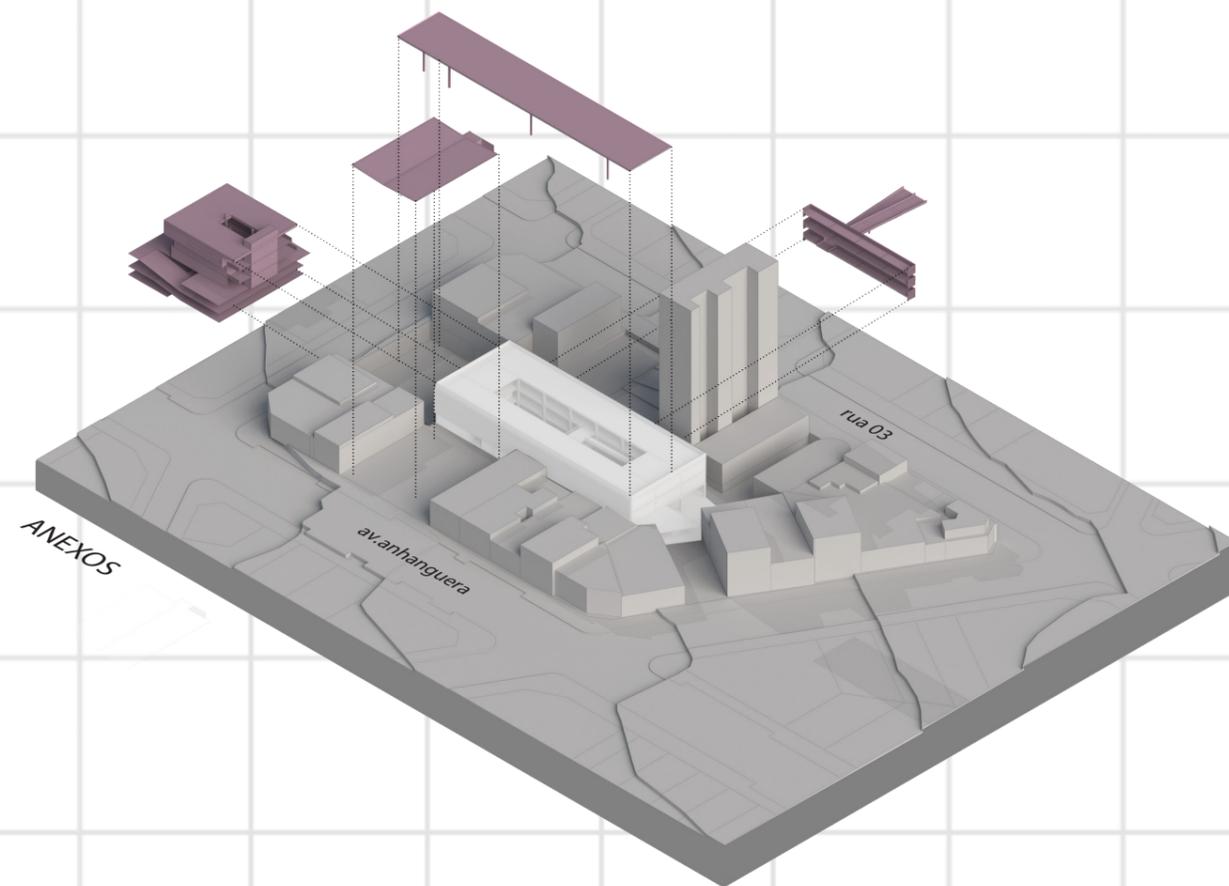
ANEXOS

Na área dos lotes retirados na rua 20, tem-se a proposta da criação de um centro profissionalizante no qual oferecerá aulas e atividades relacionadas ao que se é comercializado dentro do mercado. Buscando valorizar a cultura local, a perspectiva é não só vender o produto no mercado, mas também ensinar o processo de manufatura.

Já na Av. Anhanguera, com a saída das lojas de eletrodomésticos a proposta é criar uma praça coberta – devido a intensa incidência solar – para abrigar feiras e outras atividades rotativas do mercado. A intenção, além de gerar uma área de respiro para o mercado, é valorizar a fachada em uma das avenidas mais importantes da cidade, dando maior destaque para sua entrada.

Outra modificação feita no mercado é a cobertura para recuperar a iluminação e a ventilação natural. Para isso é retirado o pré-moldado central da cobertura existente para liberar os vãos centrais. A cobertura consiste em pilares metálicos em estrutura de “guarda-chuva” para sustentar a nova laje que ficará em um plano mais alto do telhado existente. Dessa forma a luz e ventilação poderão circular livremente no vão gerado por essa diferença de altura entre a cobertura nova e a existente.

Por fim, é proposto um anexo ao mercado voltado para à rua 03, que funciona como balcões voltados para a praça, que antes era o antigo estacionamento. Além disso, esses blocos dão uma volumetria interessante à fachada.



PROGRAMA DE NECESSIDADES

Conforme visto na análise da atual situação do mercado, é necessário a redistribuição das bancas ao longo dos pavimentos, desafogando o térreo e revivendo os demais pisos. Considerando a proposta de uma rampa de acesso diretamente ao primeiro pavimento pela rua 03, é possível trabalhar as bancas do mercado em dois “térreos”. A distribuição foi feita da seguinte maneira:

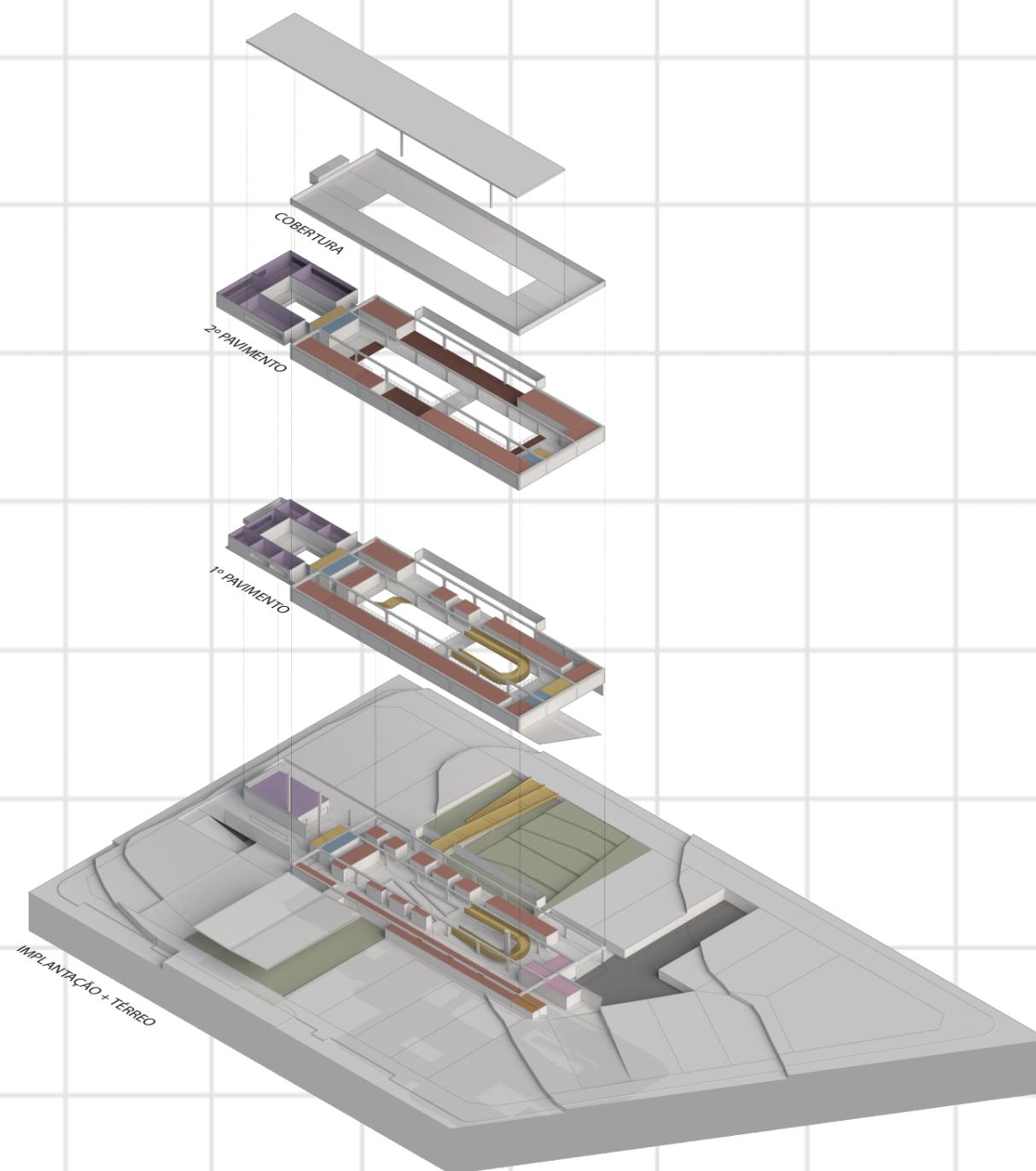
A carga e descarga permaneceu no mesmo local. Foi adicionado no térreo um espaço de vestiário para os funcionários, assim como um depósito, e uma sala de administração. As bancas de peixarias e açougues foram transferidas para o pavimento térreo para um local mais reservado. Mais centralizadas ficaram as bancas de hortifruti, tabacaria, artesanato e produtos naturais. Na área do anexo foi projetado um auditório para aproximadamente 130 pessoas.

No primeiro pavimento ficaram as lojas, em específico de artesanato, produtos naturais, assim como as lojas de serviço como costureira, relojoaria e outros. No anexo estão as salas de uso mais gerais.

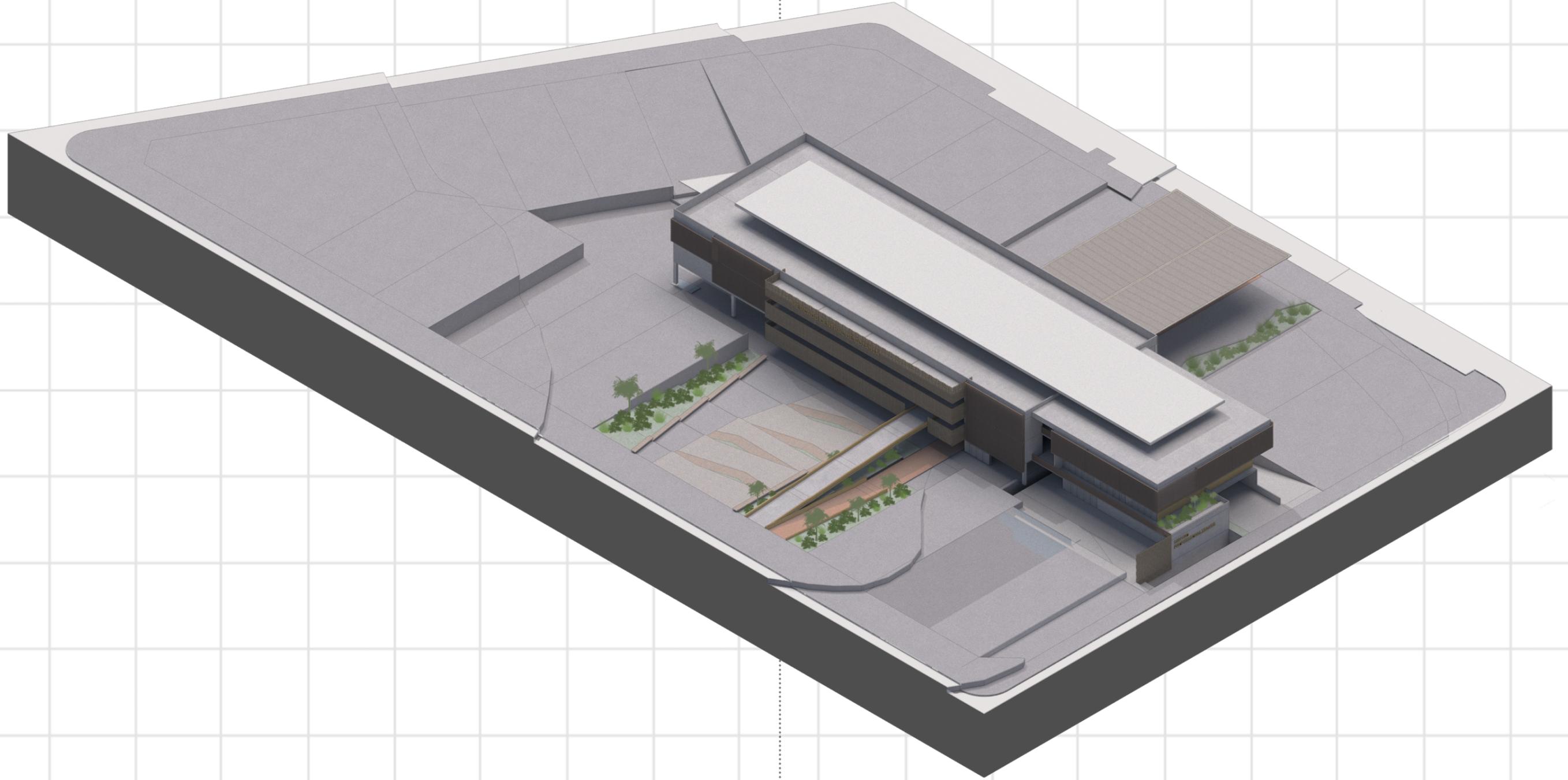
Os restaurantes e lanchonetes foram relocados para o último pavimento junto com a praça de alimentação, configurando um potencial centro gastronômico da culinária goiana. No anexo estão as salas de uso mais específico, como salas de gastronomia e artesanato.

LEGENDA:

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |



O PROJETO



Requalificação do mercado central de Goiânia

o projeto

AV. ARAGUAIA

AV. ANHANGUERA

RUA 20

o projeto

RUA 03

PLANTA DE IMPLANTAÇÃO + TÉRREO

- 1. Gás 2. Estacionamento Funcionários 3. Carga e Descarga 4. Caixa Eletrônico 5. Vestiário Masculino 6. Depósito
- 7. DML 8. Vestiário Feminino 9. Administração 10. Peixaria / Açougue 11. Hortifruti 12. Produtos Locais e Raízes
- 13. Artesanato 14. Sanitários 15. Circulação Vertical 16. Foyer 17. Casa de Som 18. Auditório 19. Tabacaria
- 20. Bancas de Feira (rotativos) 21. Medidores de Energia 22. Acesso Subsolo



[re]qualificação do mercado central de Goiânia

AV. ARAGUAIA

AV. ANHANGUERA

RUA 20

o projeto

RUA 03

PLANTA 1º PAVIMENTO

- 1. Loja Serviço
- 2. Circulação Serviço
- 3. Circulação Vertical
- 4. Sanitários
- 5. Loja
- 6. Produtos Naturais
- 7. Artesanato
- 8. Sala / Oficina



AV. ARAGUAIA

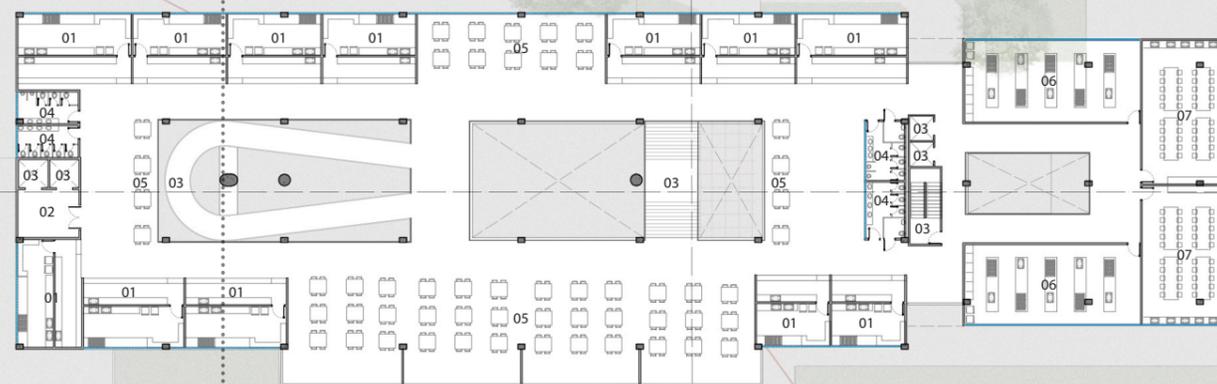
AV. ANHANGUERA

RUA 20

RUA 03

PLANTA 2º PAVIMENTO

- 1. Restaurante / Lanchonete
- 2. Circulação Serviço
- 3. Circulação Vertical
- 4. Sanitários
- 5. Praça de Alimentação
- 6. Sala Gastronomia
- 7. Sala Artesanato



[re]qualificação do mercado central de Goiânia

AV. ARAGUAIA

AV. ANHANGUERA

RUA 20

o projeto

RUA 03

74

PLANTA DE COBERTURA

75



escala gráfica



AV. ANHANGUERA

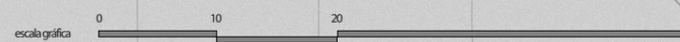
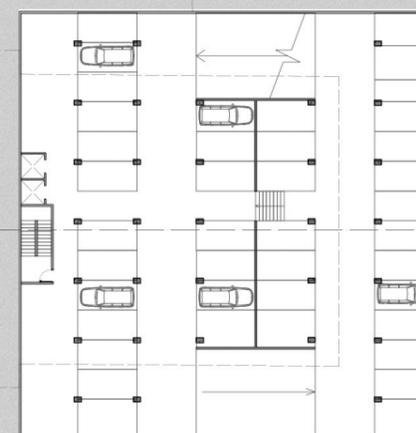
AV. ARAGUAIA

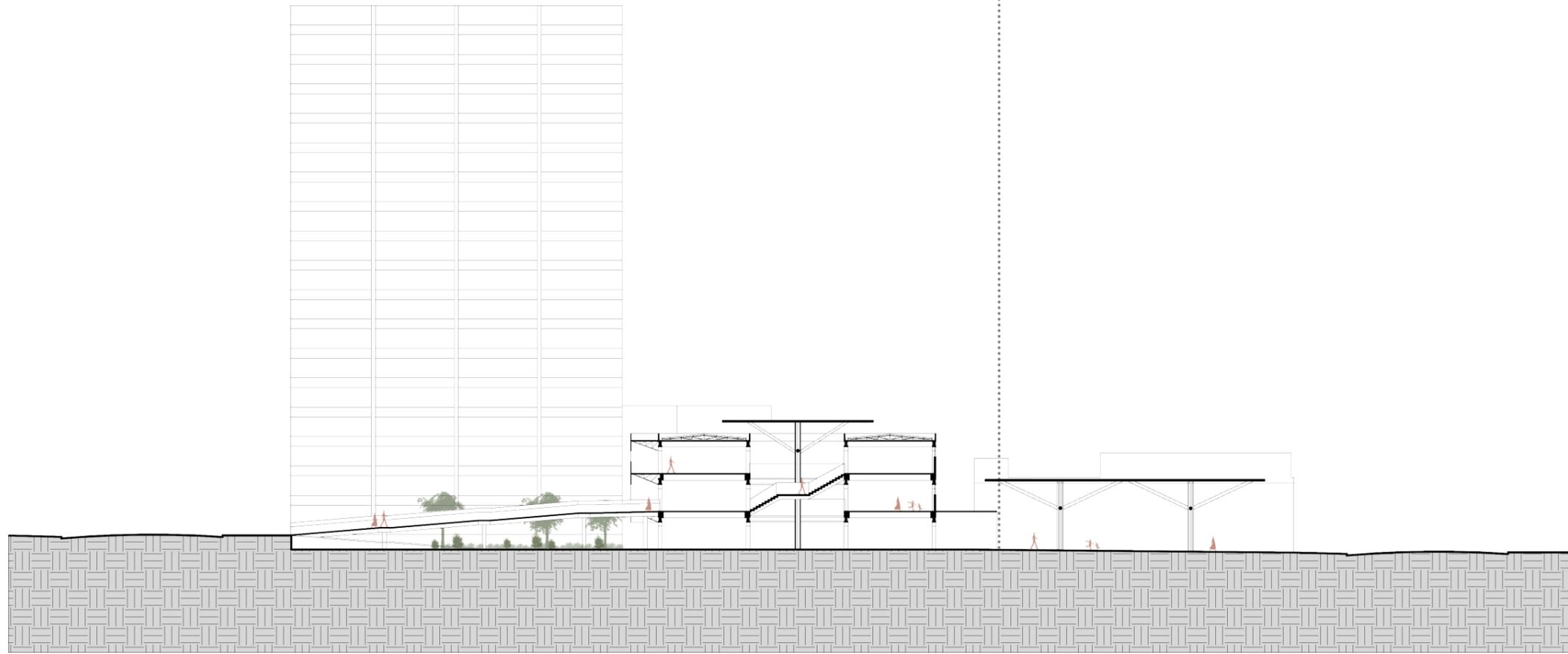
[re]qualificação do mercado central de Goiânia

RUA 20

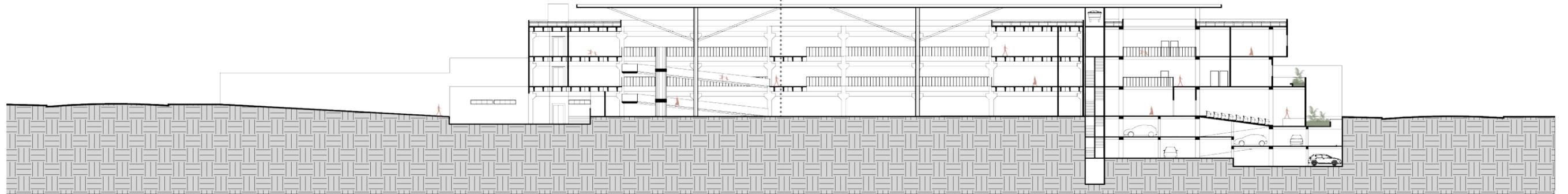
RUA 03

o projeto

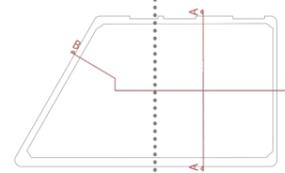




CORTE AA



CORTE BB





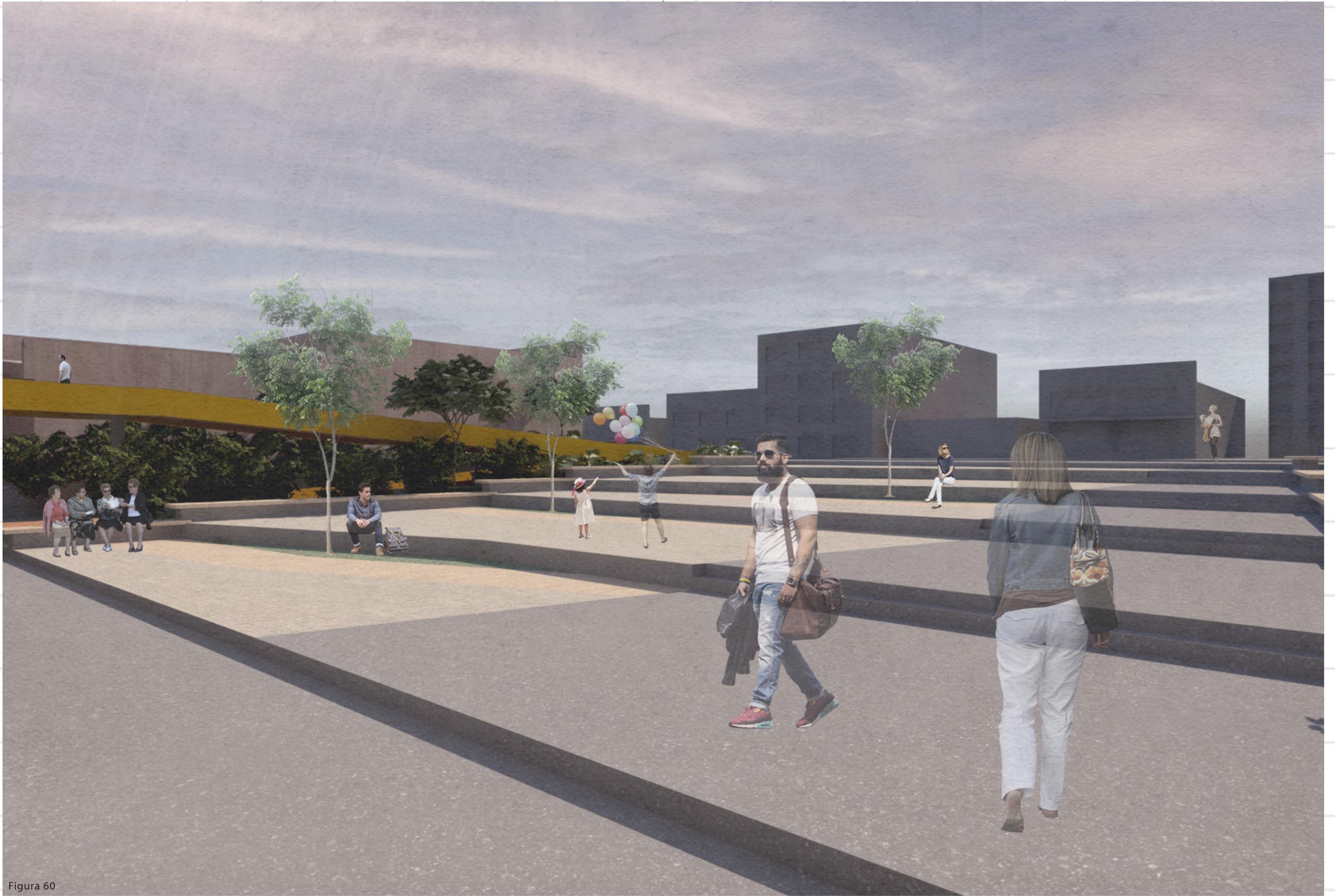












PARTE 05
considerações
finais



Figura 61

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARQUES, Mariana de Vasconcelos Cabral Fernandes. Ainda há lugar para os Mercados Municipais? Repensar o consumo, as sociabilidades e as centralidades urbanas. Os casos de Barcelona e Lisboa. 2014. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura, Técnico Lisboa, Lisboa, 2014. Disponível em: <[fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/844820067124001/Dissertacao_ist_167131\).pdf](http://fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/844820067124001/Dissertacao_ist_167131.pdf)>. Acesso em: mar. 2021.

BARROCO, Lize M. S.. A Importância da Gastronomia como Patrimônio Cultural, no Turismo Baiano. Revista de Investigación em turismo y desarrollo local. Vol 1, Nº2. Mar. 2008.

REBELLO, Alexandra Xavier de Campos. Revitalização do Mercado Central de Goiânia. 2006. 95 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2006.

VARGAS, Heliana Comin; CASTILHO, Ana Luisa Howard. Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados. São Paulo, 2015.

PINTAUDI, S.M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelon: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2006, vol. X, núm. 218 (81)

GONÇALVES, Carolina Caracciolo. COMPRAR E CONVIVER: Os mercados públicos como espaços de troca na cidade contemporânea. Trabalho Final de Graduação - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://issuu.com/carolinagoncalves/docs/tfg_carolinacaracciologoncalves>. Acesso em: mar. 2021.

OLIVEIRA, Nildo Carlos. Uma obra de arquitetura revisitada 43 anos depois. Revista O Empreiteiro, 2014. Disponível em: <<https://revistaoe.com.br/uma-obra-de-arquitetura-revisitada-43-anos-depois-4/>>. Acesso em> mar. 2021.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Foto de comerciante.
Figura 02 – Fachada Mercado Central de Goiânia.
Figura 03 – Fachada Mercado Central de Goiânia.
Figura 04 – Feiras medievais.
Figura 05 – Feiras medievais.
Figura 06 – Gráfico de frequência ao mercado. Fonte: Autora, 2021.
Figura 07 – Gráfico de motivos de ida ao mercado. Fonte: Autora, 2021.
Figura 08 – Gráfico de problemas do mercado. Fonte: Autora, 2021.
Figura 09 – Goiânia, vista aérea.
Figura 10 – Parthenon Center, Goiânia.
Figura 11 – Centro Comercial Popular, Goiânia.
Figura 12 – Mercado Central de Goiânia.
Figura 13 – Fachada projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 14 – Estacionamento Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.
Figura 15 – Entrada pela Rua 03. Foto: Autora, 2021.
Figura 16 – Entrada pela Rua 03. Foto: Autora, 2021.
Figura 17 – Fachada Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.
Figura 18 – Vista vão interno do Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.
Figura 19 – Vista rampa do Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.
Figura 20 – Bancas 1º pavimento do Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.
Figura 21 – Bancas 1º pavimento do Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.
Figura 22 – 2º pavimento abandonado. Foto: Autora, 2021.
Figura 23 – 2º pavimento abandonado. Foto: Autora, 2021.
Figura 24 – 2º pavimento abandonado. Foto: Autora, 2021.
Figura 25 – Detalhe da cobertura, Mercado Santa Caterina. Fonte. <http://alexgaultier.net/embt_8.html>
Figura 26 – Vista aérea Mercado Santa Caterina.
Figura 27 – Maquete Mercado Santa Caterina e seu entorno.
Figura 28 – Entrada do fundo do Mercado de Santa Caterina.
Figura 29 – Planta do mercado com intervenção da autora.
Figura 30 – Processo construtivo Mercado Santa Caterina.
Figura 31 – Processo construtivo Mercado Santa Caterina.
Figura 32 – Processo construtivo Mercado Santa Caterina.
Figura 33 – Planta layout do Mercado de Santa Caterina com intervenção da autora.
Figura 34 – Corte longitudinal do Mercado de Santa Caterina com intervenção da autora.
Figura 35 – Vista aérea, Mercado de Pinheiros.
Figura 36 – Vista interna do Mercado de Pinheiros.
Figura 37 – Vista da rua do Mercado de Pinheiros. Fonte: Google Maps, 2021.
Figura 38 – Cobertura Mercado de Pinheiros.
Figura 39 – Planta pavimento térreo com intervenção da autora.
Figura 40 – Planta primeiro pavimento com intervenção da autora.
Figura 41 – Mercado de Atarazanas antes da reforma. Fonte: <https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f36ae8e44ed53800000b-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no>
Figura 42 – Fachada Mercado de Atarazanas. Fonte: <[131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f1e7e8e44ecad7000008-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no>
Figura 43 – Fachada Mercado de Atarazanas. Fonte: <\[https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f1efe8e44ebb50000010-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\]\(https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f1efe8e44ebb50000010-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\)>
Figura 44 – Vista interna Mercado de Atarazanas. Fonte: <\[https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f200e8e44ecad7000009-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\]\(https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f200e8e44ecad7000009-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\)>
Figura 45 – Vista interna Mercado de Atarazanas. Fonte: <\[https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f20ce8e44ed538000007-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\]\(https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f20ce8e44ed538000007-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\)>
Figura 46 – Vista interna Mercado de Atarazanas. Fonte: <\[https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f242e8e44ecad700000b-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\]\(https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f242e8e44ecad700000b-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-image?next_project=no\)>
Figura 47 – Planta layout Mercado de Atarazanas com intervenção da autora. Fonte: <\[https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f24ae8e44ed53800000a-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-plan?next_project=no\]\(https://www.archdaily.com.br/01-131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos/51d6f24ae8e44ed53800000a-ataranzas-municipal-market-restoration-project-aranguren-and-gallegos-arquitectos-plan?next_project=no\)>
Figura 48 – Fachada Rua 03, projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 49 – Vista esquemática da maquete do projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 50 – Vista esquemática da maquete do projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 51 – Fachada projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 52 – Fachada projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 53 – Vista interna projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 54 – Vista interna projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 55 – Fachada Rua 03, projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 56 – Fachada Rua 03, projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 57 – Fachada Av. Anhanguera, projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 58 – Vista interna do vão central projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 59 – Fachada Rua 20, projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 60 – Vista da praça na rua 03 projeto requalificação Mercado Central de Goiânia. Fonte: Autora, 2021.
Figura 61 – Vista escada interna Mercado Central de Goiânia. Foto: Autora, 2021.](https://www.archdaily.com.br/01-</p></div><div data-bbox=)

“OS GRANDES E ANTIGOS MERCADOS PÚBLICOS, EM ESPECIAL OS DE ARQUITETURA DESTACADA NAS CIDADES, COM QUALIDADE ESPACIAL PERFEITA PARA REMODELAÇÕES E REESTRUTURAÇÕES, PODEM VIR A SER INTERESSANTES PONTOS DE ATRAÇÃO E DE ADAPTAÇÃO A NOVAS DEMANDAS E NOVOS USOS, ESPAÇOS IDEAIS CAPAZES DE SER PALCO DE NOVAS COREOGRAFIAS E ANIMAÇÕES. ESSAS TRANSFORMAÇÕES PODEM RECUPERAR SIGNOS, SIGNIFICADOS E CRIAR ALGUMAS POSSÍVEIS NOVAS IDENTIDADES. PRINCIPALMENTE RECUPERAR O SIGNIFICADO DA ANTIGA PRAÇA – LUGAR DO ENCONTRO, DA TROCA, DAS BRINCADEIRAS, DOS CHEIROS, LUZES E SONS, DOS ELEMENTOS FÍSICOS NATURAIS.”

(TELLES 2003, P.6 APUD GONÇALVES, 2017, P.142)

