

[RE]QUALIFICAÇÃO DO
MERCADO MUNICIPAL PEDRO LUDOVICO
E SUA QUADRA: UM POLO GASTRONÔMICO CULTURAL





PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA POLITÉCNICA
ARQUITETURA E URBANISMO

LUIZA ANDRADE PINHO

[RE]QUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL
PEDRO LUDOVICO E SUA QUADRA:
UM POLO GASTRONÔMICO CULTURAL

GOIÂNIA
2023

SUMÁRIO

1.APRESENTAÇÃO

1.1 Introdução

2. TEMÁTICA

2.1 Intervenção em Pré - Existências

2.2 Cultura e Gastronomia

2.3 Panorama Histórico das Feiras e Mercados Públicos

2.4 Feiras e Mercados Públicos de Goiânia

3. TEMA

3.1 Requalificação do Mercado Municipal Pedro Ludovico e sua quadra: um polo gastronômico e cultural

3.2 Histórico do Setor e do Mercado Municipal Pedro Ludovico

4. O LUGAR

4.1 O local de intervenção

4.2 Síntese e diagnóstico do Setor Pedro Ludovico

5. JUSTIFICATIVA

6. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

6.1 Mercado Municipal de Braga

6.2 Mercado de Santa Caterina

6.3 Mercado da Ribeira - Time Out Market

7. O PROJETO

7.1 Diretrizes Projetuais

7.2 Demolições

7.3 Setorização

7.4 O Programa

7.5 Quadro Síntese

7.6 Implantação e Acessos

7.7 Praça e Cobertura para Feira

7.8 O Mercado Gastronômico

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS





1. APRESENTAÇÃO

1.1 INTRODUÇÃO

Os mercados públicos no Brasil, possuem uma relevância histórica, são espaços de troca, de convivência e promoção de cultura, lugares cheios de significados, que expressam valores que vão além dos econômicos. "[...] Muitos mercados se encontram avariados, poucos corajosamente restaurados, mas todos tombados, senão legalmente pelas autoridades, mas afetivamente pela população", destaca Romano (2004, p.1).

Esse é um dos casos, do Mercado Municipal Pedro Ludovico, situado na região sudoeste da cidade de Goiânia, especificamente no Setor Pedro Ludovico, construído em tábuas de madeira em 1963 , destacando-se por ter sido fundado em um bairro inicialmente popular e periférico que atualmente conquistou uma relevância comercial. Sendo ele um importante equipamento urbano para a cidade, pois nasceu praticamente junto com a capital, palco das relações comerciais, mas também das inter-relações sociais do goianiense.

Atualmente, o mercado apresenta deficiências que refletem tanto no aspecto funcional do comércio, quanto no aspecto identitário, uma vez que o lugar de memória vai sendo substituído por espaços efêmeros, correndo o risco de perder o seu espaço de tradição.

Considerando, o valor cultural gastronômico como um elemento que traduz a identidade de um povo, e que a cidade, sendo a capital do estado de Goiás, recebe pessoas de vários municípios, agregar um novo uso a futura edificação do mercado e requalificar a sua quadra, propondo um polo gastronômico cultural é o tema deste trabalho.



2. TEMÁTICA

2.1 INTERVENÇÕES EM PRÉ EXISTÊNCIAS

Segundo o livro Construir em lo Construído de Francisco de Gracia, a intervenção em espaços pré existentes consiste na definição de uma "forma num lugar que já tem forma", assumindo que a ação modifica o lugar. Essas intervenções estabelecem novas relações e reforçam as já existentes, renovando os pontos históricos em que se inserem e ligando os novos edifícios aos antigos e à cidade.

Com o crescimento das cidades, cada vez mais será necessário a intervenção em edifícios pré-existentes, uma vez que os vazios urbanos deixarão de existir e não terão lotes vagos para novas construções. Este fenômeno, já vem ocorrendo em múltiplas capitais do Brasil, como exemplo em São Paulo e Rio de Janeiro.

Conforme o arquiteto português Álvaro Siza:

"...a arquitectura dos próximos anos será marcada pela prática da recuperação. Recuperação e criação serão complemento e não especialidades passíveis de tratamentos autónomos. Reconhecer-se-á que a linguagem se adapta à realidade e para lhe dar forma. Tudo será reconhecido como património colectivo e, nessa condição, objecto de mudança e de continuidade. Os instrumentos de reconhecimento do real chamam-se História, a arte de construir a transformação chama-se Arquitectura."

Muitos edifícios já existentes, vão se tornando obsoletos, uma vez que as dinâmicas da sociedade transformam-se no decorrer do tempo, necessitando de novos usos e tecnologias para que esses espaços permaneçam na sociedade. Sendo o caso de alguns mercados públicos.

Nesse sentido, para intervir em edificações que já existem, é necessário a habilidade de interpretar o contexto histórico e cultural que a edificação está inserida, respeitando sua memória e identidade, trazendo novas possibilidades. Partindo da linha tênue que separa o antigo do novo, enxergar o passado com a ótica da contemporaneidade é um desafio.

2.2 CULTURA E GASTRONOMIA

A identidade e o valor cultural de uma determinada região, pode ser simbolizada através de vários elementos, um deles é a gastronomia. Segundo Freitas (2021),

Desde as primeiras civilizações, o alimento tem sido muito mais que uma fonte de subsistência, mas também uma prática cultural capaz de unir pessoas e simbolizar uma cultura: através dele é encontrado pertencimento, conexão com o outro e comunhão.

Sendo assim, a gastronomia pode ser considerada um Patrimônio Cultural Imaterial, trazendo consigo um significado histórico, pois evidencia os costumes e tradições ligadas a identidade de um povo. Considerando o seu valor cultural, pode-se reconhecer que assim como a arquitetura, a gastronomia também é uma arte que exige sensibilidade para cozinhar, combinando os saberes tradicionais com a criação.

Diante disso, a valorização desse aspecto cultural, além de reforçar a identidade de uma determinada região, pode influenciar bastante na valorização turística da cidade, a experiência gastronômica, assim como a arquitetônica, podem ser um atrativo, promovendo deslocamentos humanos em busca dessa vivência. (Freitas apud Ignarra, 2010).





2.3 PANORAMA HISTÓRICO DAS FEIRAS E DOS MERCADOS PÚBLICOS

A sociedade nômade foi dando lugar a sedentária devido a agricultura e a pecuária. O homem passou a produzir o seu próprio alimento e com isso precisou se fixar em um determinado lugar. No entanto, com as melhorias das técnicas da agricultura, houve um aperfeiçoamento dessa atividade e com o tempo a separação da pecuária, surgindo então a necessidade de troca de produtos excedentes, ou seja, agricultor trocava produtos com pecuarista.

Como essas trocas não utilizavam moeda, essas transações não tinham caráter comercial, apenas prática do escambo.

Para que o escambo acontecesse, era necessário um espaço específico, um local de fácil acesso, próximo as estradas e vias navegáveis. Um local que pudesse dispor as mercadorias de maneira a serem vistas pelos indivíduos. Lugares geralmente abertos, equidistantes dos centros que facilitassem a negociação de culturas diversas com neutralidade. (VARGAS, 2001) Nota-se que esse modelo de trocas diversas, associado ao espaço utilizado, caracterizam-se as primeiras feiras.

As feiras foram a base para a realização do comércio local e mais tarde se tornaram o principal meio de introdução do dinheiro como base de troca. Além disso, contribuíram também para o desenvolvimento do espaço urbano. (FREITAS 2008)

Conforme Pintaudi (2006), muitas cidades originaram-se a partir desses lugares de desenvolvimento econômico e troca de mercadorias e culturas.

Logo, dentre as formas de comércios existentes, as feiras são os mais antigos. Segundo Ferreira (1999), a palavra feira tem origem latina, feria que significa “dia de festa”. Já na língua portuguesa, de acordo com o dicionário brasileiro Michaelis, feira é definido como: “lugar público e descoberto em que, em dias e épocas fixas, se expõem e vendem mercadorias”.

Sendo a feira um espaço público, a diversidade, a comunicação popular e a manifestação cultural também permeiam nesses espaços.

As feiras livres, mais que espaços de comércio, são locais que representam a dinâmica de uma sociedade em determinado momento, pois demonstram a produção local e a circulação de mercadorias. No Brasil, como em outras sociedades, as feiras são espaços ricos culturalmente. Em geral, afastadas dos setores mais abastados das cidades, elas estão mais próximas das camadas populares, nas áreas periféricas e hoje servem mais a esta população. (FREITAS et al. 2008)

É importante dizer que a partir das feiras surgiram os primeiros mercados, engendrados da necessidade da concentração de produtos, sua organização por tipo, melhores infraestruturas para o seu armazenamento e o funcionamento diário das vendas.

Desta forma, os mercados públicos eram o local de compra de alimentos, e com o passar dos anos, à medida que outras necessidades e novidades foram surgindo, começaram também a vender utilidades, ferramentas, roupas, etc. (PEREIRA, 2018)

O vocábulo mercado, do latim mercatu, tem o significado usual de um lugar onde se vendem comestíveis e outros gêneros; uma feira; povoação onde há grande movimento comercial; ou um centro de comércio. (REBELLO. 2006, p. 44)

Segundo Silva (2019), o funcionamento diário do mercado em um local fixo contribuiu para o desenvolvimento de muitas cidades, uma vez que gerava crescimento econômico, obtendo vantagens e lucros.

Os mercados foram espaços relevantes para o abastecimento de vários produtos, mas também um local de trocas de experiências. Segundo Pintaudi (2006), "de trocas não materiais que 'abasteciam' outras esferas da vida em sociedade".

Rebello (2006), salienta a democratização dos mercados públicos, uma vez que pessoas se reúnem para desfrutar de boa comida e opções diferenciadas, por isso se reforçam não só como locais onde todas as classes sociais buscam produtos de qualidade, mas também parte dinâmica da memória histórica da cidade. Prova disso é frequentemente a integração dos mercados centrais como patrimônio histórico e cultural em múltiplas capitais.



Em síntese, feiras e mercados dividem o momento histórico de sua origem, ambos, tem em comum aspectos de uma organização social e produtiva, de base territorial, mantendo alguns traços originais, no entanto, também se transformaram ao longo da história. Nos dias de hoje, há uma retomada da valorização desses espaços, melhorando a espécie dos produtos, serviços e ambientação. (Pintaudi 2006, Alves e Ribeiro Filho 2011, Navarro 2012 apud ROMANO et col. 2020).

No Brasil, há uma variedade grande de feiras e mercados, com características bem semelhantes. No entanto, por se tratar de um país extenso e populoso, estes espaços atendem a realidade de cada região, conforme a demanda de seus frequentadores e possuem também, uma relevância social e turística.

Como exemplos, o Mercado Central de Belo Horizonte, com seus queijos e doces e o Mercado Público de Florianópolis, com seus bares e restaurantes, reunindo em um só lugar, moradores e turistas.

Para a melhor compreensão, mais adiante uma linha cronológica é apresentada em uma síntese gráfica.



MERCADO CENTRAL DE BELO HORIZONTE. Fonte: Pinterest



MERCADO PÚBLICO DE SANTA CATARINA
Fonte: Archdaily



ESCAMBO PRIMEIRAS FEIRAS IDADE MÉDIA IDADE MODERNA



IDADE CONTEMPORÂNEA SÉCULO XX HIPERMERCADOS VALORIZAÇÃO DA TRADIÇÃO MEMÓRIA E IDENTIDADE

2.4 FEIRAS E MERCADOS PÚBLICOS DE GOIÂNIA

A fim de compreender os aspectos culturais do povo goianiense, é necessário realizar um breve histórico sobre a fundação da cidade, bem como esta foi ocupada e qual o panorama sociopolítico.

Goiânia foi fundada na década de 30, por Pedro Ludovico Teixeira, para ser a nova capital do estado de Goiás. O desejo de uma nova capital, surgiu da necessidade em um contexto nacional de mudanças e progressos, a partir de novas configurações sociais e políticas, com o objetivo de ser moderna e trazer desenvolvimento para o interior do Brasil. (BORGES, 2013)

Embora, a cidade tenha sido idealizada, a sua formação não ocorreu de maneira sistemática, pois sofreu influência dos habitantes advindos de várias regiões do Brasil, que nela chegavam em busca de melhores condições de vida, trazendo consigo, suas tradições e culturas. (BORGES, 2013)

Borges (2013), considera que a modernização em Goiânia não deu fim aos aspectos tradicionais, uma vez que os hábitos e os costumes dos moradores foram sendo construídos do mesmo modo que existiam em seus lugares de origem.

Em vista disso, a cultura da capital goiana é marcada pela união entre o moderno e o tradicional, um bom exemplo desse contraste é a forte presença das feiras livres, dos shoppings centers e dos hipermercados.

Como já mencionado anteriormente, a feira representa o modo mais antigo de comercialização, propiciando o desenvolvimento urbano. Em Goiânia, não foi diferente.

Com o crescimento populacional da nova capital goiana, as instalações comerciais que Goiânia possuía, tornou-se pequena para atender a demanda dos novos moradores, sobretudo as de gêneros alimentícios. Por essa razão, houve um incentivo por parte do poder público na criação das feiras livres. (BORGES, 2013)

Esse incentivo para a inauguração das feiras, gerou na população goiana, o costume de frequentar, ou de trabalhar nelas. "A feira, na sua forma tradicional, foi trazida para a cidade moderna", afirma Borges (2013).

A Feira Hippie de Goiânia é a maior feira da cidade e da América Latina. Depois de sua expansão e o nascimento das Feiras do Sol e e da Lua entre 1990 e 1993, outras feiras foram surgindo, dados extraídos do site da Prefeitura de Goiânia.



Imagem da Feira Hippie de Goiânia antigamente.
Fonte: <https://agenciadoradenoticias.go.gov.br/>

Conforme dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência e Tecnologia (SEDETEC), Goiânia conta hoje com 122 feiras livres cadastradas, sendo a cidade considerada como a capital das feiras.

Entende-se que feiras e mercados, surgiram para suprir as necessidades de sobrevivência das pessoas. Em Goiânia, assim como em outras cidades, o desenvolvimento urbano iniciou-se através da região central. Desse modo, o primeiro mercado público da capital foi fundado no Setor Central, funcionando inicialmente como feira. A partir de 1941 a feira deixa de existir e ergue-se o Mercado Central de Goiânia. (PEREIRA, 2018)

MERCADOS PÚBLICOS DE GOIÂNIA

Segundo, site da Prefeitura de Goiânia, a capital, conta atualmente com sete mercados municipais, localizados em diferentes regiões da cidade, estes estão organizados de maneira cronológica, conforme a sua fundação na linha do tempo abaixo.:



Mercado Central de Goiânia, Rua 4.



Mercado de Campinas.

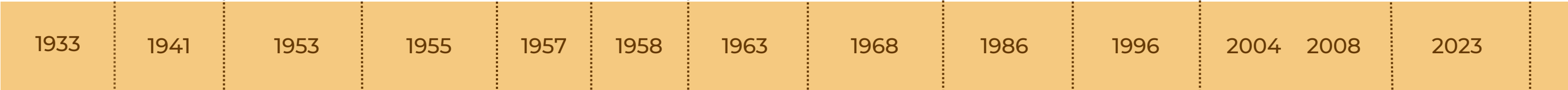


Mercado Vila Operária
Mercado Centro Oeste (1991)

1ª reforma do Mercado Municipal Pedro Ludovico - Construção em alvenaria

2ª reforma - Mercado Municipal Pedro Ludovico

REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL PEDRO LUDOVICO



Fundação de Goiânia



Mercado Bairro Popular. Rua 74



Mercado Vila Nova - 5ª avenida



Construção do Mercado Municipal Pedro Ludovico - Edifício em tábuas de madeira. (1º Hortifruti do Setor Pedro Ludovico)

Mercado Central de Goiânia, Rua 3.



Última reforma - Edifício atual do Mercado Municipal Pedro Ludovico



Os mercados públicos no Brasil, possuem uma relevância histórica. São espaços de troca, de convivência e promoção de cultura, lugares cheios de significados, que expressam valores que vão além dos econômicos. "[...] Muitos mercados se encontram avariados, poucos corajosamente restaurados, mas todos tombados, senão legalmente pelas autoridades, mas afetivamente pela população", destaca Romano (2004, p.1).

Esse é um dos casos, do Mercado Municipal Pedro Ludovico, situado na região sudoeste da cidade de Goiânia, especificamente no Setor Pedro Ludovico, construído em 1963, destacando-se por ter sido fundado em um bairro inicialmente popular e periférico que atualmente conquistou uma relevância comercial. Sendo ele um importante equipamento urbano para a cidade, pois nasceu praticamente junto com a capital, palco das relações comerciais, mas também das inter-relações sociais do goianiense.

No entanto, esse espaço sofre hoje um descaso do poder público, necessitando de uma atribuição de novos sentidos que atendam a dinâmica contemporânea. Contudo, o presente trabalho de conclusão de curso assume como tema a Requalificação do Mercado Municipal Pedro Ludovico e sua quadra: um polo gastronômico e cultural.

3. TEMA

3.1 [RE]QUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL PEDRO LUDOVICO E SUA QUADRA: UM POLO GASTRONÔMICO E CULTURAL





Imagem do Mercado Municipal Pedro Ludovico atual
Fotografia tirada pela autora.

3.2 HISTÓRICO DO SETOR E DO MERCADO MUNICIPAL PEDRO LUDOVICO

O mercado em estudo localiza-se no Setor Pedro Ludovico, um bairro que surgiu da necessidade de abrigar pessoas que vinham para a nova capital e não tinham condições financeiras para morar no Centro ou no Setor Campinas. Segundo Bernardes (2009), estas pessoas eram trabalhadores, chegavam também famílias inteiras na esperança de oportunidade de melhores condições de vida.

O bairro popular Pedro Ludovico, definido por Costa (2016), nasceu em uma área de ocupação fora do planejamento urbano em uma região com água que abastecia a cidade, por essa razão, a apropriação do espaço deveria ser feita com cuidado e não naquele momento.

Assim, foi ocorrendo uma expansão desordenada do setor. De início, este crescimento ocorreu a partir de uma ocupação de ranchos espalhados.

Os moradores do Setor Pedro Ludovico, ficaram conhecidos como "Macambiras", devido a área ocupada ser uma fazenda com esse nome, no entanto, parece haver uma confusão a este respeito, Costa (2016), aponta em sua dissertação o seguinte:

Contudo, a fazenda Macambira não é a região de origem da "terra dos Macambiras" do Setor Pedro Ludovico. Tal fazenda é o sítio do futuro Setor Sudoeste, de fato, região também da expansão urbana da década de 50. Mas a fazenda que dá origem ao Setor Pedro é a "fazenda Serrinha", que consta das terras adquiridas para construção da capital e estava na zona suburbana da cidade.

Este apelido dado aos moradores do setor, passou a ter um caráter pejorativo, uma vez que fazia referência a "invasores". (COSTA, 2016)

No início, a extensão do St. Pedro Ludovico, contemplava até o atual Setor Marista, porém na década de 60, ocorreu a divisão dos setores, por "pressão de famílias mais abastadas que ali residiam e não queriam ser associadas ao 'povo da macambira' " (CASA FORA DE CASA)

O governo passou a controlar a ocupação na década de 50. A partir de então inicia-se a formação do bairro, levando mais adiante a sua regularização e a especulação imobiliária começava a dar sinais. (Costa, 2016) Segundo Casa Fora de Casa, apenas na década de 60, ocorre a chegada dos serviços básicos para os moradores.

O setor carecia de um local para o abastecimento de produtos, pois era dispendioso deslocar-se até o Centro ou o Setor Campinas . Segundo, o site da Rede Metropolitana de Transportes Coletivos de Goiânia (RMTC), os primeiros moradores do St. Pedro Ludovico tinham que embarcar em uma jardineira, um ônibus pequeno e velho com um capô parecido com um caminhão para deslocar-se até o centro da cidade.

Nesse sentido, conforme dados extraídos do site da Prefeitura surge o primeiro mercado hortifrutigranjeiro em 1963, construído em tábuas, o então Mercado Municipal Pedro Ludovico.

Cinco anos depois, na gestão do Prefeito Iris Rezende, o espaço é reconstruído em alvenaria, passando por três reformas, que aconteceram nos anos 1996, 2004 e a mais recente em 2007, ficando o mercado fechado para a execução da obra até 2008. Após a última reforma, passaram a existir somente salas em alvenaria, a maioria com mezanino, sendo a área interna do mercado destinada para eventos culturais. (Site Prefeitura)

No final da década de 50, começou a regularização dos assentamentos dos moradores no setor. A fundação do Terminal de Ônibus Izidória em 1976, contribuiu decisivamente para o desenvolvimento do Setor Pedro Ludovico, chegando o asfalto no bairro nove anos depois, informações extraídas do site RMTC.

Atualmente, o Setor Pedro Ludovico, possui grande potencial econômico, com comércio diversificado e valorização imobiliária. O bairro, conta com uma extensa área verde, incluindo o Jardim Botânico e o Parque Areião. Observa-se ainda, muitas residências térreas, resistindo assim ao processo de verticalização.

Quanto ao Mercado Municipal Pedro Ludovico, apesar de suas transformações no decorrer do tempo, o edifício é um marco de memória do bairro, despertando a afetividade dos moradores.



Imagem do Mercado Municipal Pedro Ludovico e a Feira.
Fotografia tirada por drone pela autora.



O edifício insere-se na avenida mais movimentada do bairro, a Avenida Circular. Aos domingos, na Viela do Mercado, unindo-se a Praça Central, ocorre a tradicional feira do Setor Pedro Ludovico, neste dia o movimento é ainda maior, atraindo moradores e pessoas de outros bairros. Nesta feira, vende-se em sua maioria produtos alimentícios, como frutas, verduras, legumes, pastel , cereais e temperos, sendo um espaço de vivacidade no setor.

A forma de implantação do mercado, acompanha a malha urbana do bairro, a partir de uma configuração formal concêntrica. A organização espacial do mercado, apresenta-se a a partir de um pátio central, com suas salas organizadas na parte interna e externa, circundando os quatro lados do edifício.

As lojas maiores estão voltadas para o exterior e são mais ativas comercialmente. Enquanto as internas não são muito frequentadas, revelando um enfraquecimento comercial.

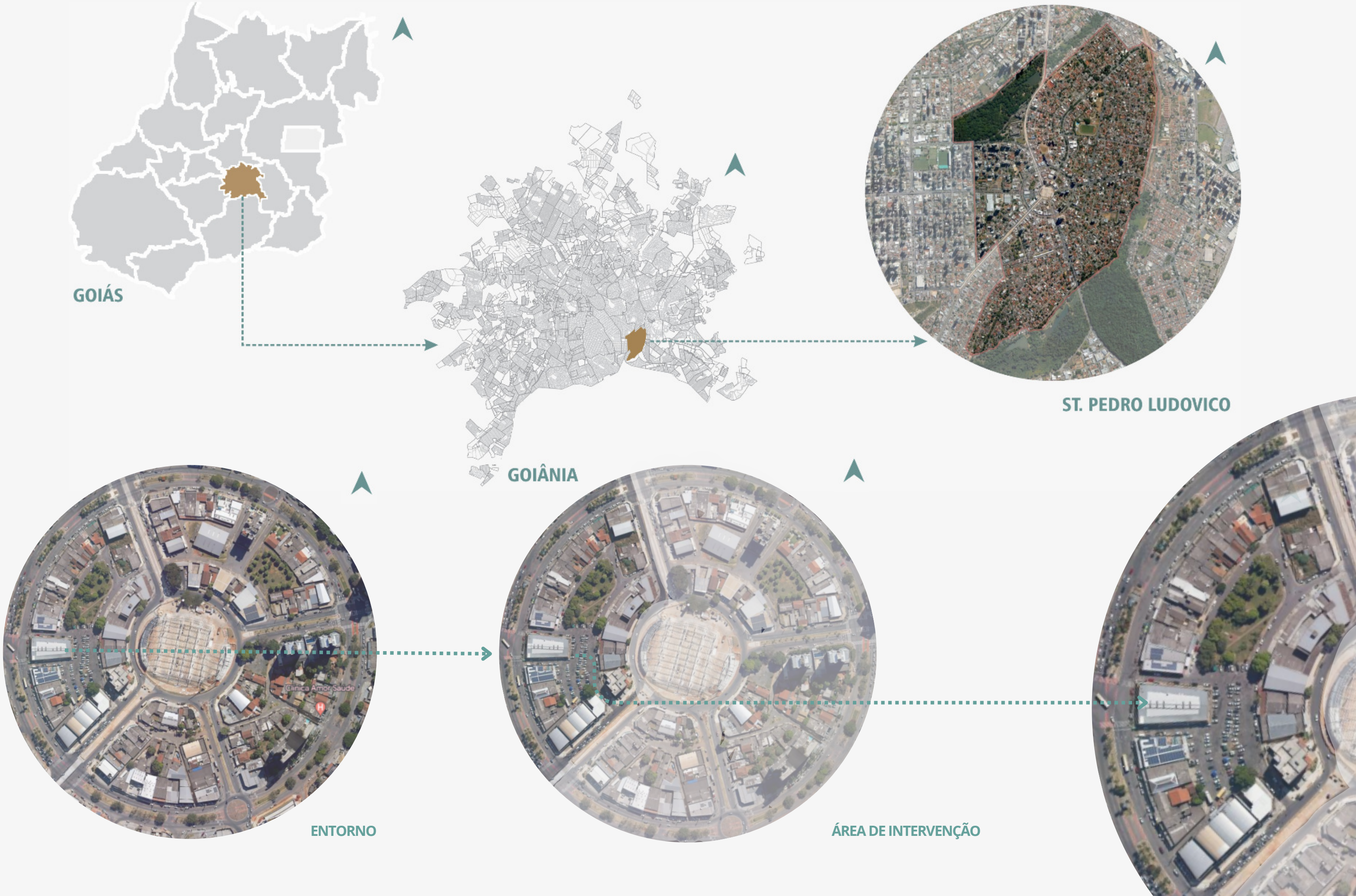
Segundo dados do site da Prefeitura de Goiânia, na última reforma a área interna do mercado foi reservada para eventos culturais. No entanto, isso não acontece. Atualmente esse espaço interno encontra-se em obras para a instalação de um Atende Fácil da Prefeitura.

Durante uma visita de campo, em uma conversa informal com uma permissionária, que vende produtos naturais e da terra a mais de 40 anos, um estabelecimento herdado dos pais, Márcia com seu avental bem tradicional diz:

[...] antes da última reforma, foi feito perguntas pra gente, para dizer como queria o mercado. Eu queria um mercado que se vende fruta, verdura ou comida, mas o pessoal fugiu disso para vender camelódromo[...] no mundo inteiro, o mercado é de tradição, farinha pequi, queijo , tempero é isso que tinha que ter. Fui visitar o mercado de Belo Horizonte, tinha uma mulher que o espaço dela era isso aqui ó, mal cabia uma cadeira e sabe o que ela vendia? - cebolinha que ela picava na hora, tinha fila, fiquei boba [...] e o Sebrae encheu a boca para falar que isso aqui iria ser um mercado.

Contudo, nota-se, que o Mercado Pedro Ludovico vem perdendo o seu espaço de tradição, dando lugar a espaços que não permanecem no tempo, exemplo disso são as inúmeras lojas de acessórios para celulares, basicamente uma do lado da outra, além de várias salas fechadas.

4. O LUGAR 4.1 O LOCAL DE INTERVENÇÃO



DESENHO URBANO ORIGINAL DO SETOR



4. O LUGAR

4.2 SÍNTESE E DIAGNÓSTICO



Segundo o plano urbanístico original do setor, as quatro quadras que circundam o terminal apresentavam, miolos ou vazios centrais, onde teriam praças e áreas verdes, proporcionando um respiro em meio a tantas massas edificadas. No entanto, atualmente esses vazios sofreram invasões e foram loteados, alterando a forma do desenho do projeto original, sendo a quadra do Mercado Municipal Pedro Ludovico a única que permaneceu com o mesmo desenho.

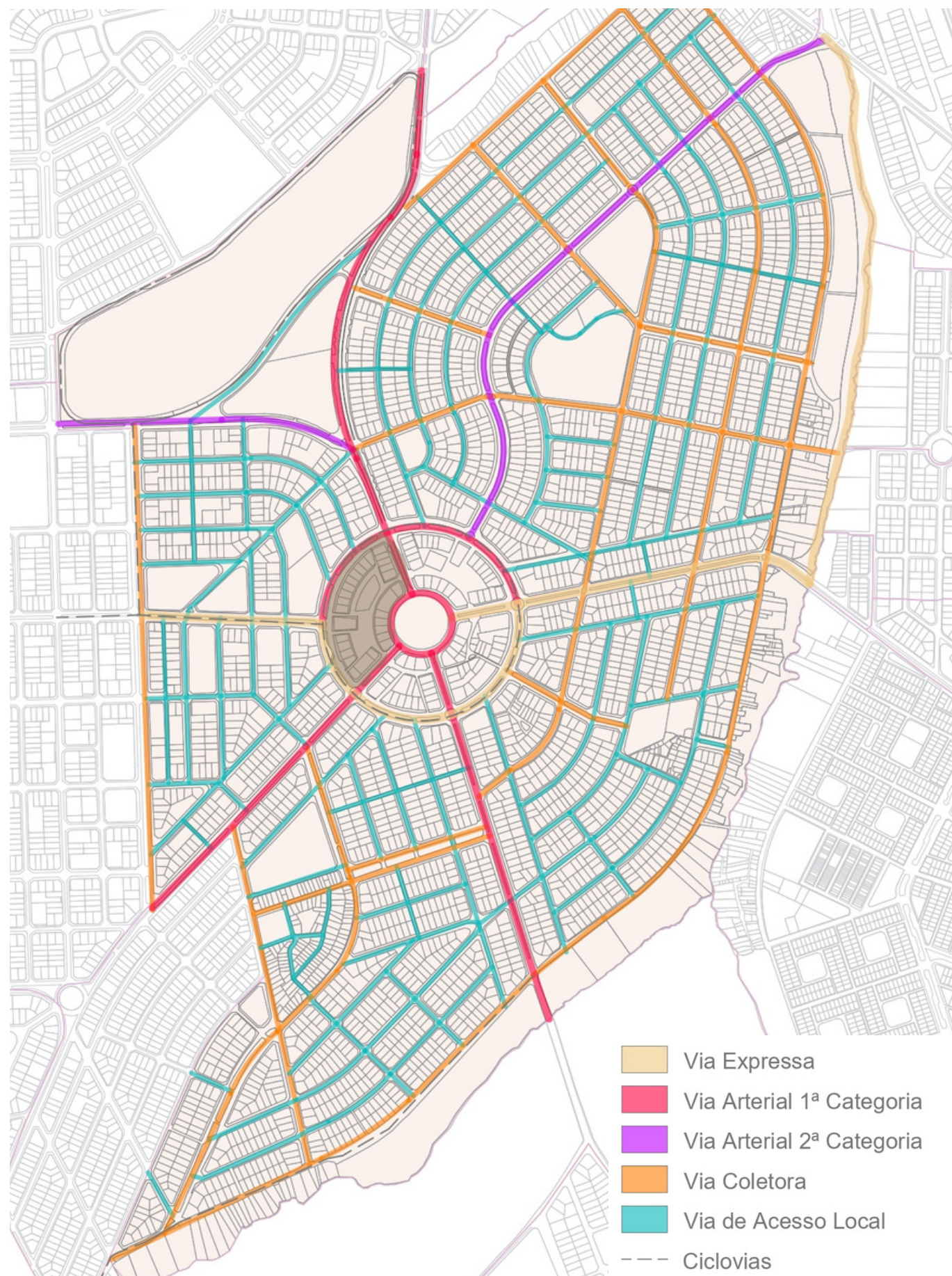
Outro fator analisado são as massas edificadas que circundam os limites das quatro quadras, estas geram uma barreira com o entorno, tornando os acessos estreitos e não convidativos. Especialmente na parcela de loteamentos a leste da quadra do mercado (marcado de azul no Mapa de Cheios e Vazios) onde não há conectividade com o terminal, ou um acesso de pedestres direto para quem vem dele.



Mapa: Sistema Viário

esc 1/10000

0 500m



O sistema viário do Setor Pedro Ludovico é configurado por vias radiais que partem do Terminal Isidória e da Avenida Circular, garantindo fácil acesso a outros setores de Goiânia. Além disso, as Avenidas 1ª e 4ª Radial, fazem parte do percurso do novo BRT (Bus Rapid Transit). Para atender as novas demandas do transporte coletivo no município, o Terminal Isidória passou por uma ampliação e reforma recentemente em 2022.

Segundo o Anexo II da Macro Rede Viária Básica Hierarquia Viária de Goiânia, ao analisar a quadra do Mercado Municipal Pedro Ludovico, percebe-se que ela é circundada por vias arteriais e expressas. Portanto, caracteriza-se por comportar um intenso fluxo de veículos.

O mercado estudado possui a fachada principal voltada para a T-63, uma das principais avenidas da cidade que ao chegar a Avenida Circular resulta em um cruzamento que torna a passagem de pedestres e ciclistas perigosa.

Logo, o sistema viário da região favorece apenas o veículo motorizado e não prioriza os modais ativos (não motorizados, pedestres e ciclistas), resultando em congestionamentos do trânsito e o comprometimento da mobilidade urbana.

4. O LUGAR

4.2 SÍNTESE E DIAGNÓSTICO

No geral, o Setor Pedro Ludovico, apresenta um gabarito baixo, com muitos comércios e residências térreas. No entanto, o bairro vem passando por um processo de adensamento, verticalização e especulação imobiliária, devido a presença de dois grandes parques, como o Areião e o Jardim Botânico e principalmente após a construção do Terminal de Ônibus Isidória.

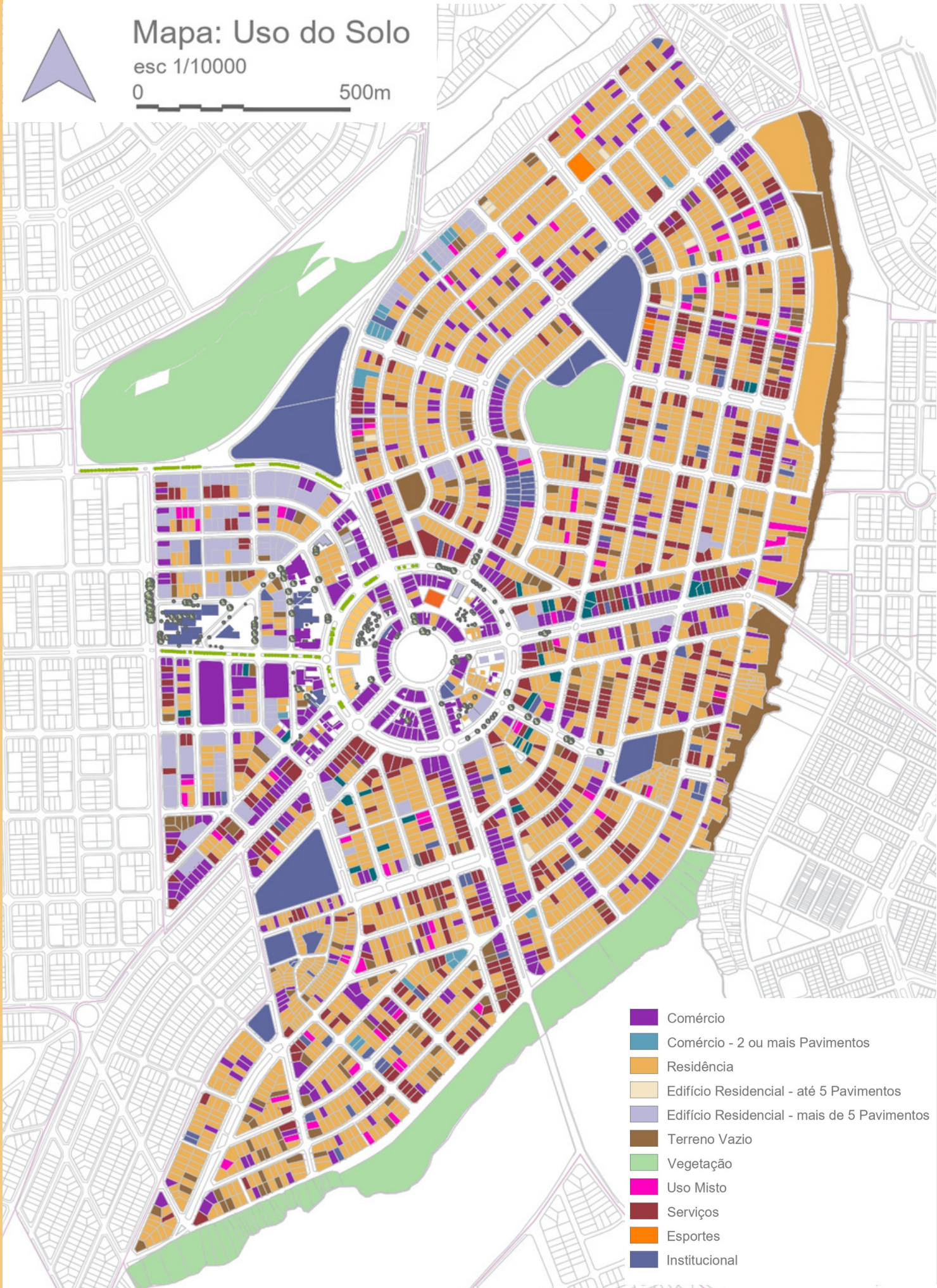
Apesar dos dois grandes parques no setor, nenhum deles fazem conexão direta com a quadra do mercado, o entorno apresenta muitos canteiros centrais com ciclovias, sendo o mais arborizado o da Av. Circular e o da T-63, mas ao analisar somente a quadra do Mercado Municipal Pedro Ludovico, nota-se a falta de permeabilidade e conectividade com esses canteiros e também com o terminal.

A quadra estudada do mercado, apresenta um vazio interno na parte inferior (ao sul) e uma praça na parte superior (ao norte), no domingo, nas vielas do mercado e no vazio interno (ao sul) ocorre a tradicional Feira do Setor Pedro Ludovico, em dias normais, essa área é ocupada por carros, virando um estacionamento.

A praça (ao norte da quadra), está abandonada e não possui nada que a torne atrativa, não possui árvores de grande porte, para proporcionar momentos de sombra e permanência, além disso, não conta com mobiliários urbanos e os caminhos não são convidativos para o transeunte.

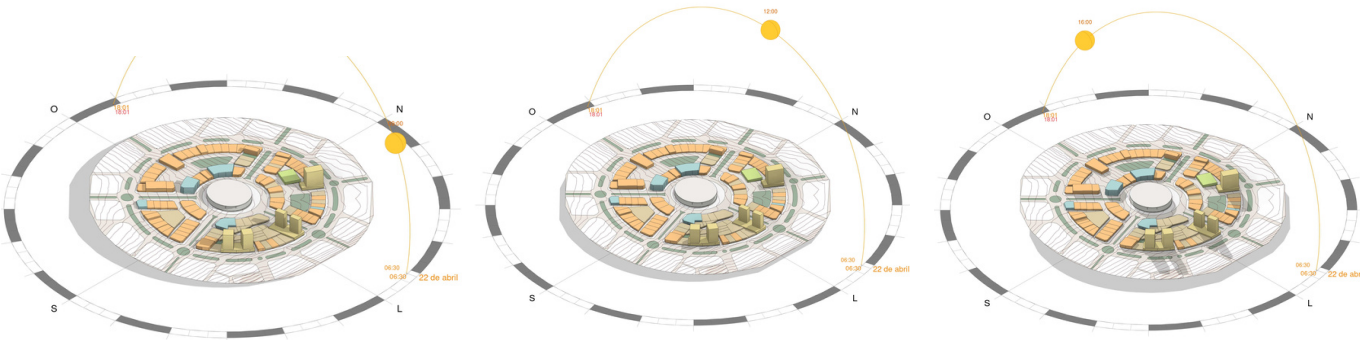
4. O LUGAR

4.2 SÍNTESE E DIAGNÓSTICO



No estudo solar realizado, analisou-se a orientação solar pontualmente nos seguintes horários: as 9h, ao 12h e as 16h, evidenciando que ao longo de todo o dia a quadra possui incidência solar e apresenta poucos espaços de sombra e permanência.

A área da quadra possui seis acessos, permitindo o fluxo de pessoas nos seus quatro lados, no entanto, os acessos não são convidativos, muitos não apresentam calçadas e são delimitados pelos muros das edificações. Além disso, não há nenhum acesso direto para quem vem do Terminal Isidória e das ciclovias presentes nos canteiros centrais da Av. Circular e da T-63. Esse fator, favorece apenas os veículos motorizados em detrimento dos modais ativos.



ESTUDO SOLARES



ACESSIBILIDADE

4. O LUGAR

4.2 SÍNTESE E DIAGNÓSTICO



5. JUSTIFICATIVA

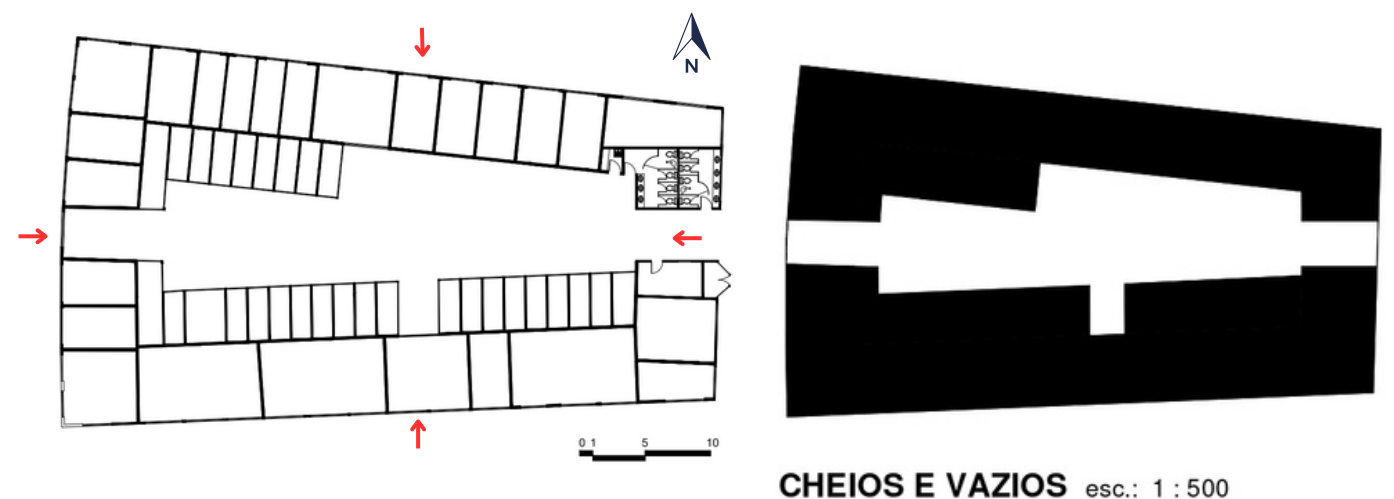
Em um contexto histórico, os mercados públicos são entendidos como um equipamento urbano democrático, pois permitem a troca de diversos produtos e o convívio entre pessoas de diversas classes sociais, abrangendo uma mistura de riquezas gastronômicas e culturais.

Frequentemente, o mercado público, evidencia um considerável ponto turístico. As pessoas procuram esses espaços por serem locais atrativos, seja pelos produtos tradicionais, pela gastronomia, pelo espaço de cultura ou pela sua arquitetura.

No entanto, nesses espaços, a falta de manutenção e, muitas vezes, até a própria função ultrapassada dos edifícios ameaçam transformá-los, ao longo do tempo, em escombros ou levá-los ao desaparecimento.

O Mercado Municipal Pedro Ludovico, possui grande potencial econômico e sociocultural. Por estar situado em uma avenida de comércio diversificado e próximo ao Terminal de Ônibus Isidória, um fluxo grande de pessoas passa por ele todos os dias. A feira livre acontece no entorno do mercado aos domingos, sendo um espaço de expressão no setor, mas nesse dia o mercado é fechado, por falta de infraestrutura para atender os usuários.

Apesar do edifício ser um marco histórico na paisagem urbana, o Mercado Pedro Ludovico, apresenta sinais de descaracterização de um espaço de tradição, de subutilização dos seus espaços e de precariedade em sua infraestrutura.



A organização espacial do mercado proporciona um vazio interno inutilizado, as lojas das fachadas que se voltam para o exterior mantêm-se ativas, enquanto as lojas internas, de 28 salas, 8 encontram-se fechadas, demonstrando o enfraquecimento do comércio no espaço interno da edificação. Além disso, o desenho do mercado não apresenta uma malha estrutural rígida e organizada, os banheiros são insuficientes e inadequados para atender permissionários e clientes.

A quadra na qual o mercado está inserido possui um grande potencial, no entanto, não estabelece nenhuma interação com o Terminal Isidória e com as ciclovias presentes na Av. Circular e na Av. T-63. Dessa forma, apenas os veículos motorizados são favorecidos, enquanto os modais ativos (não motorizados, pedestres e ciclistas) não são prioridades, implicando em congestionamentos do trânsito e o comprometimento da mobilidade urbana.

Apesar da quadra apresentar uma área verde considerável por conter uma praça, esta encontra-se abandonada e sem atratividade, não possui árvores de grande porte para proporcionar momentos de sombra e permanência, além de não contar com mobiliários urbanos e caminhos convidativos aos transeuntes.

Embora o Mercado Municipal Pedro Ludovico já tenha passado por algumas transformações desde sua primeira construção em tábuas de madeira, a proposta de revitalização do mercado, cujo tema é a Requalificação do Mercado Municipal Pedro Ludovico e sua quadra: um polo gastronômico cultural, justifica-se partindo da constatação de que o mercado e a sua quadra carecem de melhorias, devido a situação precária que se encontram a versão atual e do distanciamento do espaço tradicional que o mercado vem sofrendo, uma vez que hoje, o maior número de lojas são de produtos e acessórios para celulares, assemelhando-se assim, muito mais com um camelódromo do que com um lugar que reverbera as tradições.

Logo, a requalificação do mercado e sua quadra trará benefícios para a cidade, proporcionando lazer, turismo, ampliação de emprego, valorização imobiliária e fortalecimento da economia, além de contribuir para a inclusão social e melhor mobilidade urbana. O projeto trará uma vivacidade ao setor, resgatando a cultura e a identidade local por meio da gastronomia e da arte.



5. JUSTIFICATIVA



6. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

Como referências projetuais, foram selecionados três projetos para o desenvolvimento de estudo de caso que enfrentam os mesmos desafios: redesenhar espaços para se adequarem a planos pré-existentes. Todos, possuem uma importância histórica para a cidade e apresentam uma relação de contraste entre o antigo e o novo. As obras escolhidas influenciaram na concepção do tema do projeto deste trabalho e servem de inspiração para a sua composição.

A primeira referência, foi o Mercado Municipal de Braga, pois a sua requalificação resolve uma série de problemas organizacionais, estruturais e de funcionamento, agregando novos usos ao mercado. Além disso, a nova edificação insere-se em uma praça, estabelecendo uma forte relação com ela e com o tecido urbano. Sendo um marco na paisagem, um espaço de vitalidade, que promove as inter-relações socioculturais.

Já a segunda referência escolhida, é o Mercado Santa Caterine em Barcelona, pois o projeto expressa-se na sensibilidade de uma arquitetura nova, sobreposta a uma antiga. Apresenta uma cobertura emblemática, um contraste na paisagem urbana, utilizando materiais construtivos tecnológicos e ao mesmo tempo tradicionais como a madeira e o aço. O mercado, assim como o citado anteriormente, estabelece uma conexão com uma praça, sendo uma característica que possa ajudar no desenvolvimento da proposta de revitalização do Mercado Municipal Pedro Ludovico, uma vez que ele situa-se em frente a Praça Central, onde ocorre a Feira Pedro Ludovico.

A escolha do Mercado da Ribeira, Time Out Market, localizado em Lisboa se deu devido ao seu conceito gastronômico e cultural, sendo o pioneiro no mundo, atraindo milhões de turistas. O projeto conseguiu manter o caráter de mercado público tradicional e ao mesmo trouxe inovação.



6. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

6.1 MERCADO MUNICIPAL DE BRAGA

LOCAL DO PROJETO: Braga, Portugal

ANO DO PROJETO: 2016

ANO DE CONSTRUÇÃO: 2020

ÁREA DO PROJETO: 7403m²

ESCRITÓRIO: APTO Arquitectura

Para a melhor compreensão do caso de estudo analisado é necessário realizar um breve contexto histórico do edifício, pois antes da intervenção realizada recentemente para o atual Mercado Municipal de Braga, o edifício já havia passado por outra transformação.

O primeiro mercado, inaugurado em 1915 (Figura 1), acompanhava a arquitetura de sua época, construído de ferro e vidro, inserido na Praça do Município de Braga. No entanto, o edifício não se enquadrava em uma praça, pois este espaço urbano refere-se apenas a quatro ruas delimitadas pelo mercado.

Em 1955, este antigo mercado, é demolido, sendo transferido e construído o novo Mercado Municipal em 1956 (Figura 2), na Praça do Comércio, bem próxima a Praça do Município, antiga localização. O novo projeto expressava bastante o modernismo português e passou por uma significativa intervenção recentemente em 2020 (Figura 3).

O objetivo desta intervenção, foi reabilitar o Mercado Municipal de Braga, a partir da preservação do tradicional, atribuindo-o novos significados sem perder a sua leitura original.

Figura 1 - Primeiro Mercado Municipal de Braga, construído em ferro - 1915



Fonte: MARTINS (2017, p.66)

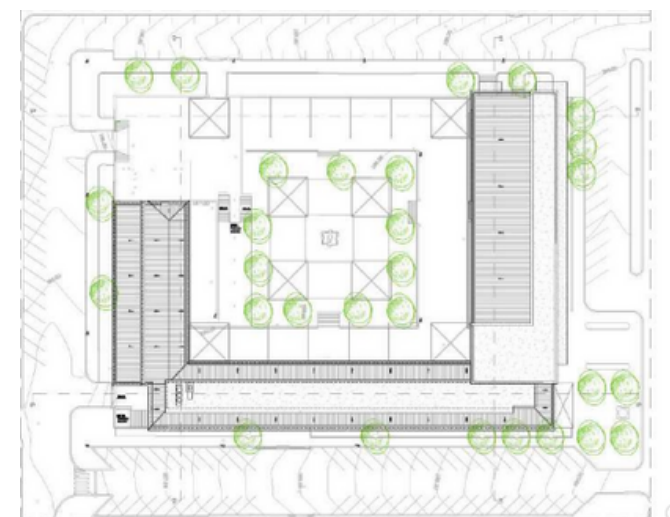


Figura 2 - Planta de Cobertura do segundo Mercado Municipal - 1956



Figura 3 - Imagem atual do novo Mercado Municipal de Braga (caso de estudo analisado)

Fonte: Archdaily

RELAÇÃO DO EDIFÍCIO E O SEU CONTEXTO

O atual Mercado Municipal de Braga é o principal ponto de comércio de produtos tradicionais, situado na Praça do Comércio, na zona central da cidade que é cercada por outros edifícios de grande importância, o que concede ao centro de Braga um dinamismo particular.

Ao contrário, do primeiro mercado de ferro e vidro em que a praça não é considerada, neste edifício atual, “o ritual da ida ao mercado, é muitas vezes apelidado de ‘ir à praça’, fazendo uma forte alusão ao lugar”, como aponta Antunes (2013).

O novo Mercado Municipal, tem uma relação direta no contexto urbano no qual está inserido, através da preservação do antigo, no qual, o edifício, faz parte do tecido urbano da cidade de Braga e ao mesmo tempo, estabelece um contraste, trazendo modernidade e inovação na paisagem.



Figura 4 - Imagem atual do novo Mercado Municipal de Braga e o tecido urbano.
Fonte: Archdaily

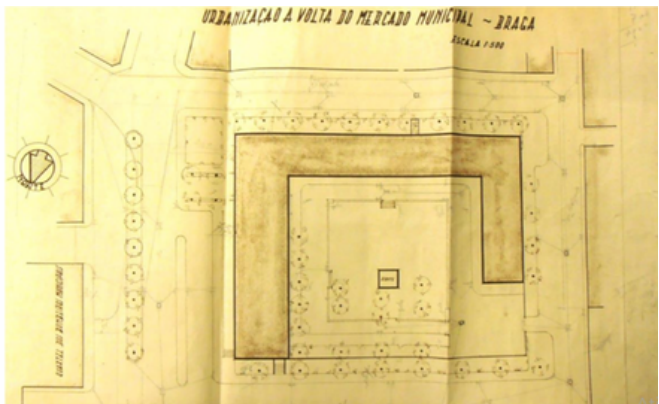


Figura 5 - Planta de Implantação do antigo Mercado Municipal de Braga (1956)
Fonte: ANTUNES (2013)



Figura 6 - Implantação do atual mercado 2020.
Fonte: Archdaily

FORMA DE IMPLANTAÇÃO

A forma de implantação do atual mercado (Figura 6) é preservada do projeto anterior (Figura 5), inserido em um terreno de declive acentuado, o edifício é composto por três volumes de dimensões distintas, todos se unem em um só bloco, configurando uma planta quadrangular, em um formato de “U” irregular, resultando em um pátio interno central, ou seja, uma praça dentro da praça. No projeto antecedente ao atual, esse pátio interno permitia o acontecimento da tradicional feira ao ar livre. Diferentemente do primeiro edifício, em que o mercado era fechado em todo o seu perímetro (figura 1).

É no volume maior que concentravam as lojas voltadas para o exterior que deu lugar a uma praça de alimentação, no projeto atual. Criou-se um anexo que se une a esse bloco fechando o “u”, no qual neste, situa-se a área principal de carga e descarga.

ACESSOS

O edifício atual possui dois acessos ao público, um permanecendo no mesmo local de sua origem, no maior volume, onde era a fachada principal do antigo mercado e o outro na esquina da edificação. Anteriormente, essa área de acesso ao público era fundida com áreas de serviço. Agora, o acesso ao público foi circunscrito à Praça Central, permitindo uma melhor exploração do espaço, potencializando as relações dos comerciantes e dos fregueses.

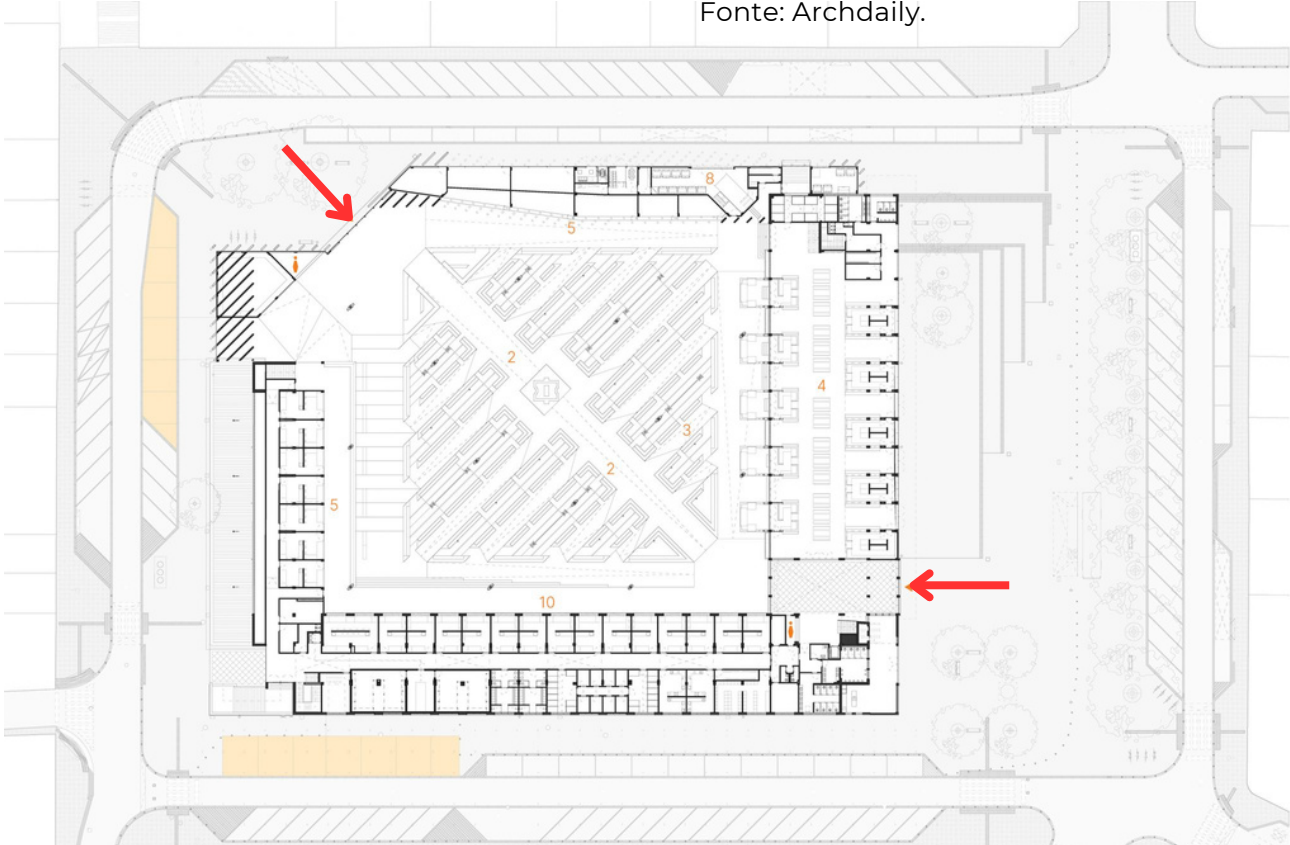


Figura 7 - Planta Pav. Térreo - 2020
Fonte: Archdaily. Manipulada pela Autora.

USUAIS E PERSPECTIVAS DOMINANTES, MATERIAS E TEXTURAS

Depois da requalificação, o edifício não apresenta uma fachada principal, todas possuem um aspecto que a tornam singular, seja pela preservação do antigo (Figura 9), ou pela introdução do novo. A partir do contraste de cores, luz, sombras e texturas, através da inserção da madeira e da cor preta (Figura 8).



Figura 8 - Fachada
Fonte: Archdaily.



Figura 9 - Preservação da Fachada - Praça de Alimentação
Fonte: Archdaily

MALHA ESTRUTURAL

Como já mencionado, o edifício para o segundo mercado foi uma expressão do modernismo português, por essa razão, surgiu a partir de uma malha estrutural muito bem definida. Após a reforma atual, apesar do projeto estar fixado na sua malha original, os arquitetos trazem, uma nova matriz de 45 graus, gerada a partir do eixo dos acessos públicos, o que permitiu um melhor fluxo, contribuindo também na estrutura.

Hoje, além do edifício, apresentar a divisão entre o antigo e o novo, o interior do edifício é definido pelo piso e o telhado. A partir de blocos de concreto no piso e a cobertura sobre a praça interior, composta por madeira laminada cruzada, um sistema paramétrico de aço e um telhado de vidro. Sua geometria, garante um melhor conforto térmico, a partir da circulação do ar por convecção.

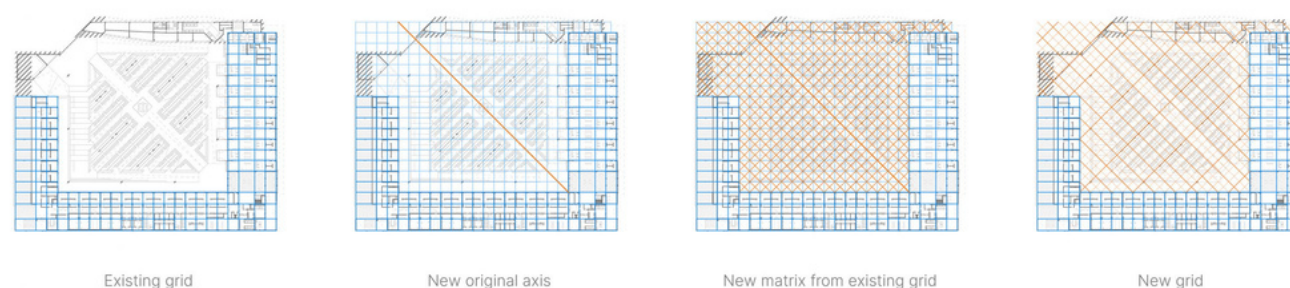


Figura 10 - Plantas esquemáticas da nova malha estrutural
Fonte: Archdaily



Figura 11 e 12 - Setorização e Esquema estrutural
Fonte: Archdaily.

CONFIGURAÇÃO INTERNA E CONEXÕES ESPACIAIS

As áreas de serviços foram separadas da circulação pública, sendo todos os espaços reordenados. Novas formas e funções foram atribuídas ao projeto, como: zonas de carga e descarga, depósitos de lixo, câmaras frias, cozinhas etc. Tudo isso, contribuiu para a melhor operação do mercado.

A setorização ao lado, desenvolvida pelo escritório APTO Architecture, ajudam a melhor compreender a organização e ordenação funcional do mercado.

Antes da reforma, o fluxo era fragmentado, uma vez que o núcleo central estava a um nível inferior dos corredores circundante, gerando uma confusa percepção do espaço.

Para resolver a questão do fluxo, garantindo uma maior permeabilidade do espaço, a partir do eixo que une os dois acessos públicos, resolveu-se o desnível existente, por meio de um sistema de rampas que facilita a operação funcional do mercado.



Figura 13 - Fotos - antes e depois da intervenção
Fonte: Archdaily.

Os esquemas e cortes abaixo, desenvolvidos pelo escritório resumem um pouco as alterações realizadas para o novo mercado.

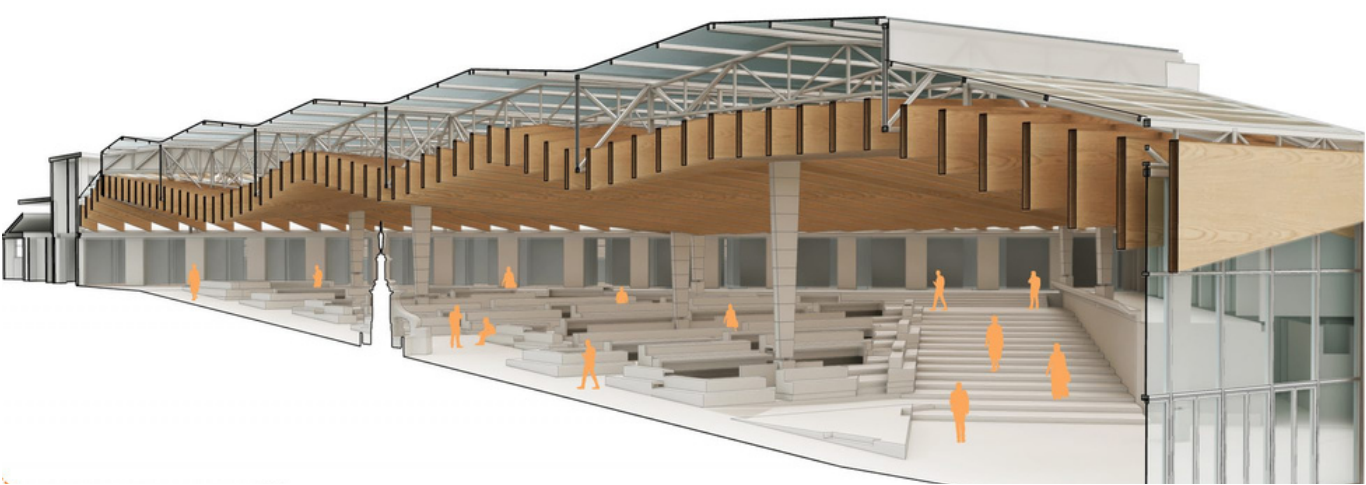
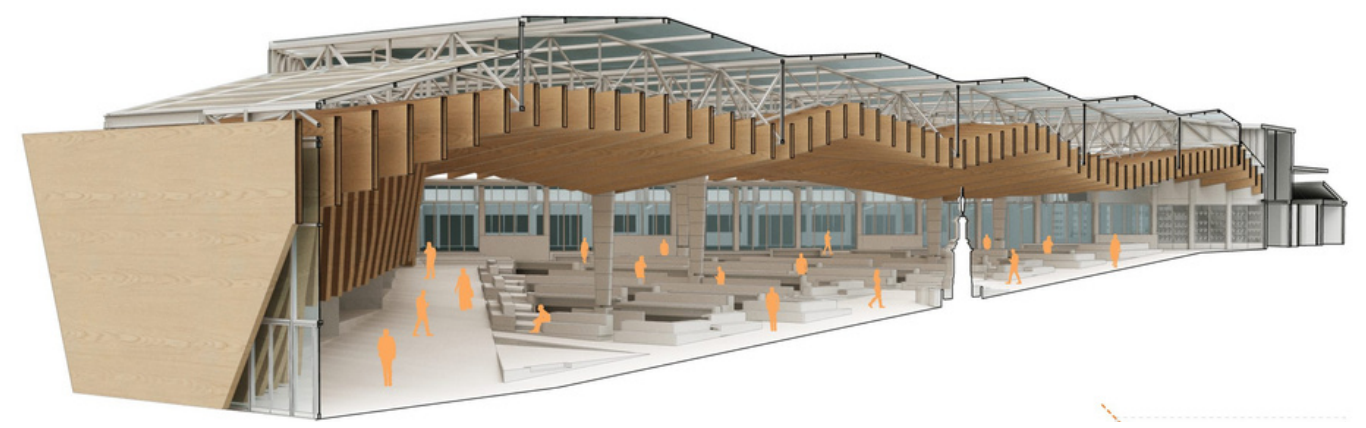
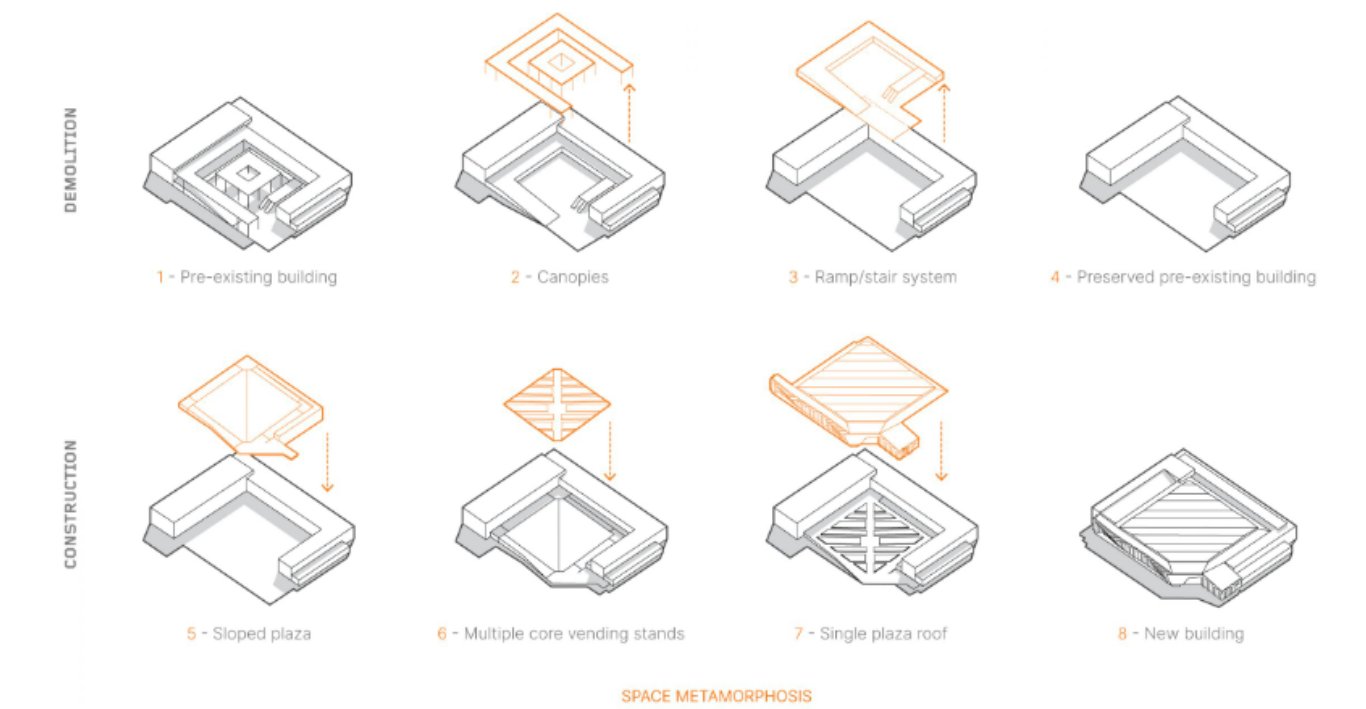
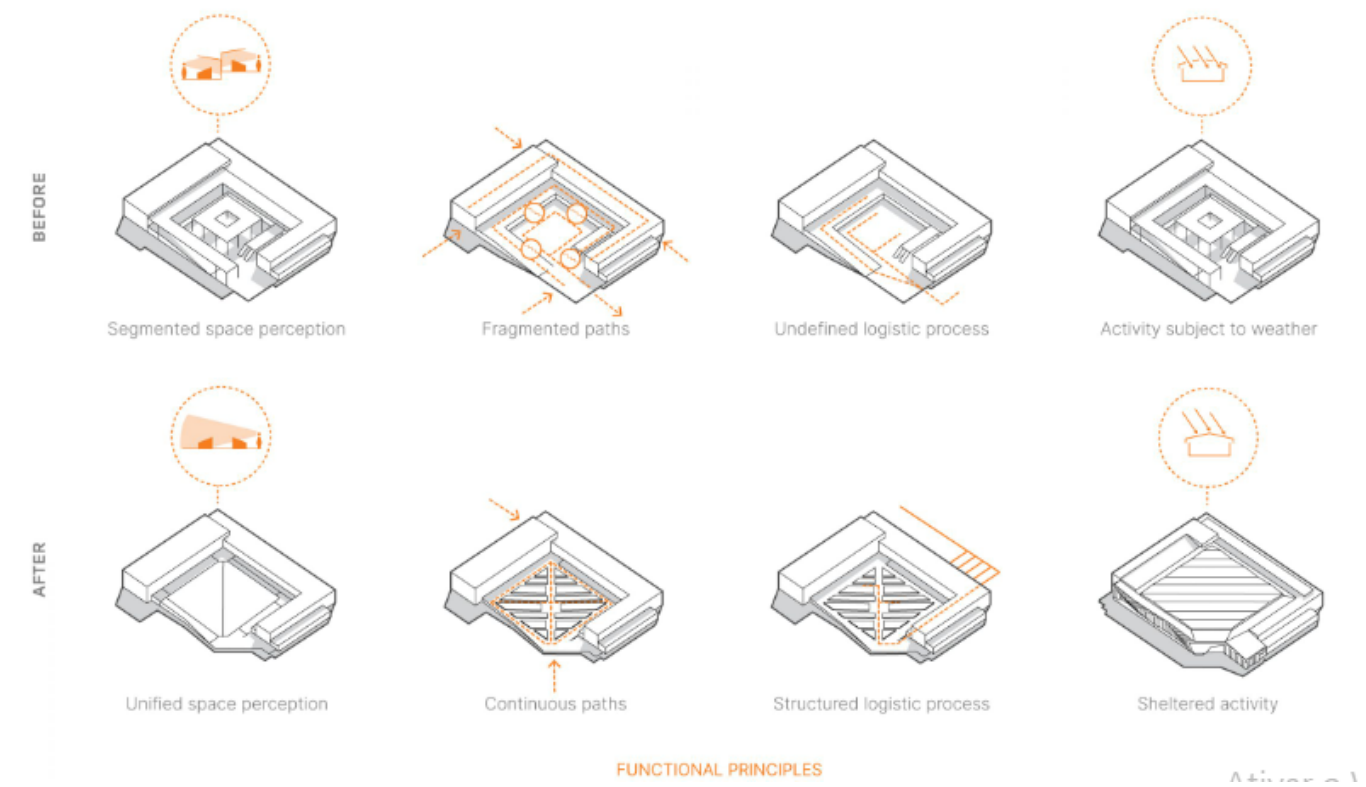


Figura 14, 15 e 16 - Esquemas e cortes
Fonte: Archdaily.



LUZ E SOMBRA

Um aspecto relevante que torna o espaço uma experiência arquitetônica é a projeção da luz solar na estrutura de madeira, exercendo diferentes efeitos de luz e sombra que ao longo do dia criam diversas atmosferas.

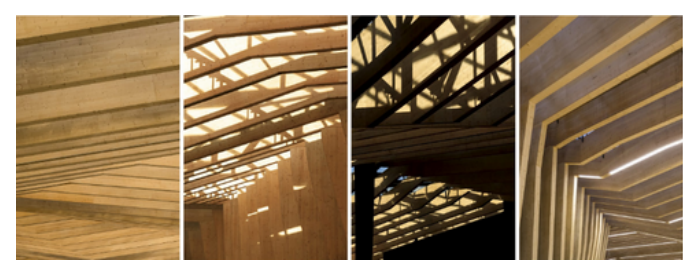


Figura 17 - Luz e Sombra
Fonte: Archdaily.



Figura 18 - Fachada
Fonte: Archdaily.



6. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

6.2 MERCADO DE SANTA CETERINE

LOCAL DO PROJETO: Barcelona, Espanha

ANO DO PROJETO: 1997

ANO DE CONSTRUÇÃO: 2005

ÁREA DO PROJETO: 7000m²

ARQUITETOS: Enric Miralles e Benedetta Tagliabue

O projeto para o primeiro Mercado de Santa Caterine, iniciou-se no final do século XIX, para ser um espaço que auxiliasse o abastecimento de alimentos na região de Barcelona. Construído, sobre a estrutura do antigo Convento de Santa Caterine, na praça de mesmo nome, sendo o primeiro mercado coberto da região, projetado inicialmente pelo arquiteto Josep Mas Vila.

Em 1997, a partir de um concurso de reabilitação realizado pelo Instituto de Mercados de Barcelona sob a Câmara Municipal, surge a proposta vencedora, do escritório EMBT (Enric Miralles e Benedetta Tagliabue) do caso de estudo analisado.

RELAÇÃO DO EDIFÍCIO E O SEU CONTEXTO

Inserido no centro histórico de Barcelona, no bairro Ciutat Vella, o novo mercado envolve transformações no tecido urbano, o projeto exerce um relevante papel na recuperação urbana do bairro. A cobertura que estende-se além do perímetro da antiga edificação, estabelece uma relação de contraste no entorno. Simultaneamente, a intervenção propõe "se misturar e confundir com a estrutura original.

Além da intervenção no Mercado de Santa Caterine, os arquitetos propuseram também edificações residenciais no lugar dos edifícios que foram demolidos no entorno durante a implantação do mercado. Foram criadas duas praças na parte de trás do mercado, sendo uma pública, onde se encontra um dos acessos, e outra de caráter mais privada, delimitada pelas residências criadas no plano de urbanização. Estabelecendo-se assim uma relação público-privada.

O mercado possui quatro acessos, sendo um na fachada principal, dois nas fachadas laterais e o outro na parte posterior, na praça pública já mencionada.

As fachadas principais do antigo mercado foram mantidas, somente a fachada posterior que se volta para a praça onde estão também os edifícios residenciais é alterada.

Convertendo-se em um enorme mosaico colorido, inspirado em Antoni Gaudí, e nas cores das frutas e legumes, a nova cobertura do mercado é o elemento dominante do projeto. Tornando -se a principal fachada da edificação

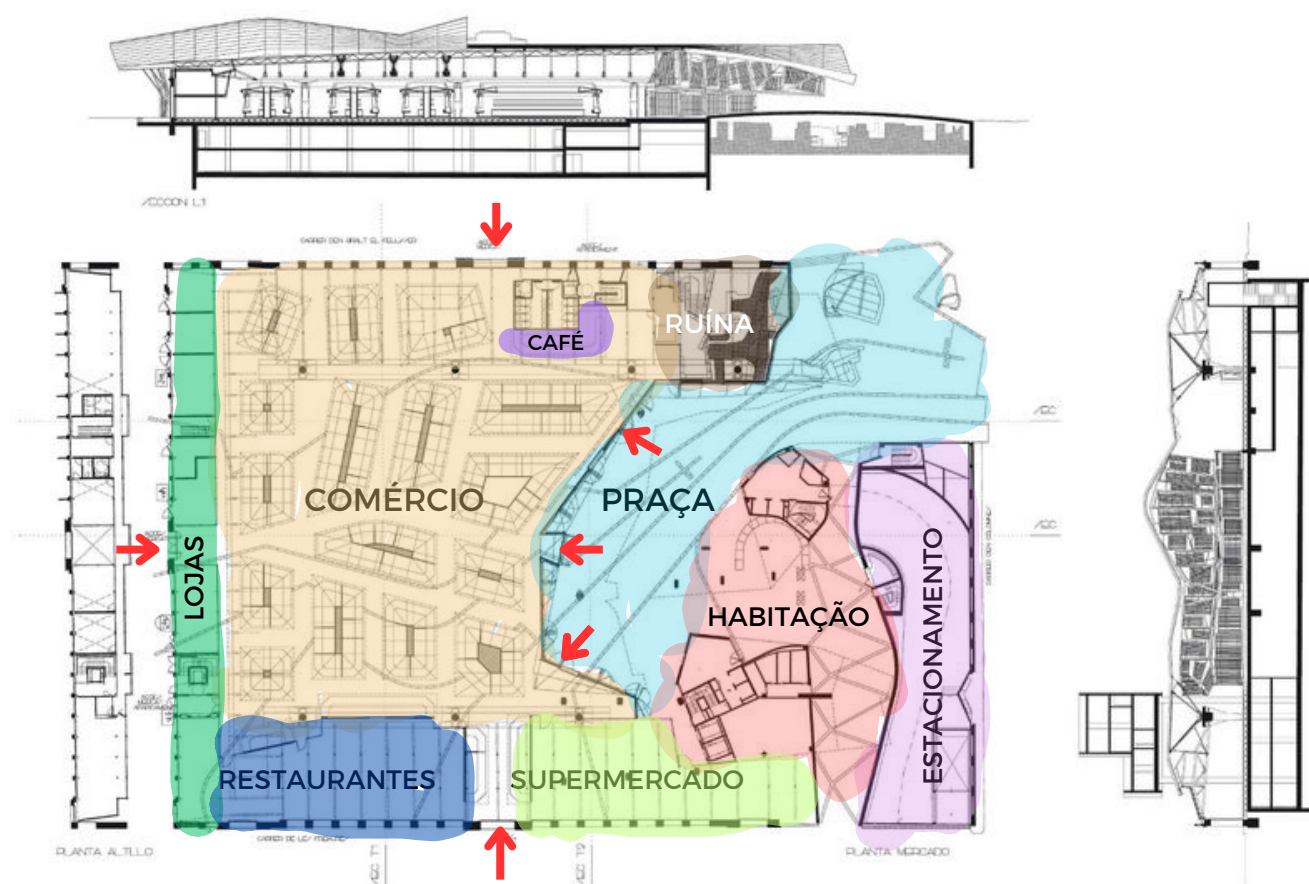


A cobertura em sua forma orgânica ondulada, remetendo as tendas dos mercados abertos, parece flutuar sobre a edificação antiga, mas é estruturada por meio de diversos arcos de aço e madeira laminada coladas, sustentados por pilares de concreto e aço que a suportam, mantendo uma relação com os tradicionais materiais construtivos do lugar e possibilitando enormes vãos.

Apesar de sua irregularidade, a forma da cobertura apresenta uma estrutura equilibrada, dividindo-se em seis eixos. A fachada principal, possui também uma simetria, uma vez que o acesso principal foi mantido no meio. Além disso, a cobertura eleva o pé direito da edificação, e levanta o olhar do pedestre, conferindo uma maior verticalidade.

A organização espacial interna do novo mercado, rompe com a ortogonalidade do edifício antigo. Os corredores internos do primeiro projeto, apresentavam um desenho bastante ortogonal. A nova configuração das bancas revela-se em uma forma mais orgânica, enquanto os espaços perimetrais do edifício permanecem no seu desenho original.

Essa nova organização, setorizou melhor os espaços, melhorando o funcionamento do mercado, além de agregar novos usos, como bares e restaurantes na parte perimetral mencionada, mantida do desenho original. Incorporou-se também uma pequena rede de supermercados no interior, possibilitando uma ampliação do comércio existente, favorecendo a economia.





Os vestígios do antigo Convento de Santa Caterine, funcionam como um pequeno museu de memória do passado.

Falando dos fluxos internos do novo edifício, três circulações foram definidas, sendo elas: as circulações primárias, as circulações secundárias e as circulações verticais. A primária foi determinada a partir dos eixos dos acessos das quatro fachadas, enquanto a secundária por todos os caminhos distantes desses eixos. Já as circulações verticais estabelecem uma conexão do mercado com os estacionamentos, localizados em dois subsolos.





6. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

6.3 MERCADO DA RIBEIRA - TIME OUT MARKET

LOCAL DO PROJETO: Lisboa, Portugal

ANO DO PROJETO: 2010

ANO DE CONSTRUÇÃO: 2014

ÁREA DO PROJETO: 7000m²

ESCRITÓRIO: Aires Mateus Arquitetos

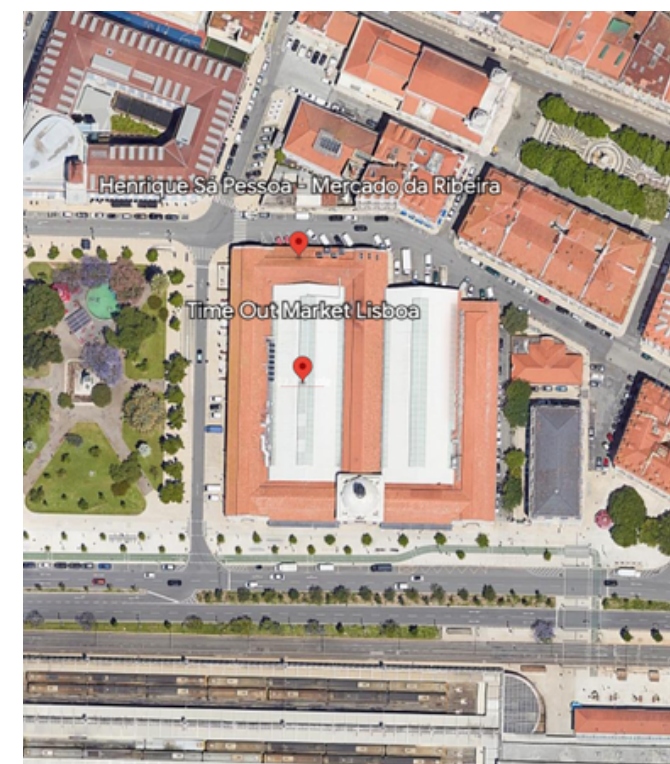
O Mercado da Ribeira, localizado na capital de Portugal, em Lisboa passou por inúmeras transformações ao longo do tempo até chegar na sua atual concepção do Time Out Market, caso de estudo que será analisado.

O surgimento da ideia de um espaço mercantil na cidade, surgiu no ano de 1100, desde então o mercado passou por muitas "metamorfoses", como define Pintaudi (2006), até chegar em sua configuração atual, inaugurado em 2014, através de um concurso realizado pela Câmara Municipal de Lisboa, no qual a renomada Revista Time Out foi vencedora, trazendo um novo conceito: um mercado gastronômico.

A proposta teve como objetivo ampliar a oferta turística da capital portuguesa, por meio de um espaço gastronômico inovador, mas sem perder de vista o caráter e a forma tradicional do Mercado da Ribeira original. Esse objetivo foi conquistado, após a inauguração do Time Out Market, o mercado passou a ter um protagonismo na cidade, sendo muito reconhecido internacionalmente, recebeu vários prêmios e atrai milhões de turistas. Segundo dados divulgado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2018, a cidade recebeu quase 13 milhões de turistas.

RELAÇÃO DO EDIFÍCIO E O SEU CONTEXTO

Inserido no bairro Cais do Sodré, em frente a uma estação de metrô de mesmo nome, o Mercado da Ribeira atual apresenta a mesma forma original do projeto de 1882, um volume monolítico quadrangular que se divide em dois pátios cobertos. O projeto para o Time Out Market ocupa apenas um desses pátios, o restante do mercado continua com o seu caráter de mercado público tradicional.



A intervenção na edificação existente não modificou a forma simétrica e rígida da tipologia original, no entanto, traz um novo conceito de espaço urbano, um mercado público tradicional que abriga uma extensa área de alimentação, apresentando uma variedade gastronômica, comidas de diferentes culturas e restaurantes contemporâneos, renomados na gastronomia.

Apesar da proposta manter muitas características do mercado original, inclusive o uso como tal. Em sua parte interna, o edifício está repleto de inovações, mais uma vez estabelecendo um contraste entre o antigo e o novo

O projeto desse novo conceito para o Mercado da Ribeira, conta no pavimento térreo com 24 restaurantes nas laterais, todos seguindo a mesma tipologia de layout, mas cada um com a sua identidade. Essa organização, configura um extenso salão com mesas compartilhadas, onde localizam-se também quiosques de bares, cafeterias e lojas, além de um local para a realização de cursos profissionalizantes relacionado a gastronomia. As áreas de serviços e banheiros, encontram-se nas duas extremidades. O restante do espaço, continua abrigando o antigo mercado público tradicional, voltado para a concentração de gêneros alimentícios, estes além de sua comercialização, também são utilizados pelos restaurantes na preparação dos pratos.

No primeiro pavimento, criou-se uma sala multiuso de 400m², para a realização de shows e eventos, com luzes, palco móvel e uma zona de bar.



Sala de Eventos
Fonte: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa>

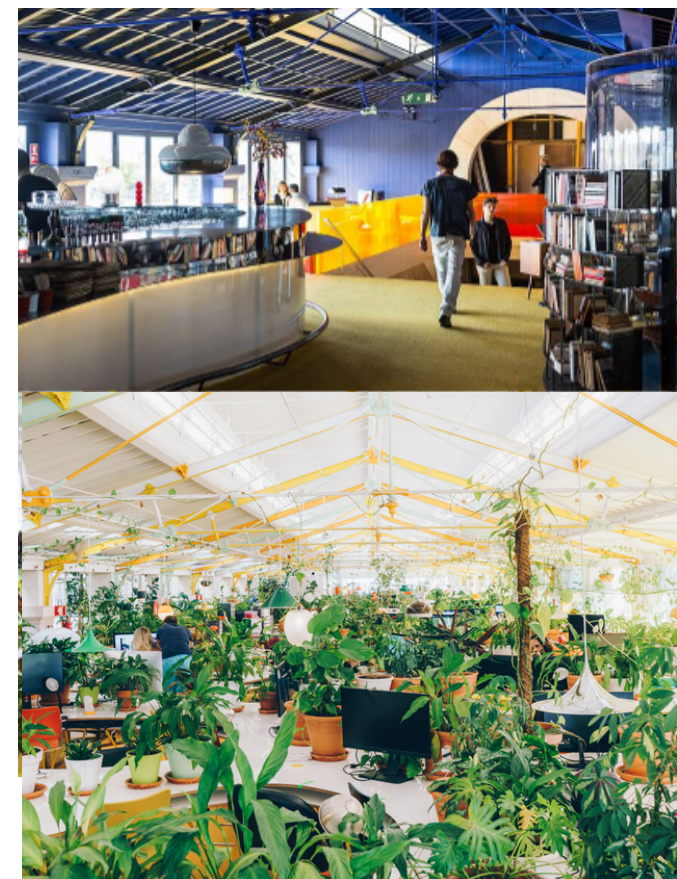
Ainda no primeiro pavimento, criou-se um grande restaurante, uma casa noturna e um espaço cultural criativo de coworking que abriga cafeteria, biblioteca, salas de reuniões, um espaço cultural para sessões de cinema e uma zona de bem estar, para meditações, pilates ou ioga.



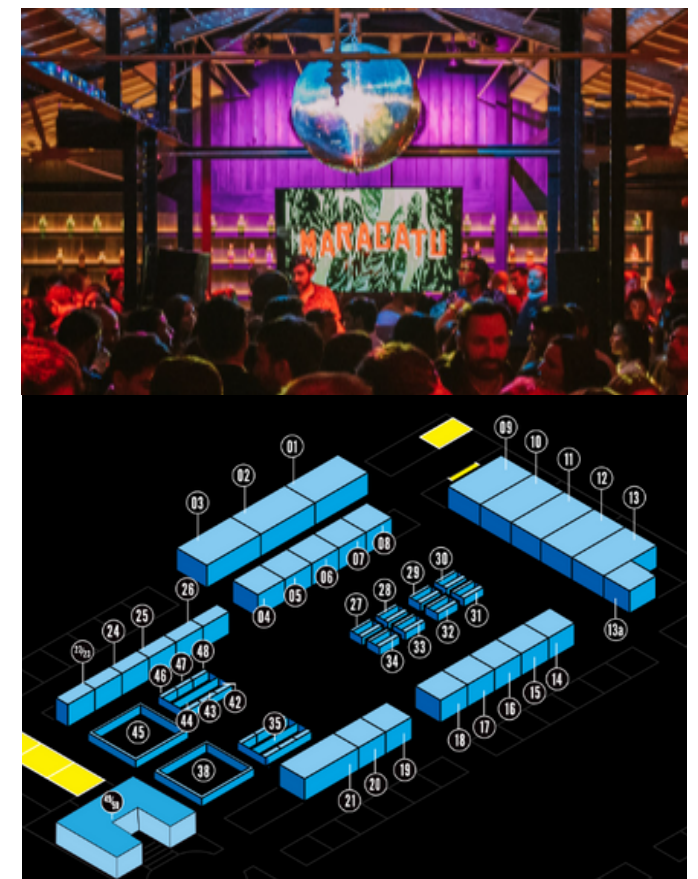
Espaço para cursos profissionalizantes - Fonte: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa/comer-e-beber/academia-timeout/>



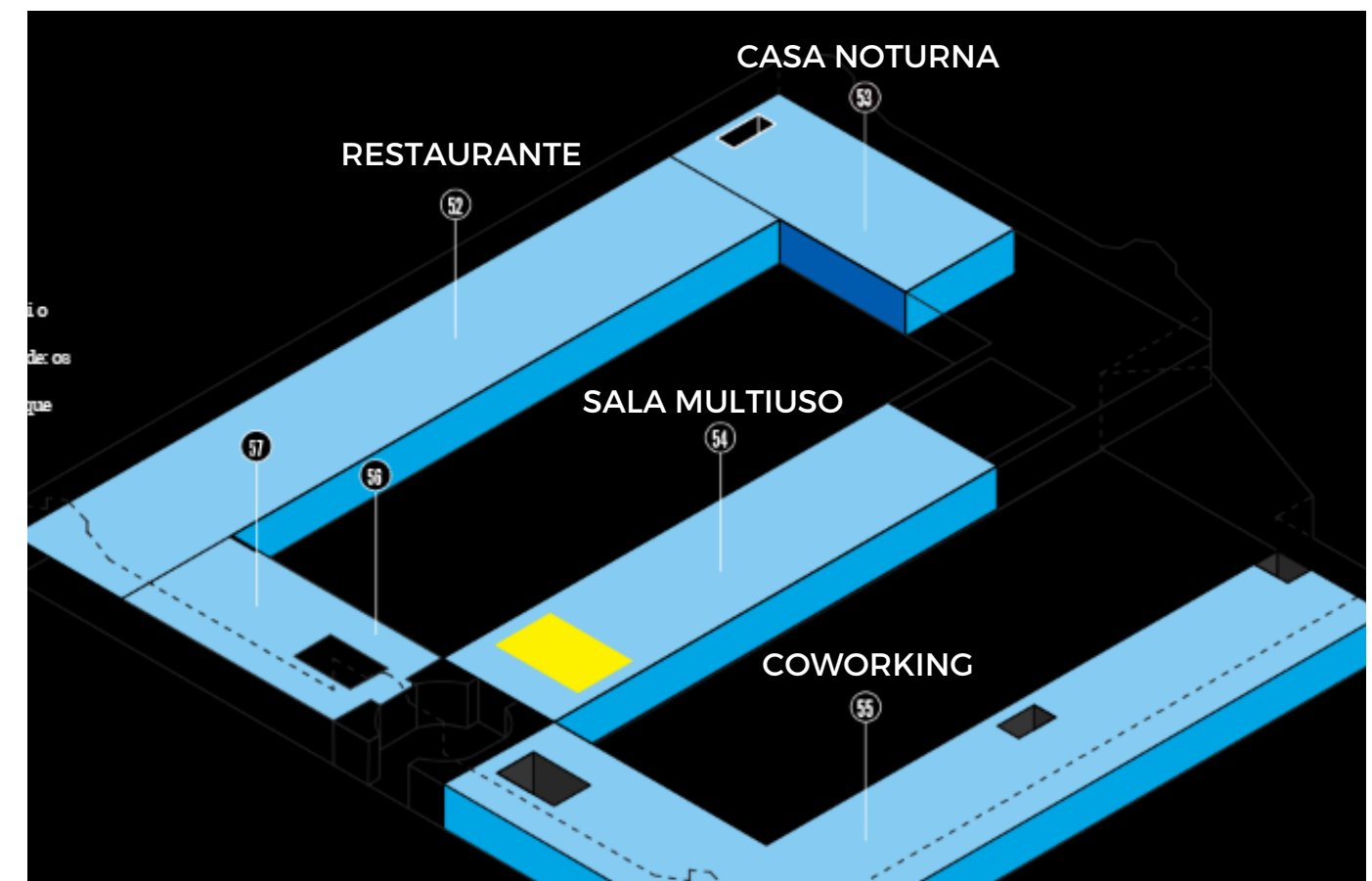
Planta Esquemática
Fonte: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa>



Espaço de Coworking
Fonte: <https://secondhome.io/location/lisboa/>

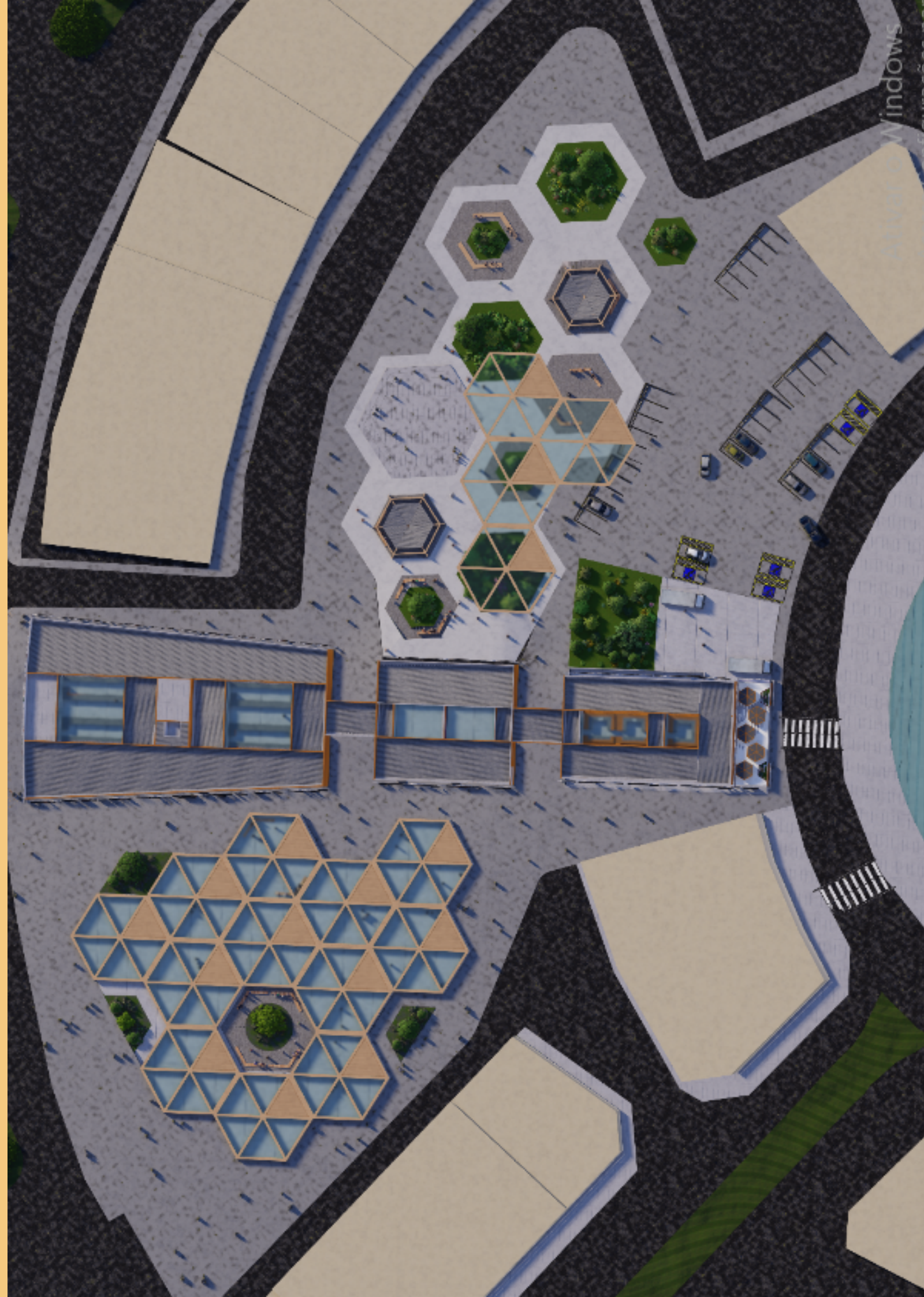


Volumetria esquemática pav. térreo:
Fonte: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa>



Volumetria esquemática 1º pav. - Adaptada pela autora.
Fonte: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa>

7. O PROJETO



7.1 DIRETRIZES PROJETUAIS

TERMINAL ISIDÓRIA



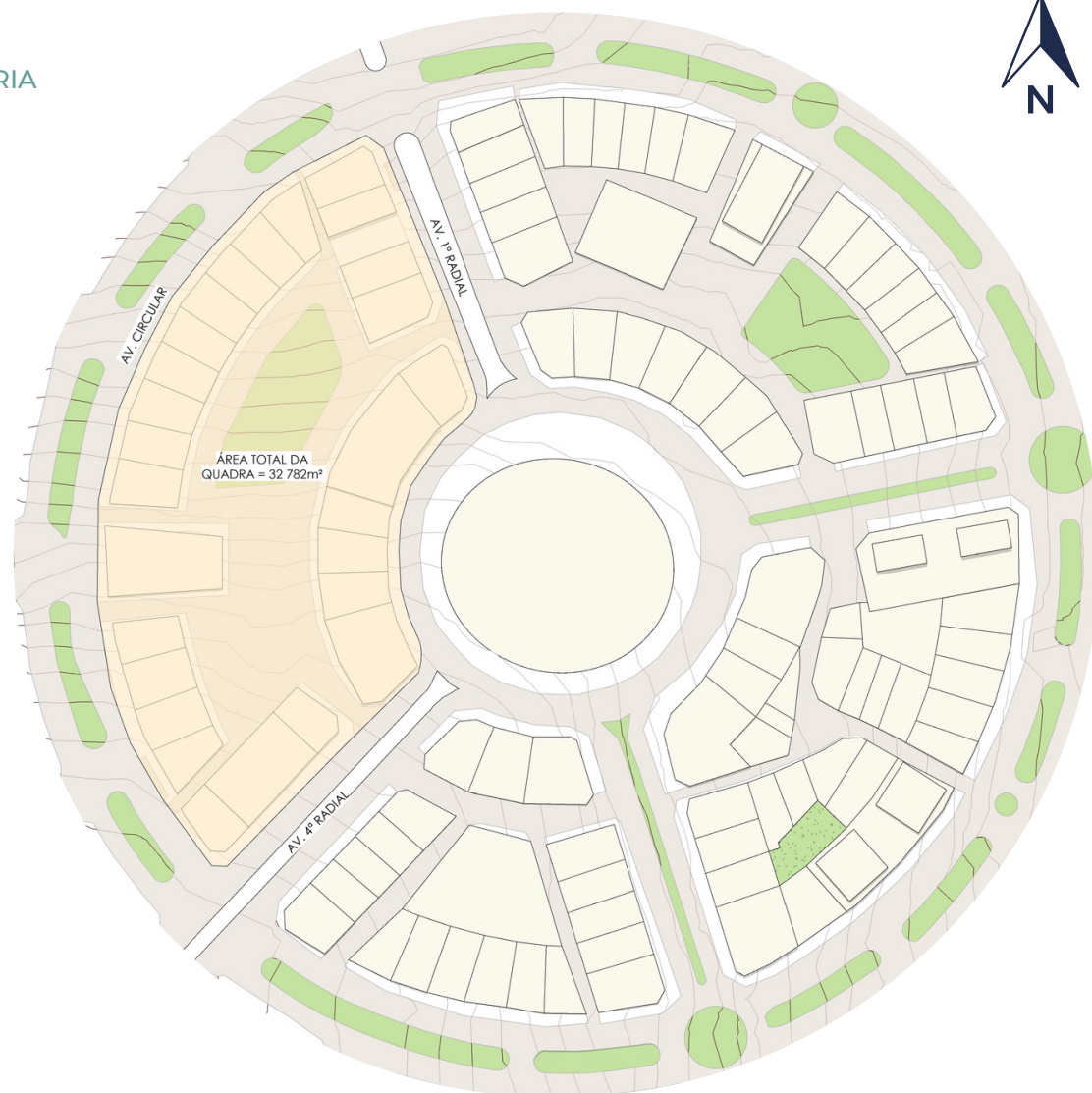
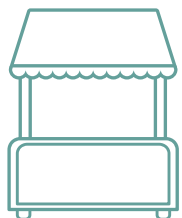
PRAÇA



MERCADO



FEIRA



Na planta acima, em rosa está representada a área total da quadra, na qual localiza-se o objeto deste estudo, situado no Setor Pedro Ludovico, na Av. Circular, considerada como a avenida mais movimentada da região.

As condições urbanas do local permitem manter a conexão com alguns dos equipamentos urbanos, representados acima. Estes, juntamente com os estudos, sínteses e diagnósticos levantados, possibilitaram definir as diretrizes projetuais para a Requalificação do Mercado Municipal Pedro Ludovico, bem como parte de sua quadra.

Neste projeto, o foco da proposta de intervenção foi o mercado propriamente dito, no entanto, a sua requalificação exige transformações também no tecido urbano. A arquitetura do mercado existente será transformada para abrigar o polo gastronômico e cultural, resgatar o mercado tradicional e melhorar o ambiente circundante.

01

IDENTIDADE



Criar um espaço de pertencimento e identitário, através da cultura e da gastronomia

02

CONECTIVIDADE



Conexão com o Terminal Isidória e integração entre os espaços e a feira

03

PERMEABILIDADE



Integração com o espaço público, criação de percursos, valorização dos pedestres e ciclistas

04

PERMANÊNCIA



Revitalização da praça existente, criar espaços de sombra e permanência

05

RADIALIDADE



Seguir o princípio da radialidade e dos eixos longitudinais do mercado existente

7.2 DEMOLIÇÕES

Além da subutilização do Mercado Municipal Pedro Ludovico, a quadra apresenta lotes subutilizados ou vazios, com construções de pouco valor arquitetônico, econômico e cultural. Isso abre a possibilidade de considerar a desapropriação dessas áreas, visando revitalizar parte da quadra, incluindo o Mercado Municipal Pedro Ludovico.

Nesta proposta de intervenção, houve a necessidade de demolição de algumas edificações representadas em amarelo no desenho gráfico, a fim de se criar uma conexão do mercado com o terminal Isidória e também propor uma cobertura para a tradicional feira que ocorre aos domingos.

Nas imagens abaixo estão as edificações a serem demolidas:



Lotes vazios e em ruínas (1, 2 e 3)



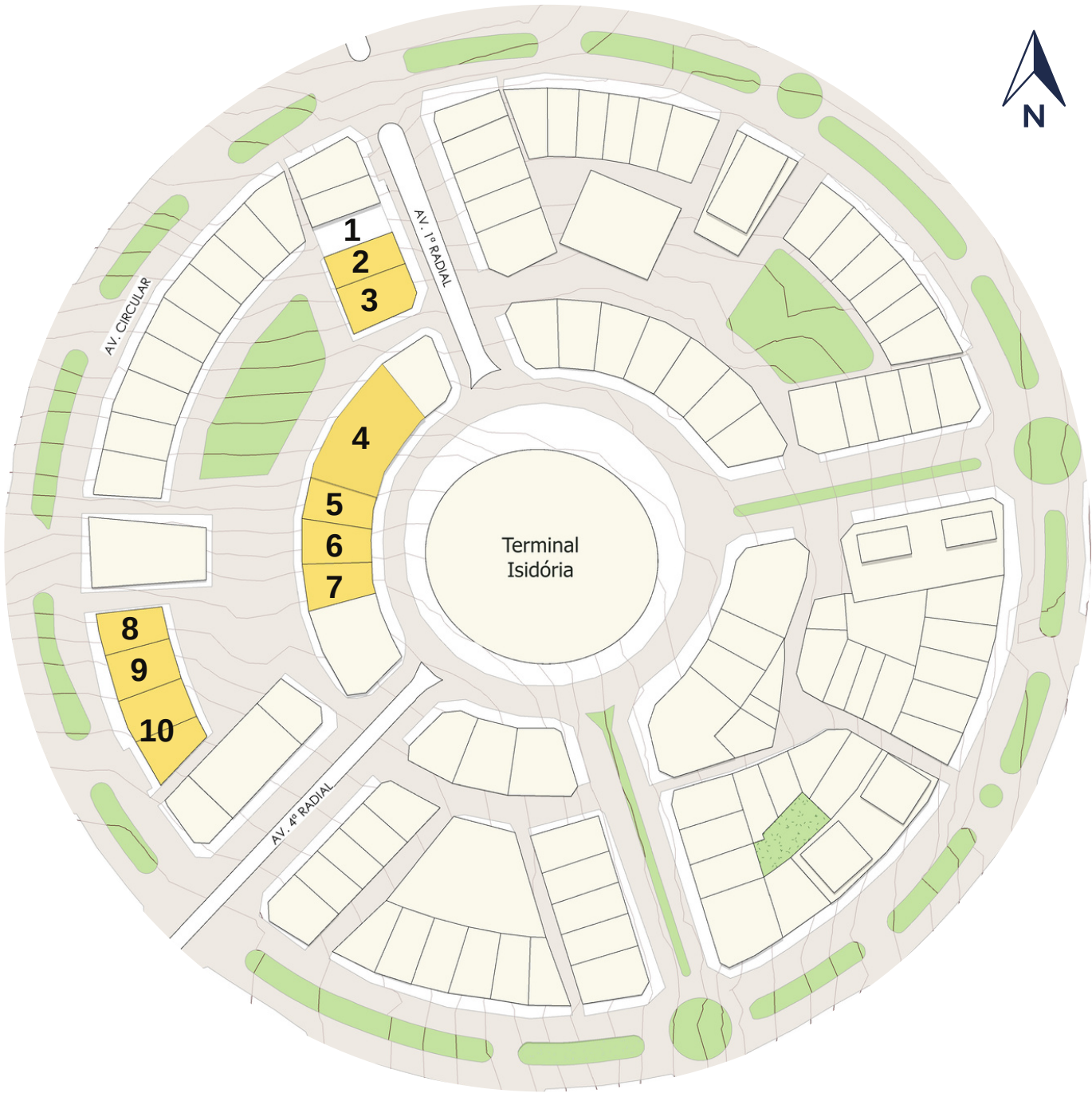
Associação do bairro em estado precário (4)



galpão subutilizado, bar e imóvel vazio (5, 6 e 7)



Verdurão, peixaria e bar (8,9 e 10)



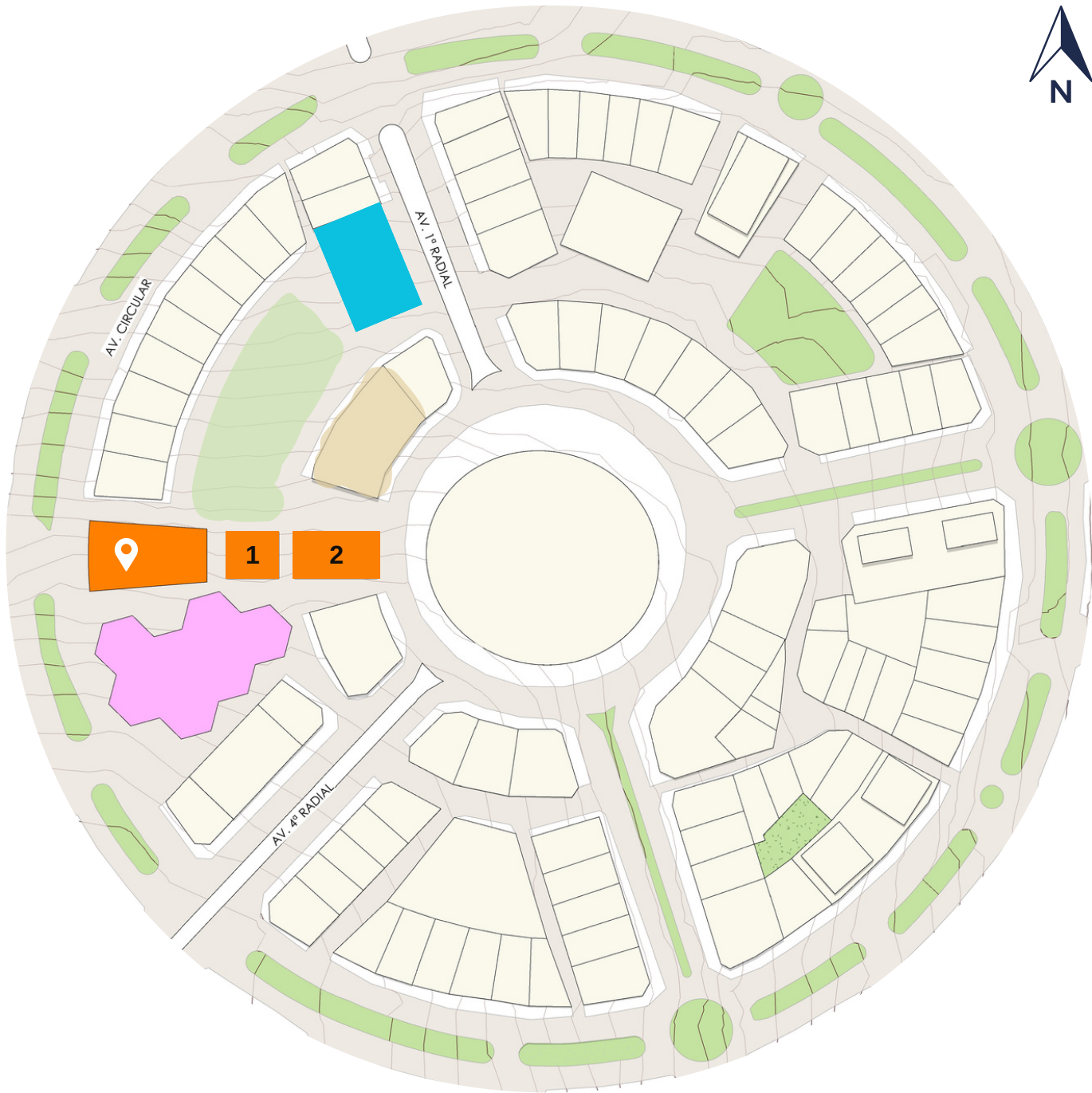
7.3 SETORIZAÇÃO

O projeto de requalificação do Mercado foi pensado na relação com os espaços abertos entre a praça existente, a feira livre que ocorre aos domingos e o Terminal Isidória, a fim de criar uma conexão entre esses espaços e eliminar as barreiras que impedem o acesso dos usuários do transporte público ao mercado.

Na setorização em manchas representada no gráfico ao lado, as seguintes construções são propostas: em laranja, mantem-se o pavimento térreo do mercado existente, construindo um pavimento superior. Já em azul serão construídos dois anexos também com pavimentos superiores. Todos os 3 blocos, ou seja o mercado, o anexo 1 e o Anexo 2 serão interligados por passarelas nos pavimentos superiores. A criação desses anexos foram pensadas para ampliar a área do mercado e também para possibilitar a conexão com o Terminal Isidória, favorecendo os usuários do transporte público.

Na mancha em rosa, foi proposto um espaço híbrido, de maneira que a feira possa acontecer aos domingos, oferecendo maior conforto aos feirantes e clientes e nos demais dias um espaço de convivência, lazer e cultura. Um espaço que possa gerar pertencimento a comunidade. Os edifícios demolidos nesta área serão realocados dentro do mercado, como o verdurão, a peixaria e o bar.

A área destinada a associação do bairro será transferida para os lotes vazios (1 2 e 3, representados no gráfico anterior) apenas como proposta, para que esta área seja ocupada pelo estacionamento, uma vez que as vias de acesso garantem maior facilidade e também a proximidade do estacionamento com o mercado e a praça. Além disso, a barreira de massa edificada é eliminada, garantindo uma maior visibilidade do terminal com a praça, representada em verde que também será requalificada.



- | | |
|------------------------|--|
| Mercado existente | Estacionamento |
| Requalificação Mercado | Sugestão para a nova Associação do bairro. |
| Anexo Mercado 1 | Cobertura para feira |
| Anexo Mercado 2 | Praça Revitalizada |

7.4 O PROGRAMA

01 **MERCADO GASTRONÔMICO**

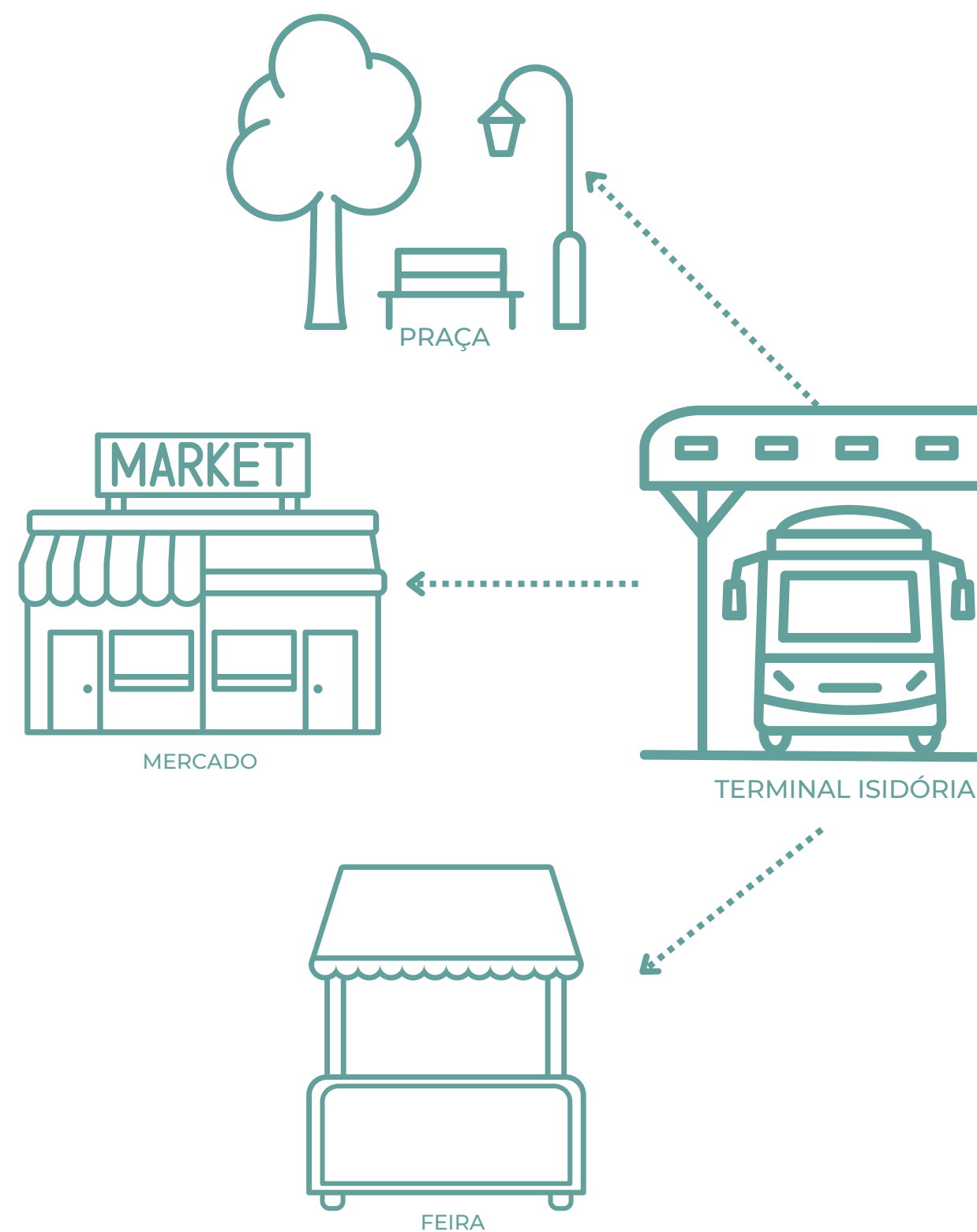
02 **COBERTURA PARA FEIRA**

03 **PRAÇA**

04 **ESTACIONAMENTO**

05 **ASSOCIAÇÃO DO BAIRRO (PROPOSTA)**

Conforme as diretrizes estabelecidas, a partir da análise e diagnóstico do Mercado Municipal Pedro Ludovico e sua quadra, esta proposta de intervenção visa uma integração entre os equipamentos pré existentes, de maneira a respeitar a implantação original do mercado e permitindo através da extensão de mais dois volumes uma conexão com o Terminal Isidória, a área da feira e a praça



7.5 QUADRO SÍNTESE

MACROSETOR	SETOR	MICRO-SETOR	AMBIENTES	ÁREA
MERCADO GASTRONÔMICO 5990,5m²	VENDAS (PAV. TÉRREO E SUPERIOR) 3.392,69m²	ZONA ÚMIDA	Sanitários + PCD Peixaria Açougue Frios	492,37m²
		ZONA SEMI ÚMIDA	Hortifruti Flores	1048,03 m²
		ZONA SECA	Cereais Temperos Produtos da Terra Tabacaria Padaria Artesanatos Produtos Regionais Utilidades Relojoaria Vinhos Cachaçaria Queijos e doces Cestaria Cerâmicas Pedras e Incensos	500,59m²
		ZONA GASTRONÔMICA	Boxes de Restaurantes Cervejaria Sorveteria Cozinha para Aulas Praça de Alimentação Terraço	1289,9m²
		CIRCULAÇÃO VERTICAL	Escadas Elevadores Monta-cargas	61,8m²

MACROSETOR	SETOR	MICRO-SETOR	AMBIENTES	ÁREA
MERCADO GASTRONÔMICO 5990,5m²	SERVIÇOS 2659,61m²	GERENCIAMENTO	Administração Recepção Central de Segurança Controle GMG	71,10m²
		ÁREAS MOLHADAS	PCD DML Vestiários	52,30m²
		ÁREAS EXTERNAS	Estacionamento Carga e Descarga	2022,15m²
		ZONA DE DESPERDÍCIOS	Desperdícios Refrigerados Antecâmaras Depósito de lixo	195,84m²
		ZONA DE ARMAZENAMENTO	Armazenamento Armazenamentos Refrigerados Antecâmaras	61,8m²
PRAÇA	URBANO	CONVIVÊNCIA	Espaços para Caminhada Ciclistas Espaços de Sombra e Permanência Bancos Quiosques Vegetação	4000m²
COBERTURA	CONVÍVIO	ESPAÇO HÍBRIDO	Feira Livre aos domingos Espaço de Lazer e Cultura	2200m²

7.6 IMPLANTAÇÃO E ACESSOS

Atualmente o Mercado Municipal Pedro Ludovico, é constituído apenas em um pavimento, inserido na Av. Circular, com dois acessos longitudinais, um na fachada principal, em frente a Av. T - 63, o outro na fachada leste. Os outros dois acessos estão dispostos no sentido transversal e são secundários, pois a passagem se dá pelas lojas.

A forma de implantação do mercado existente foi preservada na proposta de intervenção. Sua malha estrutural interna foi reorganizada, requalificando o espaço como um mercado de tradição e com uma zona gastronômica no pavimento superior, preservando apenas a fachada principal.

A proposta de extensão do mercado no sentido longitudinal, foi baseada na topografia do terreno, considerando que neste sentido não há um declive acentuado, além de proporcionar uma conexão com o Terminal Isidória.

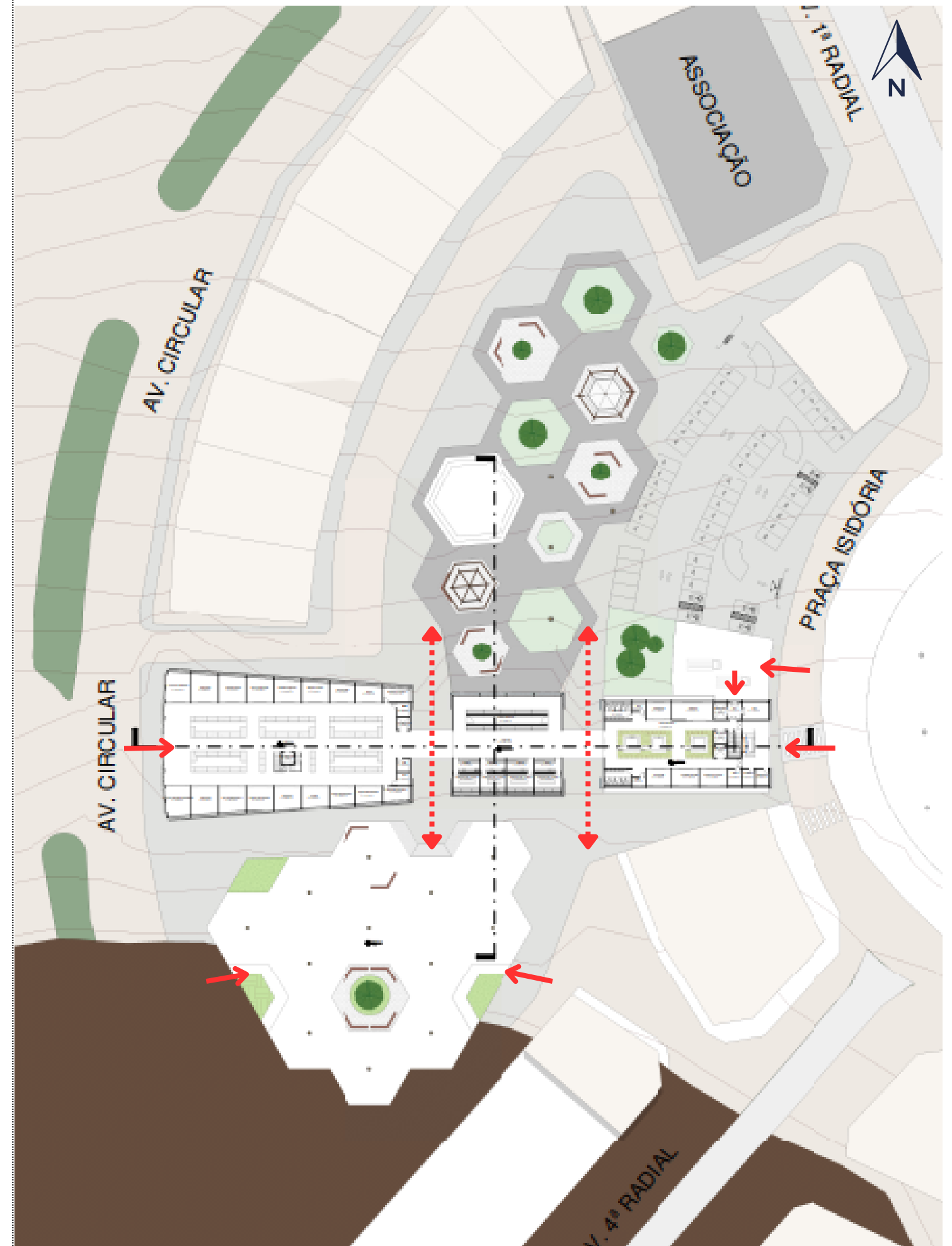
O projeto para a requalificação do Mercado é composto de três volumes de dimensões distintas, que se unem através de passarelas no pavimento superior, permitindo assim uma comunicação e um fluxo cruzado no pavimento térreo entre a área da cobertura, o mercado e a praça.

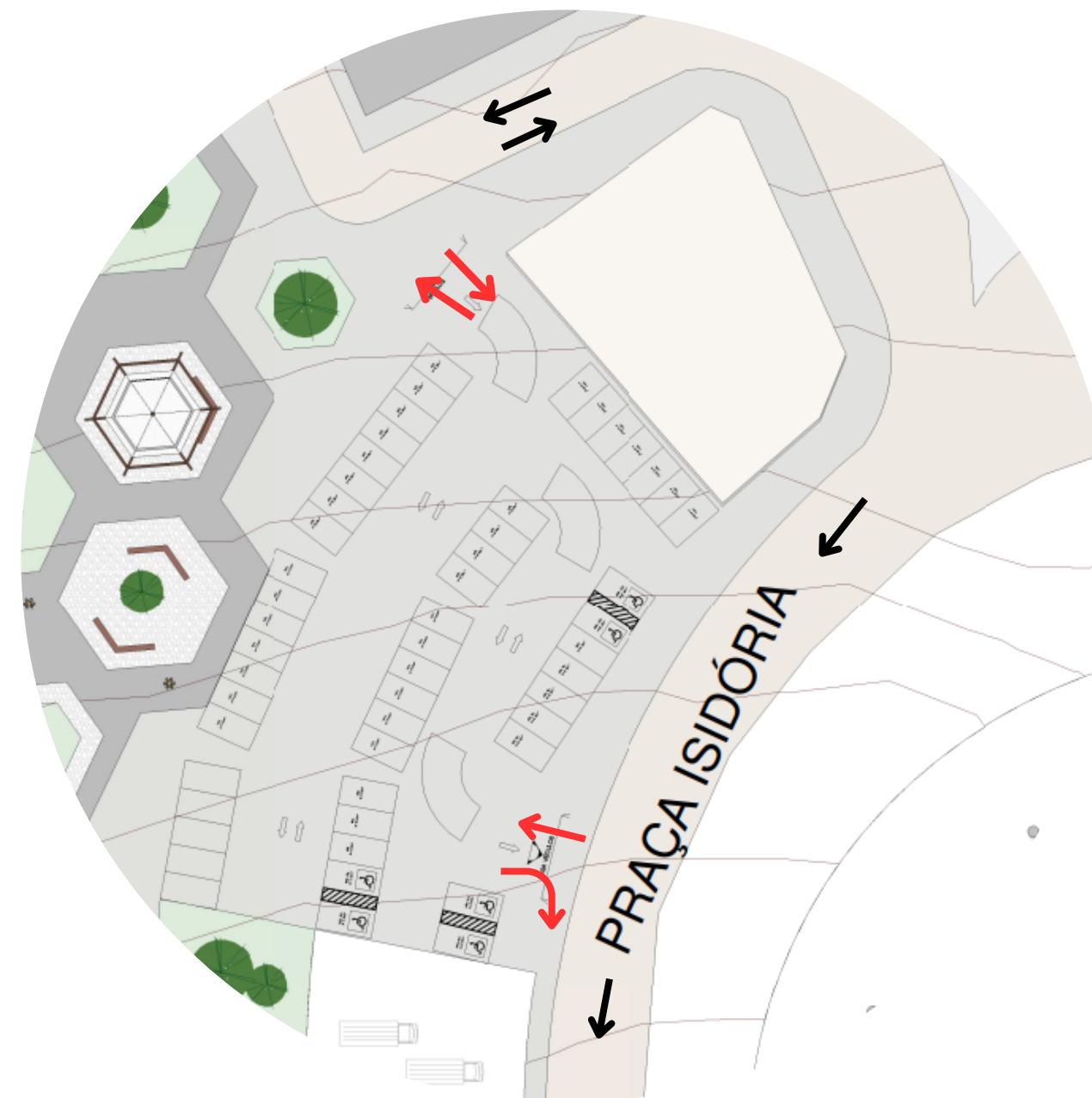
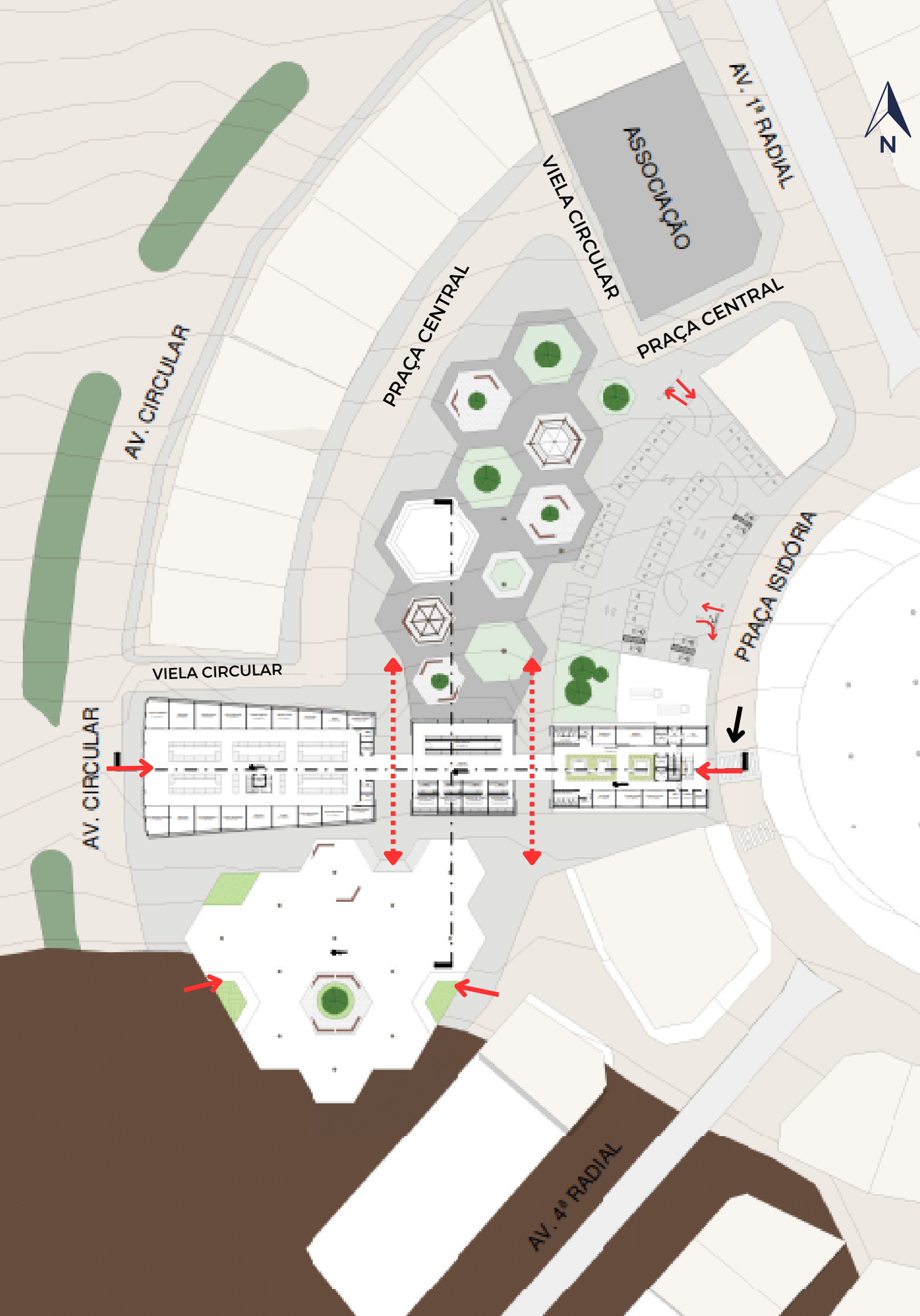
A nova edificação apresenta dois acessos principais ao público no sentido longitudinal, um permanecendo no mesmo local de sua origem no maior volume, e o outro em frente ao Terminal Isidória. Já os acessos secundários se dão no sentido transversal entre os três volumes.

A localização da carga e descarga se dá ao lado norte, entre o último volume do mercado e o estacionamento., seu acesso se dá pela Praça Isidória. As mercadorias chegarão pelo pavimento térreo, onde através de um monta-carga serão transportadas para o armazenamento no subsolo.



Implantação e malha estrutural do Mercado existente

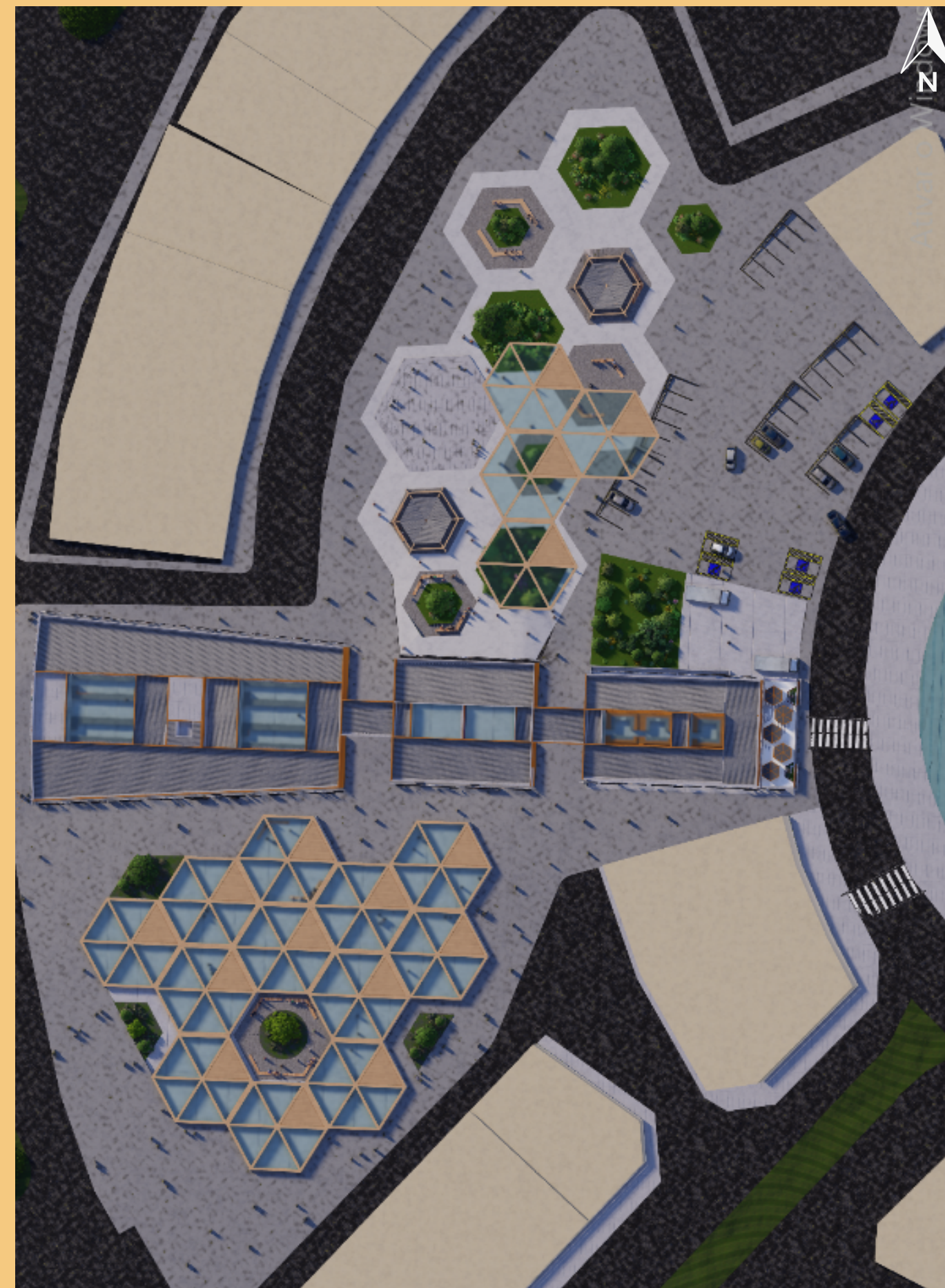
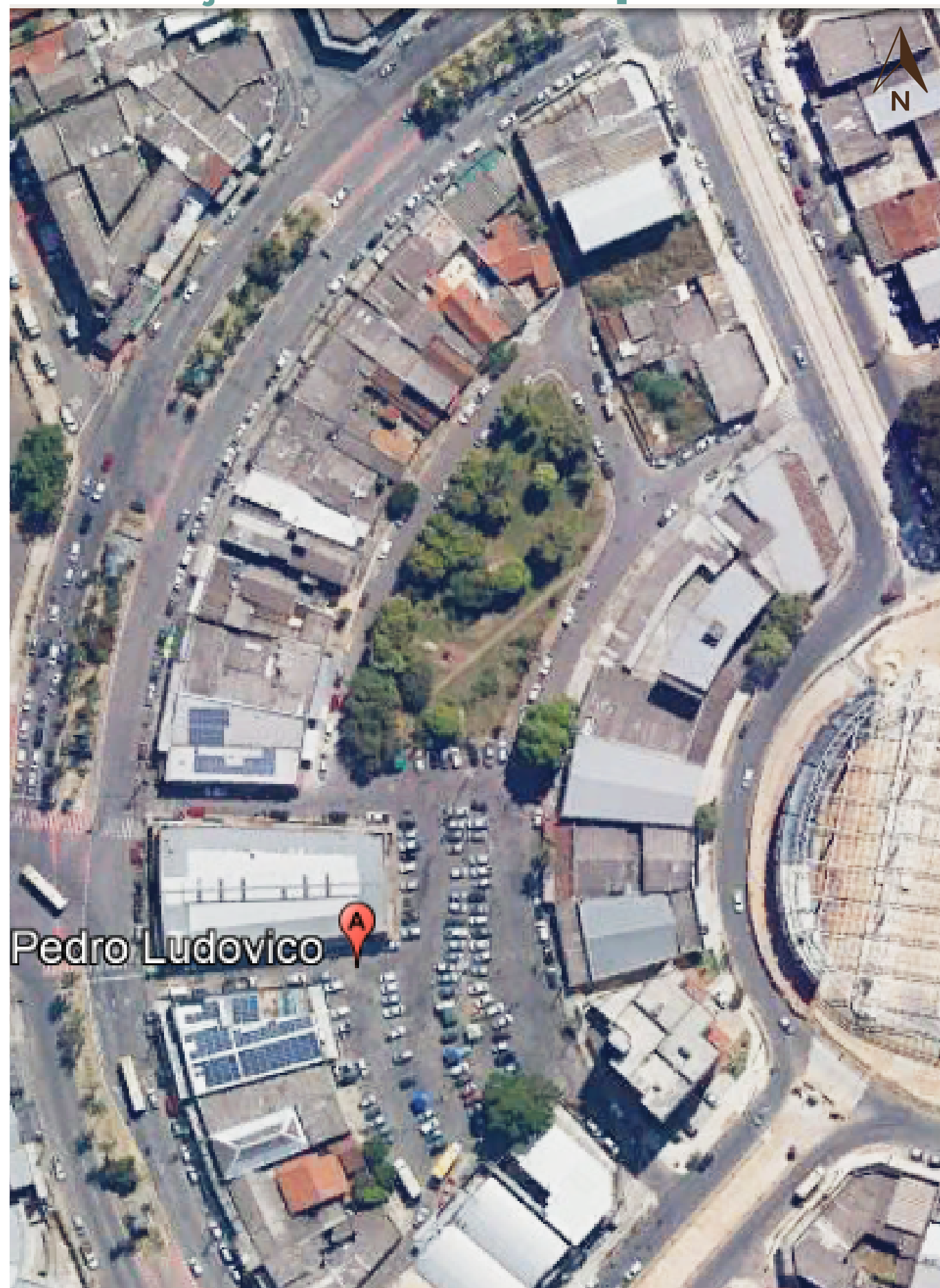




O estacionamento foi pensado na área onde atualmente está localizado o edifício da Associação do Bairro. Essa área tem maior proximidade com o mercado e com a praça. A sugestão é que a nova sede da Associação do Bairro passe a ser no local dos lotes vagos, localizados na Av. 1ª radial, uma vez que a edificação encontra-se em estado de precariedade, garantindo deste modo liberação de área para o estacionamento e em contrapartida uma proposta para uma nova edificação da associação.

O estacionamento conta com 51 vagas, sendo 15 vagas para necessidades especiais, localizado na Praça Isidória e Praça Central, seus acessos serão através da Praça Isidória, da Av. Circular, esta permitindo acessar as Vuelas Circulares que culminam na Praça Central e através também da 1ª Radial que dá acesso a Praça Central. Os dois acessos para o estacionamento propriamente dito permitem entrada e saída de veículos simultaneamente.

7.7 Praça e Cobertura para Feira



7.7 Praça e Cobertura para Feira

Apesar da quadra apresentar uma área verde considerável por conter uma praça, esta encontra-se abandonada e sem atratividade, não possui árvores de grande porte para proporcionar momentos de sombra e permanência, além de não contar com mobiliários urbanos e caminhos convidativos aos transeuntes.

A praça existente situada ao norte será revitalizada com o propósito de integração entre os espaços, criando um diálogo permanente entre mercado, feira/ espaço cultural e terminal. Foram pensados dois quiosques para vendas de água de coco sucos e afins. O desenho da praça segue a forma hexagonal desenvolvida na cobertura para a feira no lado sul, esta cobertura abrange parte da praça, proporcionando espaços de sombra e permanência, com bancos e espaços para caminhadas.



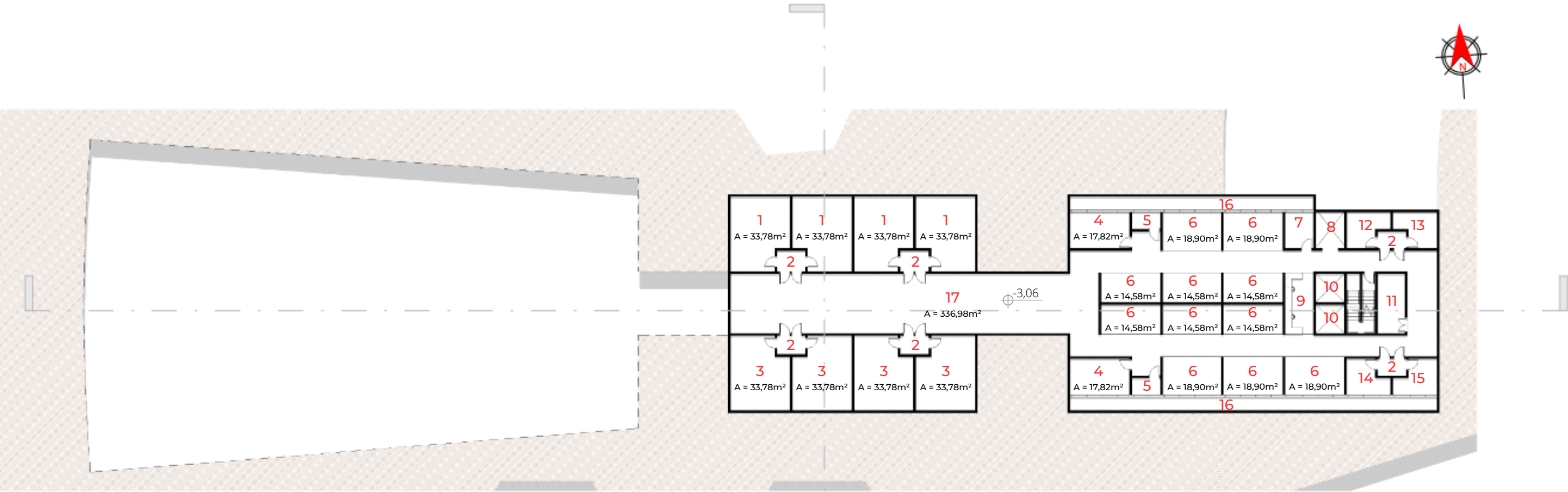
A feira livre acontece no entorno do mercado apenas aos domingos, sendo um espaço de expressão no setor, tanto que a Praça Central localizada ao norte, é conhecida como “A praça da feira Pedro Ludovico”.

A cobertura proposta para a feira surgiu da ideia de tornar o espaço híbrido, acontecendo a feira aos domingos, na qual os feirantes montariam suas bancas padronizadas sem a lona de cobertura e nos demais dias, um espaço para eventos culturais e de lazer, em ambos os casos, proporcionando uma experiência arquitetônica, uma vez que esta cobertura possibilita um jogo de luz e sombras, devido ao material policabornato alveolar que permite a incidência de luz e ao mesmo tempo a proteção dos raios ultravioletas e também da madeira em alguns módulos que permitem a sombra.

O projeto como um todo foi pensado na noção de percurso arquitetônico, valorizando a circulação dos transeuntes, a fim de provocar percepções sensoriais durante a sua permanência nos espaços.



7.8 O MERCADO GASTRONÔMICO



PLANTA DE SUBSOLO

- 1 - Desperdícios Refrigerados

2 - Antecâmaras

3 - Armazenamentos Refrigerados

4 - Vestiários Masculino / Feminino

5 - PCD

6 - Armazenamentos Secos

7- DML

8 - Monta-carga

9 - Controle
- 10 - Fossos Elevador

11 - Grupo Motor Gerador

12 - Desperdícios Refrigerados (Suínos)

13 - Desperdícios Refrigerados (Bovinos)

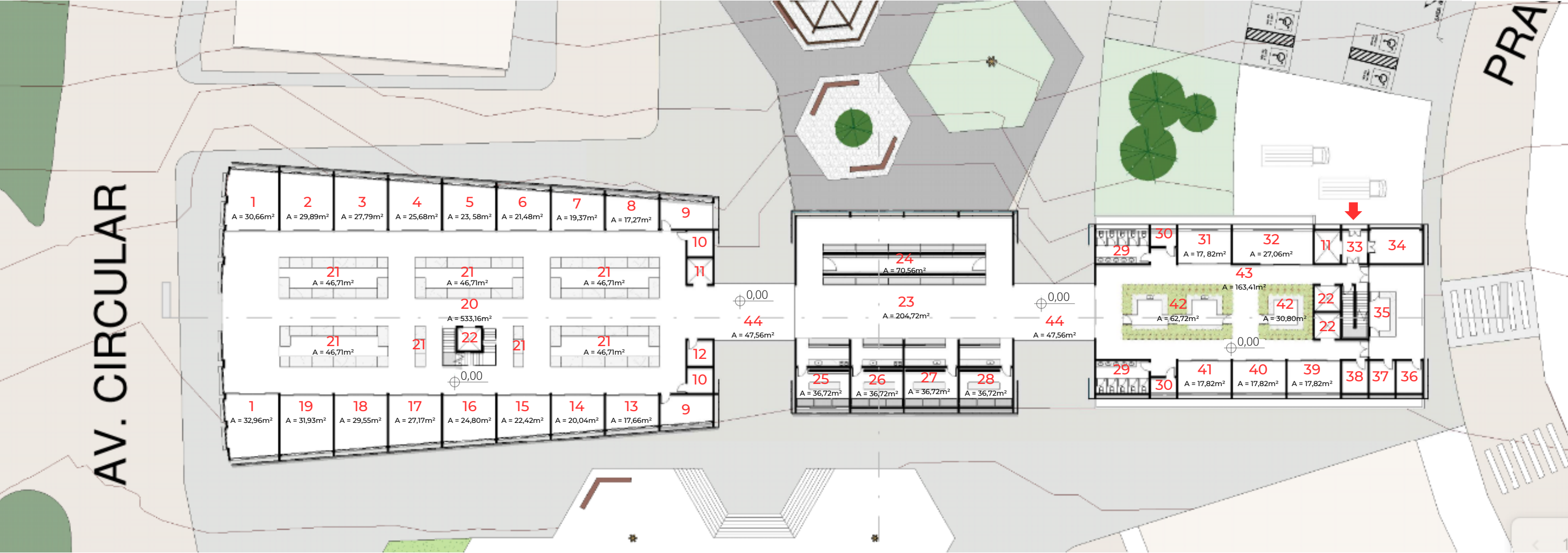
14 - Desperdícios Refrigerados (Peixes)

15 - Desperdícios Refrigerados (Aves)

16 - Fossos de Ventilação

17 - Circulação

7.8 O MERCADO GASTRONÔMICO



PLANTA DE PAV. TÉRREO

- 1 - Utilidades
- 2 - Quitandas
- 3- Pães Artesanais
- 4 - Doces Artesanais
- 5 - Produtos Regionais
- 6- Queijos e Doces
- 7 - Cachaçaria
- 8 - Vinhos
- 9 - Sanitários Feminino / Masculino
- 10 - PCD

- 11 - Monta - carga
- 12 - DML
- 13 - Artesanato
- 14 - Sapataria
- 15 - Relojoaria
- 16 - Temperos
- 17 - Ervas / Chás
- 18 - Conservas
- 19 - Cereais
- 20 - Circulação

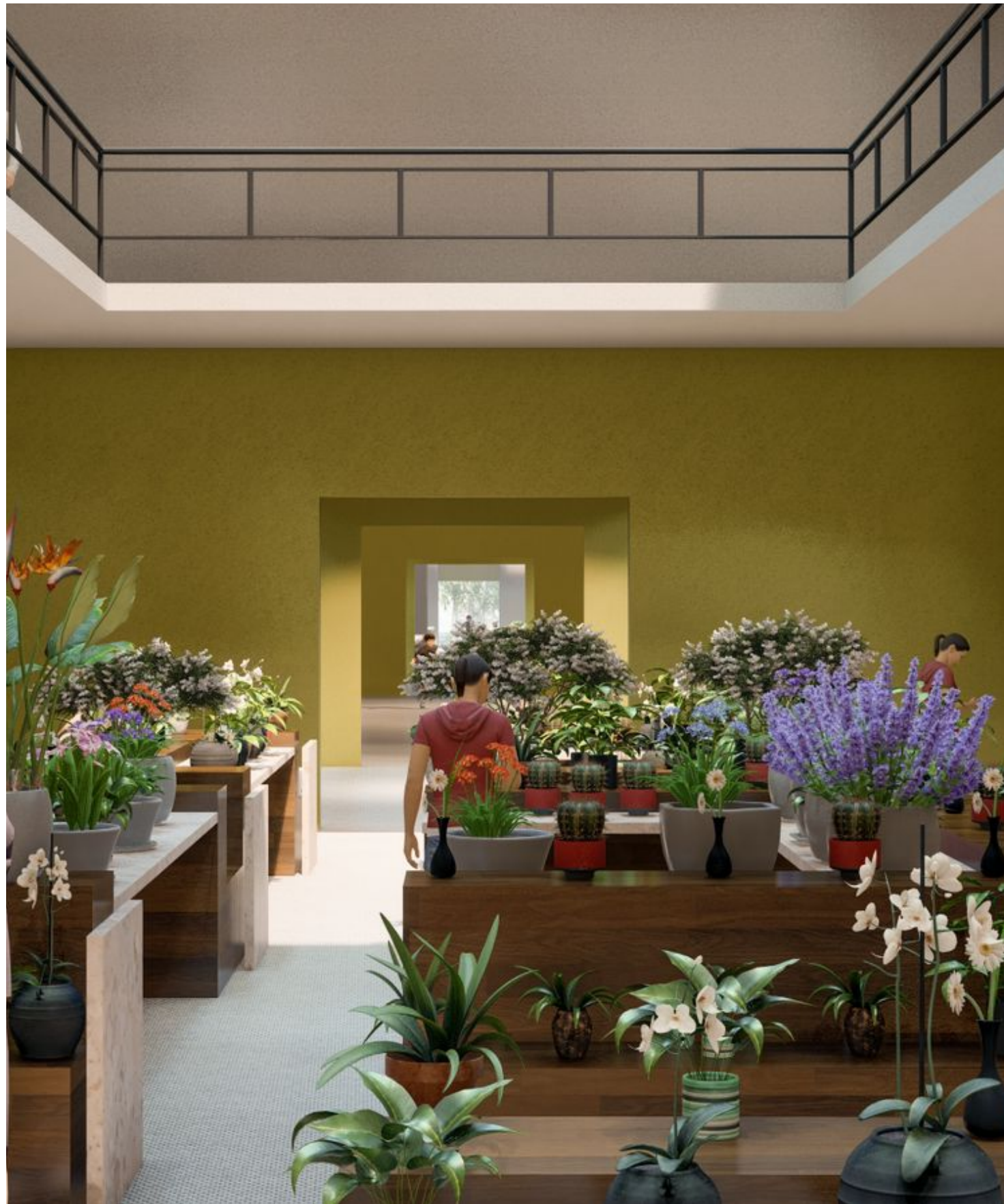
- 21 - Bancas Hortifruti
- 22 - Elevadores Sociais
- 23 - Circulação
- 24 - Frios e Laticínios
- 25 - Suínos
- 26 - Bovinos
- 27 - Peixes
- 28 - Aves
- 29 - Sanitários Masculino / Feminino
- 30 - PCD

- 31 - Cerâmicas
- 32 - Cestaria
- 33 - Circulação
- 34 - Lixo
- 35 - Balcão de Informações
- 36 - Segurança
- 37 - Sanitário
- 38 - DML
- 39 - Pedras e Incensos
- 40 - Produtos da Terra

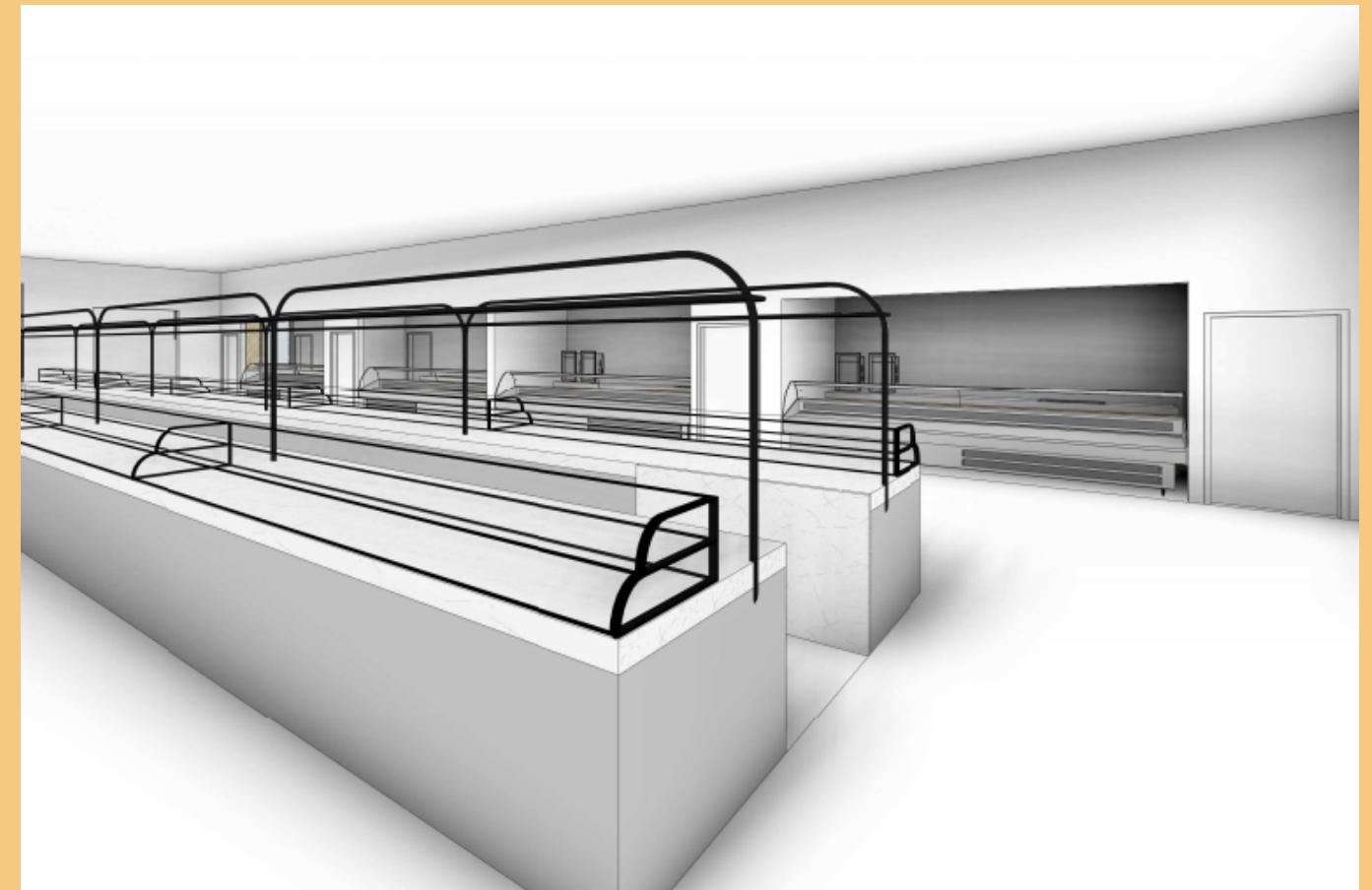
- 41 - Tabacaria
- 42 - Bancas das Flores
- 43 - Circulação
- 44 - Circulação



7.8 O MERCADO GASTRONÔMICO

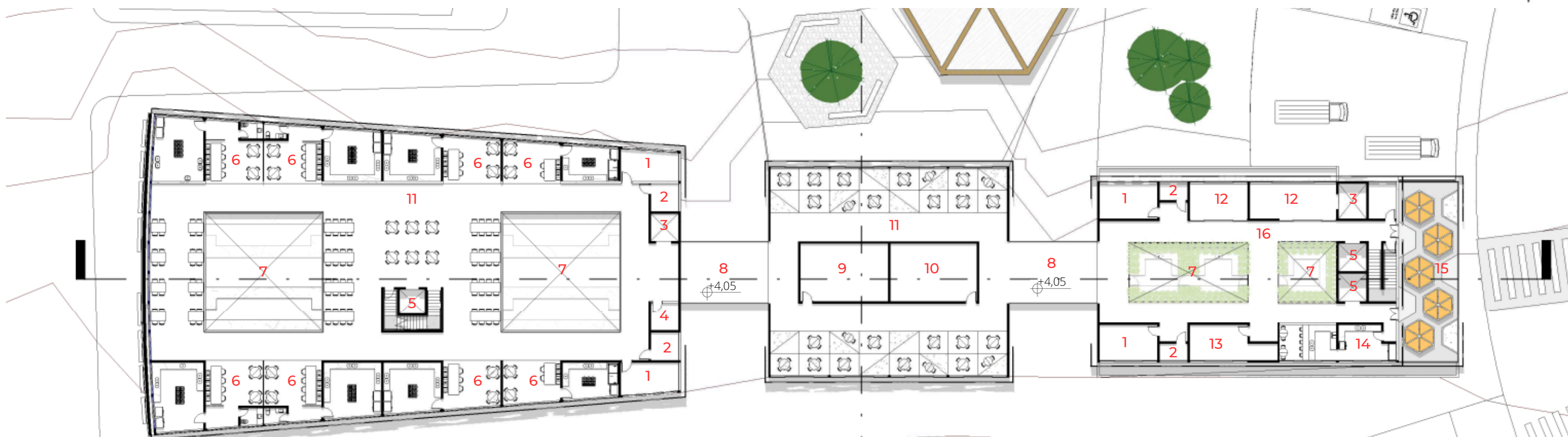


PERSPECTIVAS DO PAVIMENTO TÉRREO ZONA DAS FLORES



PERSPECTIVAS DO PAVIMENTO TÉRREO ZONA FRIA

7.8 O MERCADO GASTRONÔMICO

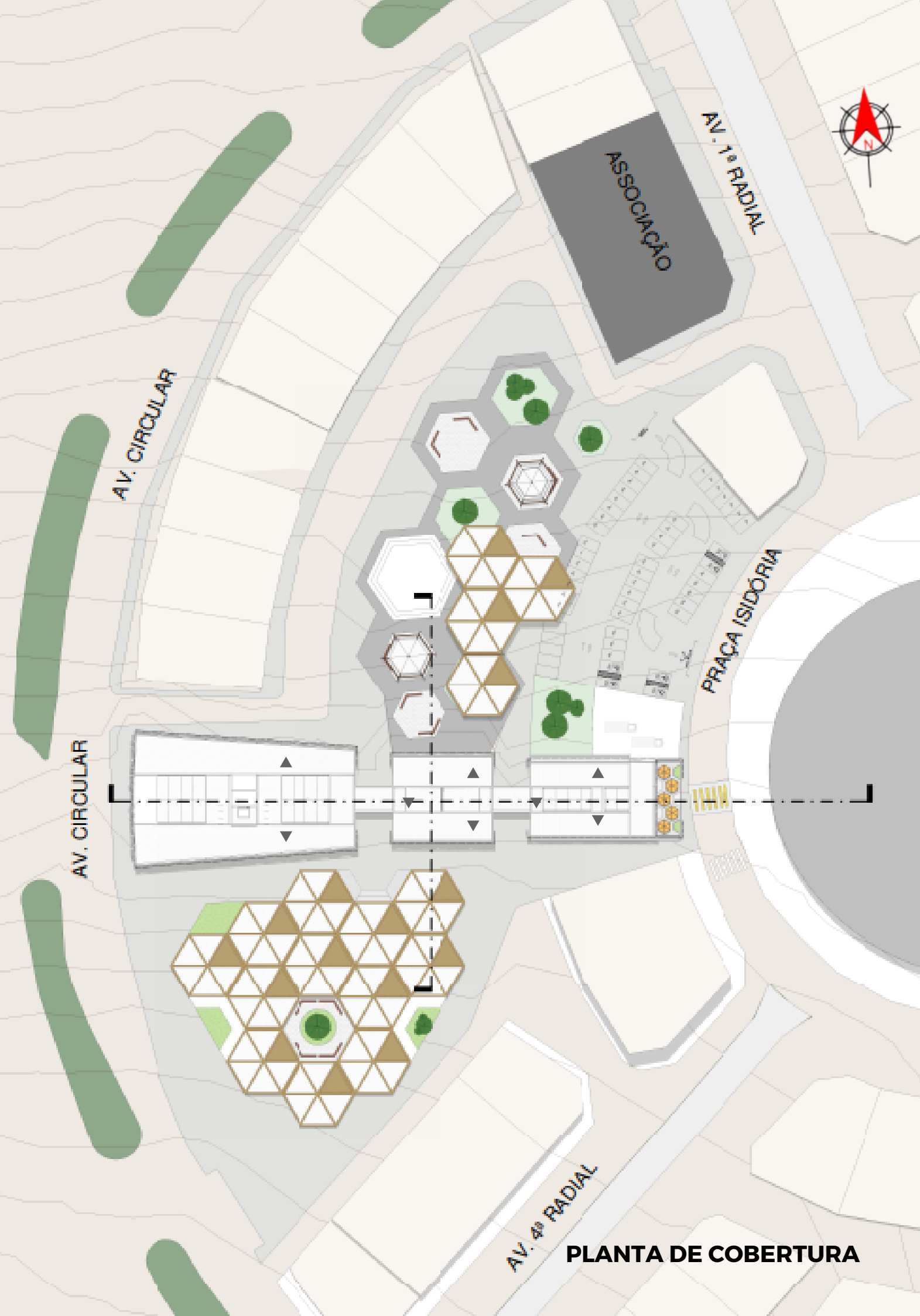


PLANTA DE PAV. SUPERIOR



PERSPECTIVA TERRAÇO CAFETERIA

- 1 - Sanitários Masc. / Fem.
- 2 - PCD
- 3 - Monta-cargas
- 4 - DML
- 5 - Elevadores Sociais
- 6 - Boxes de Restaurantes
- 7 - Vazios
- 8 - Passarelas
- 9 - Cervejaria
- 10 - Sorveteria
- 11 - Zona Gastronômica
- 12 - Cozinhas para cursos
- 13 - Administração
- 14 - Cafeteria
- 15 - Terraço Cafeteria
- 16 - Circulação



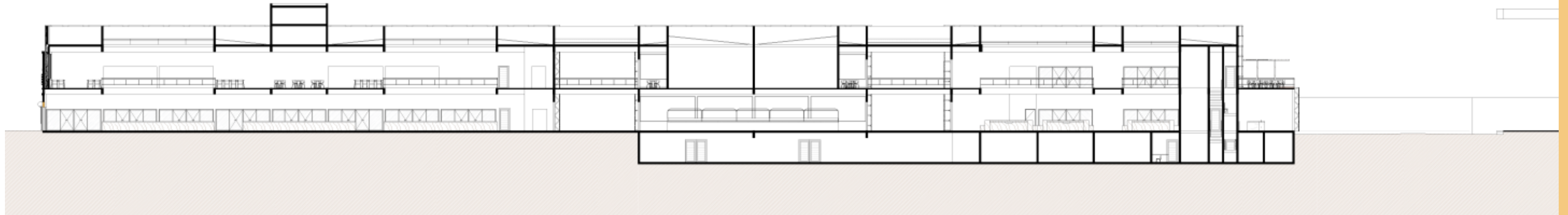
7.8 MERCADO GASTRONÔMICO

A cobertura para o Mercado Municipal Pedro Ludovico será estruturada por telhas isotérmicas e com aberturas zenitais em fibra de polycarbonato, a fim de proporcionar iluminação no interior do mercado.

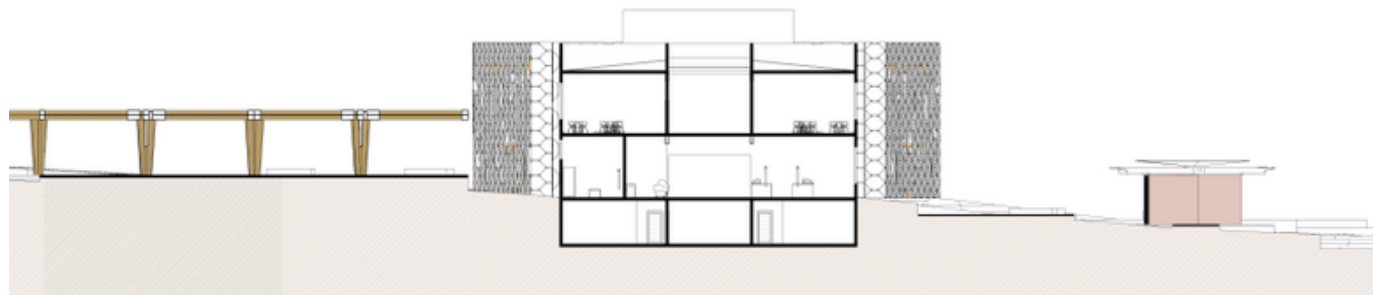
PLANTA DE COBERTURA

7.8 MERCADO GASTRONÔMICO

CORTES



CORTE LONGITUDINAL

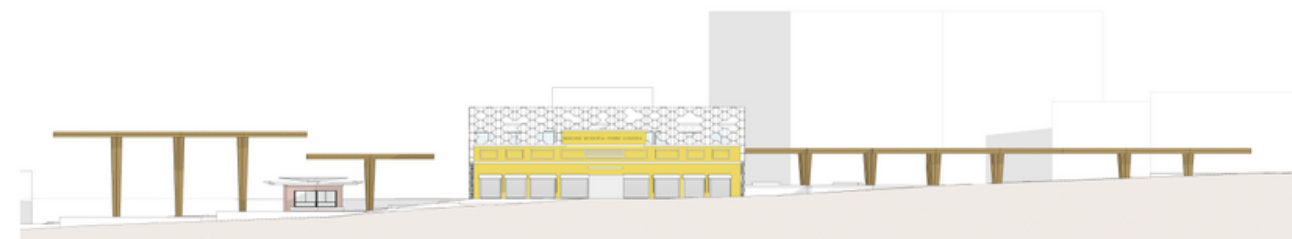


CORTE TRANSVERSAL

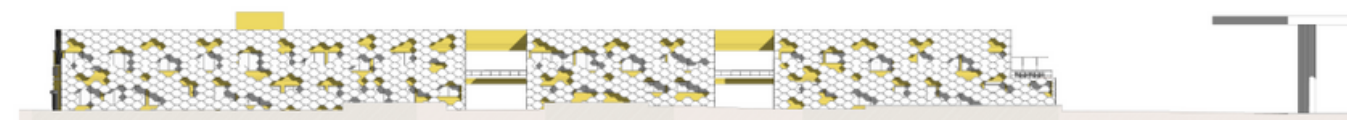


7.8 MERCADO GASTRONÔMICO

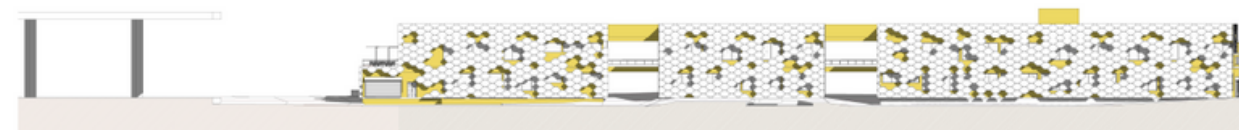
Fachadas



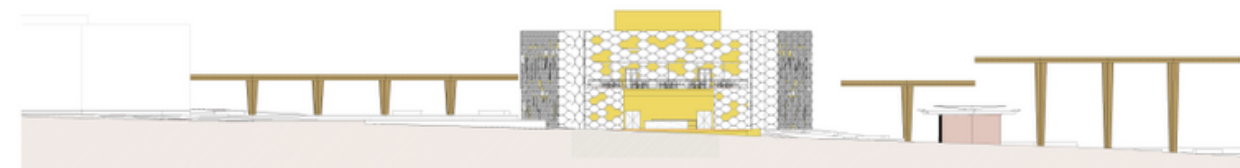
① FACHADA OESTE
1 : 200



② FACHADA SUL
1 : 200



③ FACHADA NORTE
1 : 200



④ FACHADA LESTE
1 : 200

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACELAR, Daniela de Oliveira. **Mercado Gastronômico de Boa Viagem - Time Out Market Recife Um Elemento Requalificador do Espaço Urbano**. 2019. Trabalho Final de Graduação - Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2019.

BARBOSA, L.R; ARAÚJO, P.C.A **Feira: lugar de cultura e educação popular**. 2005. 10f. Dissertação (V Colóquio Internacional Paulo Freire) Recife, 2005

BERNARDES, Genilda D'Arc. **O cotidiano dos trabalhadores da construção de Goiânia: O mundo do trabalho e extratrabalho**. Revista UFG, v. 11, n. 6, jun. 2009. Disponível em: < <https://www.revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48230> > Acesso em: 07 ago. 2018.

BORGES, Amanda. **Requalificação do Mercado de Goiânia**. 2021. Trabalho de conclusão de curso - Escola Politécnica Arquitetura e Urbanismo - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021.

BORGES, Larissy Barbosa. **Entre sons, aromas e sabores. As feiras em Goiânia: história, referência cultural e hibridação entre o moderno e o tradicional**. 2013. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Rio de Janeiro, 2013.

CASA FORA DE CASA. **Táticas Urbana**. Edição 2 - Viva. Goiânia. 2016. Disponível em: <http://casaforade.casa/setorpedro/o-projeto/>. Acesso em: 3 de abril de 2023.

COSTA, Fernando Viana. **Um Ornitorrinco no Cerrado: Bairros Populares e Outros Pioneiros na Formação e Expansão Urbana de Goiânia**. 2016. Dissertação de Mestrado (Pós Graduação) - Curso de História - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

FEIRA. In: Michaelis. **Dicionário eletrônico brasileiro da língua portuguesa**. 2023. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/feira>. Acesso em: 3 de Abril de 2023.

FILGUEIRAS, B.S.C. **Do Mercado Popular ao Espaço de Vitalidade: o mercado central de Belo Horizonte**. 2006. 172f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

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

FERREIRA, Antunes José Pedro. **Os mercados e as suas arquitecturas através do tempo : o caso de estudo do Mercado Municipal de Braga**. 2013. Dissertação de Mestrado - Universidade Lusíada de Vila Nova de Famalicão, Vila Nova de Famalicão. 2013

FREITAS, Laís Barbosa de. **Mercado Poti: proposta arquitetônica de um centro gastronômico para a cidade de Natal/RN**. 2021. 108f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) - Departamento de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.

FREITAS, MCS., FONTES, GAV., and OLIVEIRA, N., orgs. **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura** . Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p. ISBN 978-85-232-0543-0. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

FONTENELLE, Aira. **Mercado Municipal Pedro Ludovico Trocas e Convivência no Espaço Público**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso - Curso de Arquitetura e Urbanismo - Universidade Federal de Goiás . Goiânia 2019

FRANTANTONIO, Marcella Silva. **Mercado público em Presidente Prudente**. 2011. Trabalho Final de Graduação - Curso de Arquitetura e Urbanismo - Faculdade de Ciências e Tecnologia da UNESP, Presidente Prudente, São Paulo, 2011.

GRACIA, Francisco de. **Construir en Lo Construído**. Nerea. 1992. Madrid. Editorial Nerea S.A. 1992

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: . Acesso em: mar. 2021.
https://bdm.unb.br/bitstream/10483/22293/1/2018_AzenaideLopesPereira_tcc.pdf

MARTINS, Eduarda Filipa Pinto. **A (RE) CONSTRUÇÃO NA ARQUITETURA ENQUANTO MODELO DE (RE) INTERPRETAÇÃO. O caso de estudo do Mercado Municipal de Braga**. 2017. Dissertação de Mestrado - Universidade Lusíada Norte. Vila Nova de Famalicão, 2017.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Mercado Municipal de Braga / APTO Architecture" 01 Jan 2023. ArchDaily Brasil. Acessado 3 Abr 2023. <<https://www.archdaily.com.br/br/994415/mercado-municipal-de-braga-apto-architecture>> ISSN 0719-8906

PEREIRA, Azenaide Lopes. **Mercados Públicos como Patrimônio Cultural - Um Estudo da Cidade de Goiânia**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós Graduação) - Curso de Especialização em Educação e Patrimônio Cultural e Artístico - Universidade de Brasília, Goiânia, 2018.

PINTAUDI, S.M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. Scripta Nova. **Revista electrónica de geografía y ciencias sociales**. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. X, núm. 218. 2016.

PREFEITURA DE GOIÂNIA. **Mercados Municipais**. Prefeitura de Goiânia, 2023. Disponível em: <https://www.goiania.go.gov.br/sobre-goiania/mercados-municipais/>. Acesso em 3 de abril de 2023.

REBELLO, Alexandra Xavier de Campos. **Revitalização do Mercado Central de Goiânia**. 2006. 95 f. p. 44. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2006

RMTC. **Setor Pedro Ludovico: berço da região Sul de Goiânia**. RMTC, 2013. Disponível em: <https://www.rmtcgoiania.com.br/blog/2013/03/11/setor-pedro-ludovico-berco-da-regiao-sul-de-goiania/>. Acesso em: 3 de abril de 2023.

ROCHA, Hélio Cesar Araújo. **O Estudo de Caso Mercado Santa Caterina**. 2020. Projeto de pesquisa - Curso de Arquitetura. 2020

ROMANO, Leonora. **Edifícios de Mercados Gaúchos: Uma Arquitetura dos Sentidos**. 2004. Dissertação (Pós Graduação) - Curso de Arquitetura - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

ROMANO. R. G; CARVALHO. A.F.De; SOUSA. R.M.De. M; SOARES. M.J.N. **Mercados municipais: olhares sobre cultura e territorialidade em diferentes regiões do Brasil**. Gaia Scientia, [S. l.], v. 14, n. 4, 2020. DOI: 10.22478/ufpb.1981-1268.2020v14n4.52758. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/gaia/article/view/52758>. Acesso em: 3 abr. 2023.

SEDETEC. **Feiras Livres de Goiânia**. Prefeitura de Goiânia, 2023. Disponível em: <https://www.goiania.go.gov.br/sobre-goiania/feiras/#:~:text=Atualmente%2C%20Goi%C3%A2nia%20conta%20122%20feira,s,est%C3%A3o%20em%20processo%20de%20regulariza%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em 3 de abril de 2023.

TAVARES, Raul Souto. **Mercado Público Gastronômico do Benfica**. 2018. Trabalho Final de Graduação - Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2018.

TEXEIRA, Patrícia Godoia Garcia de Souza; MENDES Geisa Flores. **Espaço, Memória Social e Cidade: Pensar os Mercados Públicos como Lugares de Memória**. 2017. Artigo Científico. XII Colóquio Nacional e V Colóquio Internacional do Museu Pedagógico. Universidade Estadual Do Sudoeste Da Bahia, Bahia. 2017.

TIME OUT MARKET. **Comer e Beber**. Disponível em: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa/comer-e-beber/>. Acesso em: 3 de abril de 2023.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. 2001. São Paulo: SENAC. 2023. 2001

VELHO, Diana Bastos Cunha. **[Re]Estruturar a Identidade: proposta de intervenção na Vila de Prado, Vila Verde**. 2020. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura - Universidade do Porto, Porto, 2020.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
GABINETE DO REITOR

Av. Universitária, 1059 • Setor Universitário
Caixa Postal 86 • CEP 74605-010
Goiânia • Goiás • Brasil
Fone: (62) 3946.1000
www.pucgoias.edu.br • reitoria@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Luiza Andrade Pinho
do Curso de Arquitetura e Urbanismo, matrícula 20181001603395,
telefone: 62 99319-9395 e-mail luizaandradepinho@hotmail.com
na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei
dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás)
a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
[RE] QUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL PEDRO LUDOVICO E SUA
QUADRA: UM POLO GASTRONÔMICO CULTURAL,
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos,
conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de
computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som
(WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da
área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção
científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 18 de Agosto de 2023.

Assinatura do autor: Luiza Andrade Pinho

Nome completo do autor: Luiza Andrade Pinho

Assinatura do professor-orientador: Camilla Pompio

Nome completo do professor-orientador: Camilla Pompio de Camargo
e Silva