

Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Júlia Carvalho David Nascimento

MERCADO CENTRAL

POLO GASTRONÔMICO
DE GOIÂNIA

Goiânia
Dezembro, 2020

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE ARTES E ARQUITETURA
ARQUITETURA E URBANISMO
DEZEMBRO, 2020

MERCADO CENTRAL - POLO GASTRONÔMICO DE GOIÂNIA
JÚLIA CARVALHO DAVID NASCIMENTO
ORIENTADOR: FERNANDO CAMARGO CHAPADEIRO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO 2



SCAN ME

**Para a visualização do trabalho no formato revista,
utilizar o QR code ou o link:**

https://issuu.com/juliacarvalhod/docs/caderno_tcc2_-_julia_carvalho_david_nascimento_-_m

RESUMO

Este trabalho tem como principal objetivo interferir no Mercado Central de Goiânia, considerando suas características marcantes e importantes para a cultura da cidade e preservando-as, mas também trazendo um ar de inovação que atraia um público mais abrangente.

Com essa interferência, portanto, torna-se possível com que o Mercado Central de Goiânia desempenhe muito além de seu papel comercial, ou seja, a revitalização do local de uma forma que também promova inovação, permite com que o equipamento promova também um papel social, cultural, educacional e de lazer, além de ser um espaço dedicado para ressaltar, aprender e conhecer a gastronomia goiana.

PALAVRAS CHAVE: Mercado Central; Gastronomia; Intervenção; Pré-existente; Cultura; Comércio; Lazer; Preservação; Inovação;

SUMÁRIO > >

Capítulo

01

Introdução

Contextualização- página 09

Temática e tema - página 10

Justificativa - página 14

Capítulo

02

Estudos de caso

Museu do Pão - página 17

Mercado de Lages - página 19

Mercado de Atarazanas - página 21

Capítulo

03

Mercado Central

Histórico - página 25

Lugar - página 31

Programa atual - página 35

Capítulo

04

Diretrizes projetuais

Programa - página 39

Partido - página 40

Capítulo

05

Referências bibliográficas

Página 67





Figura 1: Frutas e verduras.
Foto: Alex Rath - IStock

CAPÍTULO 01



Figura 2: Oleaginosas.
Foto: Fotógrafo não encontrado.



INTEGRAL

CONTEXTUALIZAÇÃO >>

Os mercados públicos estão inseridos na sociedade desde o início da civilização não apenas por possuírem papel comercial para a cidade, mas também por possuírem importância social, já que estipulam significado e sentido para os usuários. Sendo assim, ele não é simplesmente um equipamento com importância econômica por movimentar o capital, mas, devido à sua tradição e cultura, carrega valores sentimentais para muitos daqueles que o frequenta. Dessa forma, ele é um espaço voltado também para a socialização, sendo definido por Fernand Braudel como um "centro natural da vida social".

COMÉRCIO
CULTURA
LAZER
TRADIÇÃO

O Mercado Central de Goiânia desempenha os papéis econômicos, sociais e culturais desde sua fundação no final da década de 40. A sua localização influenciou bastante para esse acontecimento uma vez que, por estar locado no Setor Central, possuiu – e ainda possui – um fluxo significativo de pessoas durante o horário comercial. Já que ele foi construído apenas 5 anos após a transferência da capital, o Mercado Central é de importância significativa para o desenvolvimento da região e também para a vida dos habitantes daquela época, carregando significado e memórias para grande parte da população goiana, tanto os que viveram naquela época, quanto para os que foram, de alguma maneira, atingidos pela tradição e cultura do equipamento.

No entanto, com o tempo, o Setor Central deixou de ser o bairro principal da cidade, e com o êxodo de seus moradores para bairros mais nobres e também para condomínios horizontais localizados nas periferias, ele se tornou refém do horário comercial e, infelizmente, não possui vida noturna. Além disso, outros polos comerciais se tornaram preferência para a população devido à sua praticidade, ao horário e também pela modernidade, como shoppings, galerias e hipermercados. Assim, os comércios localizados no centro foram deixados de lado.



Figura 3: Praça Cívica, sem data. Foto: Desconhecido.

Tais fatores influenciaram de forma significativa para o Mercado Central, fazendo com que ele fosse esquecido por parte da população.

Levando em consideração os problemas apontados, a proposta busca resgatar a importância que o Mercado Central possui, proporcionando um espaço público agradável, que tenha bastante representatividade da cultura goiana e que respeite a tradição que ele já possui.

Além disso, torna-lo um novo polo gastronômico, com restaurantes, bares espaços de convivência inovadores, o horário de funcionamento do Mercado Central poderá ser estendido, gerando movimento e vida noturna para o bairro.

<< TEMÁTICA

{ REVITALIZAÇÃO || INTERVENÇÃO EM PRÉ-EXISTÊNCIA }

O sistema de troca de produtos sempre esteve inserido na sociedade. Esse tipo de atividade foi se desenvolvendo até chegar no que chamamos hoje de Mercado.

O surgimento do mercado público se deu a partir da cidade medieval, onde a troca de produtos era realizada por toda cidade, nas ruas e praças, já que que não possuía um local fixo e específico para que a comercialização ocorresse.

Com o avanço econômico das cidades e conseqüentemente uma maior demanda de mercadorias, foi necessário uma nova estruturação de mercado, de forma que abrigasse melhor tanto as mercadoreias, quanto os comerciantes e consumidores. Assim, o mercado público passou a ser edificado.

A população passou a ter o edifício do mercado como um ponto de referência e ponto de encontro, desenvolvendo papel cultural e social, além do comercial.

Dessa mesma forma ocorreu no Brasil, e os mercados públicos, principalmente nas capitais, se tornaram importantes equipamentos que fazem parte da história, crescimento e desenvolvimento não apenas da cidade, mas também da população.

Hoje, o Mercado Central de Goiânia ainda possui grande importância histórica para a cidade e ainda serve de abrigo para os antigos e tradicionais frequentadores, mas é esquecido por parte da população mais jovem, que busca mais modernidade e praticidade na forma de comercializar e, até mesmo de socializar.

Dessa forma, vê-se a necessidade de e intervir no Mercado Central da capital, resgatando o valor da cultura goiana de uma forma mais moderna, porém, respeitando a tradição que ele possui.

A revitalização e intervenção no mercado central tem como principal objetivo recuperar os valores perdidos, como o comercial, cultural e social. Mas, além disso, também tem a intenção de torna-lo um polo gastronômico da capital. Sendo assim, além das lojas já presentes, também agregaria ao local lojas e restaurantes que remetessem à gastronomia goiana. Também será proposto salas para realização de workshops de gastronomia para a população, além de ambientes lúdicos infantis, também com a temática da gastronomia, incentivando as crianças a se interessarem por esse ramo.

INOVAR
SEM
DESCARTAR
RAÍZES

TEMA >>

{ INTERVENÇÃO NO MERCADO CENTRAL COMO POLO GASTRONÔMICO DE GOIÂNIA }

Tudo isso geraria movimento do capital no local, já que se tornaria referência tanto pelo o que ele ofereceria, como as lojas, workshops e restaurantes, como pelo fato de tudo isso se remeter à gastronomia goiana. Além disso, a restauração e melhoria do Mercado Municipal traria mais interesse da população para o mesmo, movimentando a região inclusive durante a noite. Isso resolve também uma problemática presente no centro da cidade, uma vez que, após o horário de expediente, a região, por não possuir locais atrativos e que se encontrem abertos na parte da noite, se torna um local "abandonado".

Sendo assim, a restauração do mercado como polo gastronômico de Goiânia não apenas resolve problemáticas existentes atualmente na cidade, como propõe um espaço interessante para a população.

O PAPEL COMERCIAL

A comercialização de produtos sempre foi o principal objetivo do mercado e a razão para sua existência. Por ser uma das principais atividades econômicas até hoje, a venda de produtos é o ramo que gera uma das maiores movimentações do capital nacional.

O fato do mercado ser um local comercial mais tradicional, seus produtos também são. Diferente do que é vendido em shoppings e supermercados, os mercados públicos possuem produtos como artesanatos, comidas frescas e caseiras e de matérias-primas locais, aromas e sabores que resgatam a cultura local.

Nele, preza-se pela qualidade e não pela praticidade, pelo produto fresco, não pelo produto industrializado. O que é comprado no mercado central é comprado de quem, ou seja, sabe-se quem é o proprietário do local de venda, que na maioria das vezes, também é o produtor.

Esse papel comercial desenvolvido pelo mercado central, portanto, não é similar ao papel que shoppings e supermercados desempenham, pois, além de realizar a venda dos produtos, nele está atrelado o papel cultural e tradicional. Sendo assim, nota-se que no mercado central, não é possível desempenhar o papel comercial ignorando o fato de que ele também é cultural.



Figura 4: Banca de venda de artesanato e temperos.
Foto: Acervo do Blog Um Viajante.

O PAPEL SOCIAL E CULTURAL

O fluxo de mercadorias só se torna possível se no local houver fluxo de pessoas. Isso tem consequência fazer com que o local também se torne um ponto de encontro, um ponto de referência para a população. A partir daí os mercados públicos passam a desenvolver também um papel social.

GASTRONOMIA

A população passa a se encontrar nos mercados, ir até o mercado começa a fazer parte da rotina da população. Uma ligação entre comerciante e cliente também começa a existir. Não é ir ao mercado comprar peixe, é ir ao mercado comprar peixe do senhor João. Não é ir à padaria comprar pão, é sobre comprar pão caseiro que a dona Maria faz. Nheceu. Não é comprar margarina, é comprar manteiga de leite que o senhor Francisco e a dona Ana produzem, com o leite da vaca da própria fazenda, e vendida pelos filhos Matheus e Júlia durante a semana e aos fins de semana pelos próprios produtores.

Essa relação de conhecer não apenas o produto, mas a sua origem, quem o produz, quem o vende, é importante para a população. Isso, infelizmente, é difícil de encontrar atualmente, mas é de extrema importância para os usuários originais dos mercados, que são mais idosos e possuem memória afetiva com o local, lembrando da época em que ele era o principal ponto de encontro com carinho, que foi lá que conheceu.

"CENTRO NATURAL DA VIDA SOCIAL" (BRAUDEL, 1985)

A GASTRONOMIA

As comidas, sabores e cheiros são os produtos mais marcantes quando se trata dos mercados públicos. A matéria prima base dos alimentos vendidos são locais, possuindo sabores característicos e que representem a cultura do lugar.

O paladar e o olfato também são capazes de guardar memórias afetivas. Assim, muitos alimentos, por mais simples que sejam, podem se tornar importantes e relevantes para alguém pela história que ele conta, pela lembrança que ele traz, pelo papel cultural e social que ele carrega.

Dessa forma, a gastronomia pode ser considerada um patrimônio cultural importante para a sociedade. Através dela, o ramo do turismo muitas vezes é acentuado, movimentando a economia local e aumentando cada vez mais o fluxo populacional na região.

Um forte exemplo é o morango com tâmara ou o pão com mortadela que são as marcas do Mercado Municipal de São Paulo. Esses dois alimentos levam milhares de turistas anualmente para conhecer o local e tornaram a "cara" do Mercado Central. Da mesma forma, o acarajé representa a comida baiana e é encontrado na orla da praia de Salvador, e o pão de queijo também representa Minas Gerais, Goiás possui muitos alimentos que representam o estado, como o arroz com pequi, o empadão goiano, que inclusive já está no mercado central, entre outros.

REVITALIZAR

O termo "revitalização", faz referência às medidas que tem o intuito de vitalizar, dar um novo grau de eficiência a algo. No entanto, mesmo com o intuito de oferecer mais qualidade de funcionamento de uma edificação – no caso da revitalização arquitetônica – esse processo está diretamente ligado à preservação da cultura das cidades e tradição das mesmas.

No Brasil, esse tipo de intervenção em pré-existência é controlado pelo Iphan, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, que visa a preservação do patrimônio cultural brasileiro, além de promover e proteger os bens culturais do país. De acordo com a Lei nº 12.378, de 2010, que prevê os campos de atuação do arquiteto, o profissional da área de arquitetura e urbanismo é legalmente autorizado a executar esse tipo de projeto.

Sendo assim, o fato de revitalizar um local é ter em mente que é necessário haver mudanças, porém, preservando as principais características que fazem alusão à tradição e a cultura de um lugar, um povo, uma cidade.

PRESERVAR

INOVAR

MUDAR

MANTER

TEMA >>

PERFIL DOS USUÁRIOS

Os mercados públicos no geral recebem usuários que foram classificados em: turistas; fregueses fieis, que são aqueles que consomem produtos do local com frequência, aqueles que todos os finais de semana compram o queijo; os fregueses esporádicos, que são aqueles que vão lá para comer uma vez ou outra; e os fregueses do coração, que são aqueles que não vão ao mercado sempre com o objetivo de comprar, mas são aqueles que desenvolveram memória afetiva com o equipamento, com as pessoas que trabalham lá, e vão ao mercado para se socializar.

Esses são os tipos principais de usuários do mercado central de Goiânia, que são em sua maioria adultos e idosos, como a dona Erotilde que revelou a uma entrevista para o site CurtaMais que frequenta o local a mais de 60 anos e disse que encontra lá tudo o que ela precisa.

“TUDO QUE EU
PRECISO
ENCONTRO AQUI”.

Erotilde de Moraes, para o
site CurtaMais



Figura 5: Vendedor na sua banca no mercado.
Foto: CurtaMais.



Figura 6: Usuário do mercado central.
Foto: CurtaMais.

Figura 7: Erotilde de Moraes no mercado central.
Foto: CurtaMais.



< < JUSTIFICATIVA

A construção de Goiânia se deu em um contexto no qual a modernidade se concretizava baseada na disseminação da mesma por todo o país. A implantação desse novo estilo também se via importante para apagar a memória do passado colonial. Dessa forma, havia a necessidade de transferência da capital de Goiás para Goiânia, também por se encontrar em um novo meio social, econômico, político administrativo.

O arquiteto e urbanista Atílio Correia Lima entregou em 1933 as primeiras ideias e projetos de nova capital. A elaboração do traçado urbano foi proposta levando em consideração a configuração do terreno, a necessidade do tráfego, o zoneamento e o loteamento de acordo com a população prevista que foi designada pelo interventor federal do estado de Goiás, o médico Pedro Ludovico, que era de 50 mil habitantes. Nesse projeto, Correia Lima propôs uma organização da cidade em setores: Norte, Sul, Central e Leste/Oeste, divididos em zona residencial urbana (nos setores Central e Norte) e zona residencial suburbana (nos setores Sul e Leste).

O Setor Central foi projetado por Atílio Correia Lima em 1933 para ser o centro cívico e administrativo da cidade. Com a reformulação do projeto em 1935 por Armando de Godoy, o Plano Diretor foi assinado. Com isso, os responsáveis pela construção do local, os engenheiros Jerônimo e Abelardo Coimbra Bueno, deram início à construção das principais avenidas do setor: Avenida Goiás,

Avenida Tocantins, Avenida Anhanguera e, posteriormente, a Avenida Paranaíba. O centro foi utilizado para nortear o desenvolvimento e a construção dos outros bairros, se tornando o principal ponto de referência e de movimentação da cidade por ter se tornado o polo cultural, econômico e social da capital. Essa importância foi se perdendo com o passar dos anos pois com a construção e alto adensamento de outros bairros, novos polos foram criados.

Assim, o Setor Central, apesar de sua grande importância, se encontra em um estado de abandono, já que mesmo sendo muito movimentado durante o dia se encontra quase completamente abandonado durante a noite. Isso se dá devido à ausência de residências no local, não possuindo movimentação fora do horário comercial. Dessa maneira, infelizmente, alguns equipamentos e edifícios de importância para a cidade estão descuidados e com necessidade de revitalização, como o Jôquei Clube, Hotel Presidente e o Mercado Central, local de intervenção do trabalho.

Levando em consideração esse contexto, a revitalização e intervenção no Mercado Central poderá trazer mais atividade para o Setor Central até mesmo no horário noturno. Além disso, a proposta também visa resgatar a cultura gastronômica goiana e tornar o local um ponto de referência da mesma. Isso não se revelaria apenas através das lojas e restaurantes dispostos e o que eles oferecem, mas pela arquitetura, pelo o que os espaços propostos desenvolveriam, como workshops gastronômicos, espaços lúdicos infantis que remetem à gastronomia, etc.

Figura 8: Entrada principal do Mercado Central, 2020. Foto: Acervo pessoal Fernando Chapadeiro.





CAPÍTULO 02

ESTUDOS DE CASO

MUSEU DO PÃO >>

{ FOCO: INTERVENÇÃO EM PRÉ-EXISTÊNCIA }

FICHA TÉCNICA

- Arquitetura: Brasil Arquitetura
- Restauo: Italo-Latin American Institute - IILA / University of Caxias do Sul - UCS
- Localização: R. Sete de Abril, s/n - Centro, Ilópolis - RS
- Ano: 2007
- Área: 330.0 m²
- Área Restaurada: 200 m²
- Área Do Terreno: 1,011 m²
- Status: Obra concluída

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O escritório responsável pelo projeto foi o Brasil arquitetura. Fundado em 1978 pelos sócios Francisco Fanucci e Marcelo Ferras, a equipe busca uma arquitetura que seja "atenta às raízes e antenas", ou seja, através de seus projetos, eles procuram representar a cultura de cada local, mostrando as origens e tradições. No entanto, eles não deixam de lado a visão e perspectiva do futuro. Essa visão do escritório faz com que eles sejam ideias para realizar o projeto do Museu do Pão.

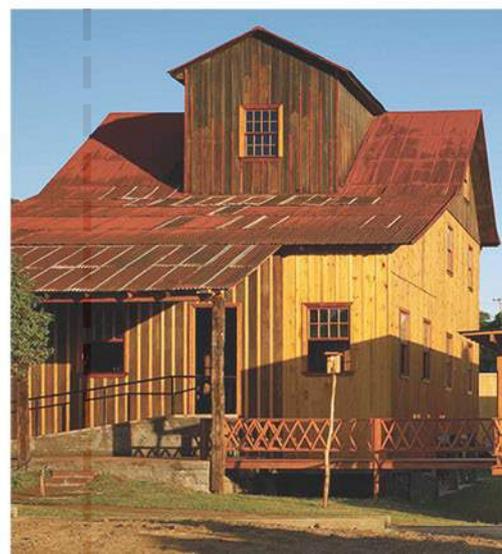
O projeto de restauração do Moinho Colognese se deu com o intuito de criar uma rota turística e cultural de todos os moinhos que foram construídos no final do século XIX com a chegada de muitos imigrantes para o Brasil, e que foram esquecidos e abandonados pela sociedade devido à modernidade e desenvolvimento do país. No entanto, o projeto para a recuperação do moinho localizado no centro de Ilópolis, foi muito além de uma mera restauração. A intervenção em pré-existência, motivo pelo qual esse projeto é um estudo de caso do trabalho em questão, além de reformar o moinho para que ele pudesse voltar a funcionar produzindo farinha de milho para polenta, foi agregado a ele o Museu do Pão e uma escola de padeiro.

O programa desse partido, portanto, é formado pelo moinho restaurado, pelo museu, ainda inclui uma área destinada à oficina de panificação, e além disso, o antigo depósito de grãos do moinho se tornou em uma bodega, espaço que oferece produtos produzidos na oficina e também na região.

O primeiro ponto desse projeto que merece destaque é a "restauração do antigo". Isso se deu, pois, o bloco principal, que é onde se encontra o moinho, permaneceu o mesmo e foi restaurado de forma que preservasse a araucária, o material de construção tradicional da região, e presente desde a estrutura da edificação, até seus mecanismos e engrenagens.



Figura 10: Equipe Brasil Arquitetura em São Paulo.
Foto: Brasil Arquitetura, 2011.



O segundo fator importante do projeto é a "adição do novo". Dois novos blocos perpendiculares entre si foram anexados ao bloco pré-existente do moinho. Um bloco foi destinado ao museu do pão, e o outro bloco se tornou a oficina de padeiros. Ambos blocos foram feitos em vidro e concreto, ou seja, possuem materialidade diferente do material original do bloco restaurado. No entanto, todos os blocos possuem harmonia e dialogam entre si tanto pelas passarelas que conectam os blocos, como pelos painéis de madeira araucária instalados no exterior dos blocos de contrato.



Figura 12: Bloco Museu do Pão.
Foto: Nelson K. e Leonardo F.



Figura 13: Croqui da perspectiva aérea do Museu do Pão.
Fonte: Brasil Arquitetura

Além disso, a "referência à cultura, ao passado e à tradição" também merece destaque. A representação cultural foi imposta no projeto ao utilizarem elementos originais do moinho como objetos de decoração do local. Outra forma encontrada de fazer alusão à história e materiais tradicionais do local foi a aplicação de textura de madeira araucária nos pilares em concreto que estruturam os blocos anexados.



Figura 14: Elementos preservados do moinho original usados como decoração. Foto: Nelson K. e Leonardo F.

Figura 11: Visão externa do moinho restaurado e de um dos anexos. Foto: Nelson K. e Leonardo F.

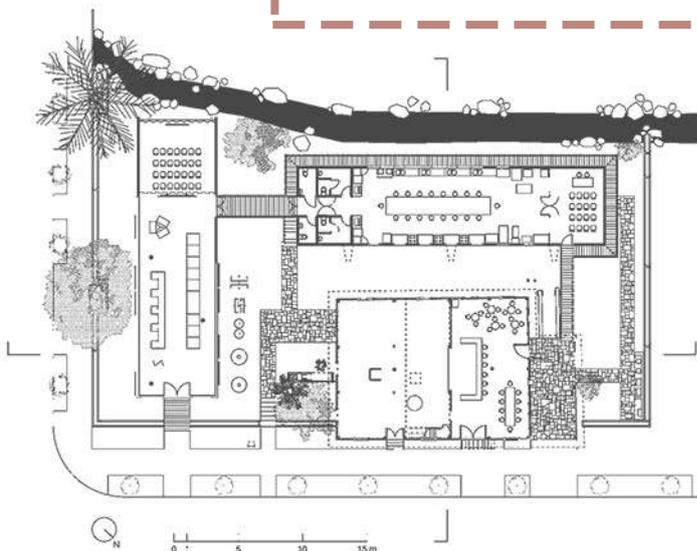


Figura 15: Planta baixa Museu do Pão.
Fonte: Brasil Arquitetura

MERCADO DE LAGES

{ FOCO: REVITALIZAÇÃO }

FICHA TÉCNICA

- Arquitetura: Zulian Broering + Zanatta Figueiredo.
- Local: Centro, Lages – Santa Catarina.
- Ano: 2014
- Status: Primeiro lugar classificado no concurso para requalificação do Mercado Público de Lages- SC.

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Vencedor do concurso para a requalificação do Mercado Público de Lages, em Santa Catarina, o projeto foi fruto de uma parceria de dois escritórios de arquitetura, o Zulian Boering Arquitetos, e o Zanatta Figueiredo Arquitetos Associados.

O projeto vencedor de requalificação do Mercado Público de Lages teve como conceito a preservação do original da edificação, que é a arquitetura art-decô, propondo uma intervenção através de cores, implantação de materialidade contemporânea, e restaurando o restante, anexando também uma nova edificação. Além disso, os arquitetos buscaram resgatar a praça onde o mercado foi implantado, propondo equipamentos e revitalização da mesma.

O principal objetivo da requalificação do mercado oferecido pelos arquitetos é promover permeabilidade e continuidade do espaço público, sendo que através disso, os eventos, a funcionalidade, o comércio e a sociabilidade pudessem ser realizadas de maneira mais qualitativa.

Para que isso fosse concretizado, os arquitetos decidiram preservar a arquitetura art-decô original, apenas a restaurando e pintando a fachada de branco, além de trocar as esquadrias que se encontravam em um estado precário.

A intervenção com maior característica se deu através da proposta de uma nova edificação anexada ao patrimônio restaurado, que receberá novos vãos que foram abertos para o largo criado em frente às principais ruas.

Além disso, toda a cobertura, assim como a edificação principal, foi mantida e revitalizada. O rasgo proposto no forro permite que a luz natural, gerando conforto lumínico e térmico. O pátio aberto gerado pela cobertura é destinado ao lazer e eventos, como oficinas ao ar livre e jogos.



Figura 16: Render da perspectiva externa.
Fonte: Archdaily

A intervenção não se conteve apenas no projeto arquitetônico. Interferências urbanísticas também foram realizadas ao redor da implantação de forma que melhorasse a acessibilidade do pedestre no equipamento. Com esse intuito, o nível do largo em frente ao mercado foi elevado. No entanto, fazendo referência à cultura do local, o calçamento histórico da rua foi mantido. Além disso, equipamentos como bancos e lixeiras foram implantados. O conforto térmico foi melhorado através da plantação de árvores, que criam uma alameda confortável e convidativa à permanência no local.

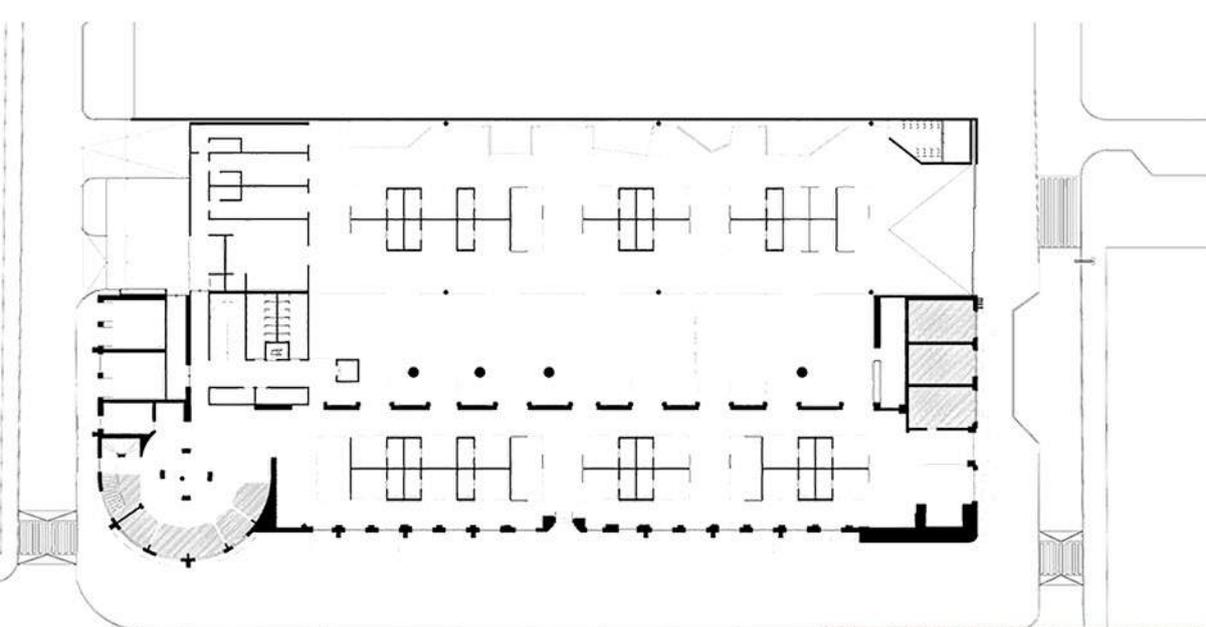


Figura 17: Planta baixa terreo.
Fonte: Archdaily



Figura 18: Render da alameda.
Fonte: Archdaily



Figura 19: Render interno.
Fonte: Archdaily

A sustentabilidade é um ponto que também merece destaque uma vez que ela foi pensada não só através da utilização de materiais sustentáveis, mas também no processo de construção e reforma do projeto. Sendo assim, visando uma otimização no funcionamento do canteiro de obras e na redução dos resíduos que são gerados durante uma construção, foi utilizado sistemas pré-fabricados tanto na revitalização da antiga edificação quanto na execução da nova. Associada à essa visão sustentável, foi instalada uma estratégia de conforto térmico através de um sistema de aquecimento de piso que utiliza a tecnologia de reaproveitamento da água da chuva, e implantação de placas solares.

O material da cobertura foi trocado por telhas translúcidas que iluminam o interior através de um rasgo no forro em alumínio zincado vazado.

Além disso, os quiosques instalados são feitos de duas treliças laterais vedadas por chapa em aço, que formam uma estrutura metálica leve e econômica. Para harmonizar essa estrutura com o restante da edificação, ela recebeu a cor bordô, assim como as portas basculantes.

MERCADO DE ATARAZANAS

{ FOCO: REVITALIZAÇÃO }

FICHA TÉCNICA

- Arquitetura: Aranguren + Gallegos Arquitectos
- Localização: Calle Atarazanas, Málaga - Espanha
- Ano: 2010
- Área: 3.194,00m²
- Status: Obra concluída

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto consiste na restauração e recuperação do antigo Mercado Central de Abastos de Atarazanas, com o principal objetivo de reformular a distribuição dos pontos de vendas, que não era satisfatória e prejudicava o fluxo do local. A solução foi proposta de uma forma que não descartasse o desenho original do mercado proposto pelo arquiteto Rucoba, que é o arquiteto do projeto original, e que através disso, o caráter como monumento arquitetônico da edificação fosse lembrado e realçado.

Para que esse objetivo fosse cumprido, o arquitetos desenvolveram a proposta dividindo o processo de intervenção do projeto em duas etapas.

A primeira seria a realização de operações que não dependessem da solução para a nova distribuição dos pontos de venda. A segunda etapa seria o projeto para solucionar a problemática do fluxo causado pela posição dos pontos de venda, ou seja, a nova distribuição e relocação dos mesmos.

Sendo assim, para cumprir o objetivo de recuperar o desenho original do projeto, tudo que impedia a visualização do primeiro projeto do mercado foi demolido, como as coberturas de fibrocimento e o mezanino que foi adicionado ao projeto em 1973 tornando possível recuperar a área central do edifício.

Com o intuito de melhorar o fluxo e funcionalidade do local, melhorando por consequência a visibilidade tanto dos comerciantes, mas principalmente para os usuários do local, foi proposto um novo sistema de instalações das bancas de venda de forma ortogonal. Além disso, a edificação possui inúmeros acessos e aberturas ao longo de todas as fachadas, facilitando o acesso ao interior do mercado e também possibilitando a entrada de luz natural.



Figura 20: Visão superior do mercado.
Foto: Carlos L. e Fernando A.

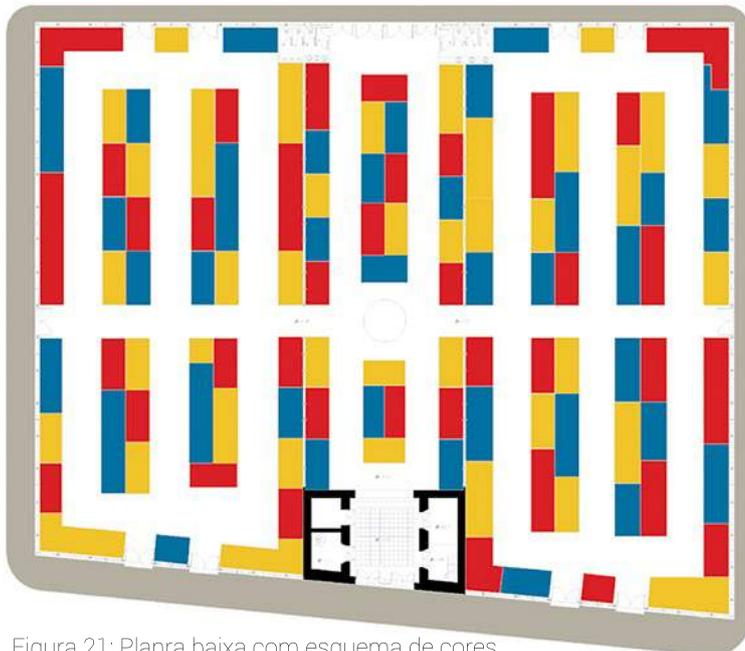


Figura 21: Planra baixa com esquema de cores.
Fonte: arangurengallegos.com.

Como a proposta feita pelos arquitetos intervia apenas no interior da edificação, seu exterior permaneceu intacto. Os antigos boxes de venda localizados no interior da edificação, por sua vez, foram demolidos. Os novos pontos de venda que são distribuídos de maneira ortogonal foram construídos de estrutura metálica, com nichos coloridos pelas cores primárias azul, amarelo, vermelho e branco. As cores aplicadas criam uma geometrização e organização na distribuição dos boxes, além de harmonizarem entre si e alegrarem o ambiente.

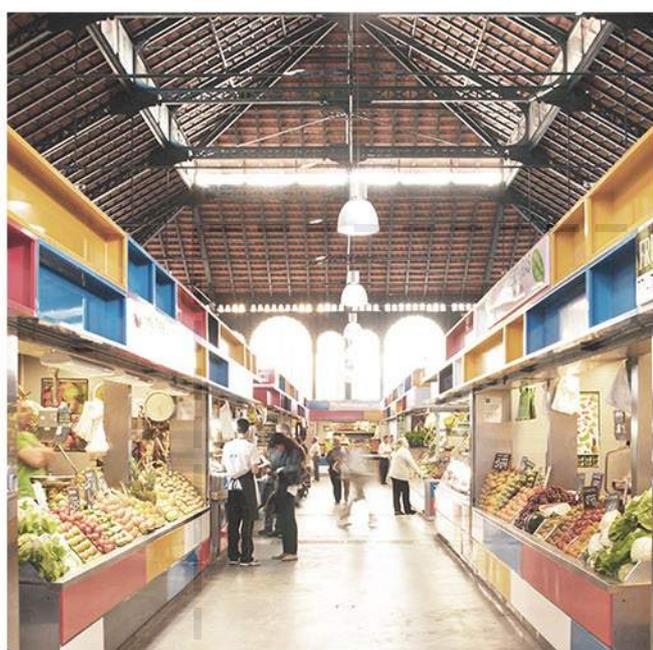


Figura 22: Corredor do mercado.
Foto: Carlos L. e Fernando A.



Figura 23: Corredor do mercado.
Foto: Carlos L. e Fernando A.



Figura 24: Corredor do mercado.
Foto: Carlos L. e Fernando A.

CAPÍTULO 03



MERCADO

Figura 25: Mercado Central localizado na rua 4 em 1968.
Fonte: acervo Tabernáculo da fé limeira.



CENTRAL

HISTÓRICO > >

Apesar da Prefeitura do estado de Goiás afirmar que o Mercado Central começou seu funcionamento em 1950, há depoimentos de moradores, usuários e comerciantes que constatarem que o Mercado Central, antes conhecido como Mercado Livre dos Consumidores existe desde 1947. Sua instalação inicial se deu entre as ruas 4, 6, 17 e 7, no Setor Central, na gestão do Prefeito Eurico Viana. O local original, de formato circular, era sede de armazéns, bancas de frutas, verduras, carnes, além de bares.

No entanto, em 1973, a construção do edifício Parthenon Center começou a ser planejada. O Mercado Central, com a conclusão da construção do novo edifício, ocuparia o primeiro pavimento do prédio, uma área em vão livre com 3900m², conforme o acordo entre a prefeitura municipal e a construtora Irmãos Valle, registrado em contrato de escritura pública no Cartório de Notas do 7º Ofício. Porém, devido a problemas políticos e econômicos, o acordo não foi adiante.

Com isso, a primeira transferência do Mercado Central foi feita para o Mercado Centro Comercial Popular, também conhecido como Camelódromo do Centro, entre a Avenida Anhanguera e a Rua 4. Essa mudança não foi bem aceita pelos comerciantes, que sonhavam em retornar para o local de origem, uma vez que o edifício da nova localização possuía diversos problemas, como entupimento de esgoto, infiltrações, iluminação e circulação de ar inadequada.

No dia 24 de outubro de 1986, na gestão do Prefeito Daniel Antônio de Oliveira, o Mercado Central foi transferido novamente, mas, dessa vez, para o local em que ele se encontra até hoje, na Rua 03, nº. 322, Centro. Exatamente um ano depois, no dia 24 de outubro de 1987, a obra foi entregue à população na gestão do interventor estadual na prefeitura municipal Joaquim Domingos Roriz, sendo um edifício de 3 pavimentos e uma área de estacionamento.

A finalidade inicial do Mercado Central, assim como sua localização inicial, não é mais a mesma. O equipamento que tinha como objetivo o abastecimento de gêneros alimentícios, atualmente desempenha um papel muito mais vasto e amplo, já que faz parte da história do crescimento da capital e dos goianienses mais antigo. Sendo assim, após todo esse tempo, ele passou a desenvolver papel cultural por carregar muita tradição, possuindo sentido, significado e memória afetiva para muitos.

Por mais que ele possua uma importância significativa tanto para a cidade quanto para a vida de alguns, o Mercado Central está sendo gradativamente esquecido e abandonado, que é reflexo do estado que o Setor Central se encontra, uma vez que ele não é mais o bairro principal de Goiânia devido às novas centralidades criadas em outros bairros, como o Setor Bueno e o Setor Jardim Goiás.



Figura 26: Goiânia vista do alto do palácio. Sem data.
Foto: Eduardo Bilemjian/ Divisão de Patrimônio Histórico da Secretaria de Cultura).

Além disso, o novo estilo de vida da população e das novas gerações possui um caráter imediatista, objetivo, rápido e emergencial. A necessidade da população passou a ser suprida pelos diversos centros de compras espalhados pela cidade. Dessa forma, a tradição, cultura, qualidade e originalidade oferecidos pelo Mercado Central, foram substituídos pelo imediatismo e praticidade que hipermercados e shoppings centers oferecem.

Esse fato fez com que houvesse um remanejamento da distribuição das lojas que existiam no terceiro piso, uma vez que o público não tinha interesse de subir até o último pavimento para conferir dos produtos disponíveis.

Atualmente, o Mercado Central possui uma área construída de 6.787m², com os dois primeiros pavimentos ativos, e conta com 101 permissionários que oferecem desde produtos do ramo alimentício a produtos naturais e artesanatos.

Inauguração da primeira sede do Mercado Central, conhecido na época como Mercado Livre dos Consumidores entre as ruas 4,6,17 e 7, no Setor Central. O mercado, que na época era o único mercado da cidade, era feita de alvenaria, possuía telhado de telha de barro e piso de terra batida.

1950

Inauguração do Shopping Flamboyant. A implantação desse tipo de edificação destinada ao comércio de uma forma mais contemporânea influencia nas atividades e fluxos do mercado no futuro.

1981

1973

Transferência do Mercado Central para a Avenida Anhanguera e a Rua 4, local onde se encontra o Camelódromo do Centro. Medida provisória enquanto acontecia a construção do edifício Patheron Center, já que a previsão era a volta do mercado para o lugar de origem dentro de 4 anos.



Transferência do Mercado Central para o local atual, na Rua 03, nº. 322, no Centro, e início da obra para a construção da nova edificação.

Reforma do Mercado Central feita pela Secretaria de Obras e Serviços Públicos Municipais.

1986

1987

1991



Figura 27: Mercado Central localizado na rua 4 em 1968. Fonte: Acervo Tabernáculo da fé limeira.

Inauguração do Mercado Central na nova localização. O mercado foi construído em um edifício de estrutura de concreto pré-moldado, com 6.787m², possuindo 3 pavimentos que com espaço para 157 permissionários. O projeto foi assinado pelo Grupo Quatro, dos arquitetos Luiz Fernando C. Teixeira e Moacyr Paulista Cordeiro.

Cobertura do mercado foi trocada, e uma reforma geral do local foi realizada, melhorando os acessos às bacas e lojas que se encontravam no térreo e no primeiro pavimento. Além disso, uma área para estacionamento foi acrescentada através da desapropriação de alguns imóveis da rua 3.

1994

Inicia-se as obras no segundo pavimento para a implantação do Restaurante Popular, através da parceria entre o Ministério do Desenvolvimento e Combate à Fome com a Secretaria Municipal de Assistência Social (Semas).

2006

1995

Remoção dos lojistas do terceiro pavimento do mercado;
Inauguração do Goiânia Shopping, mais um comércio contemporâneo que trás reflexos ao Mercado Central.



Inauguração do Restaurante Popular no dia 16 de outubro de 2009, que atende principalmente a população de baixa renda por oferecer refeições por apenas R\$1,00.

2009

Repaginação da cobertura do estacionamento.

2018

2017

Desativação do Restaurante Popular devido à falta de verba oferecida por parte da prefeitura; Reforma dos banheiros públicos localizados no pavimento térreo.



Figura 28: Fachada do Mercado.
Foto: CurtaMais

LUGAR



Figura 29: Mapa de Goiás sinalizando Goiânia. Sem escala.



Figura 30: Mapa de Goiânia sinalizando o Setor Central. Sem escala.

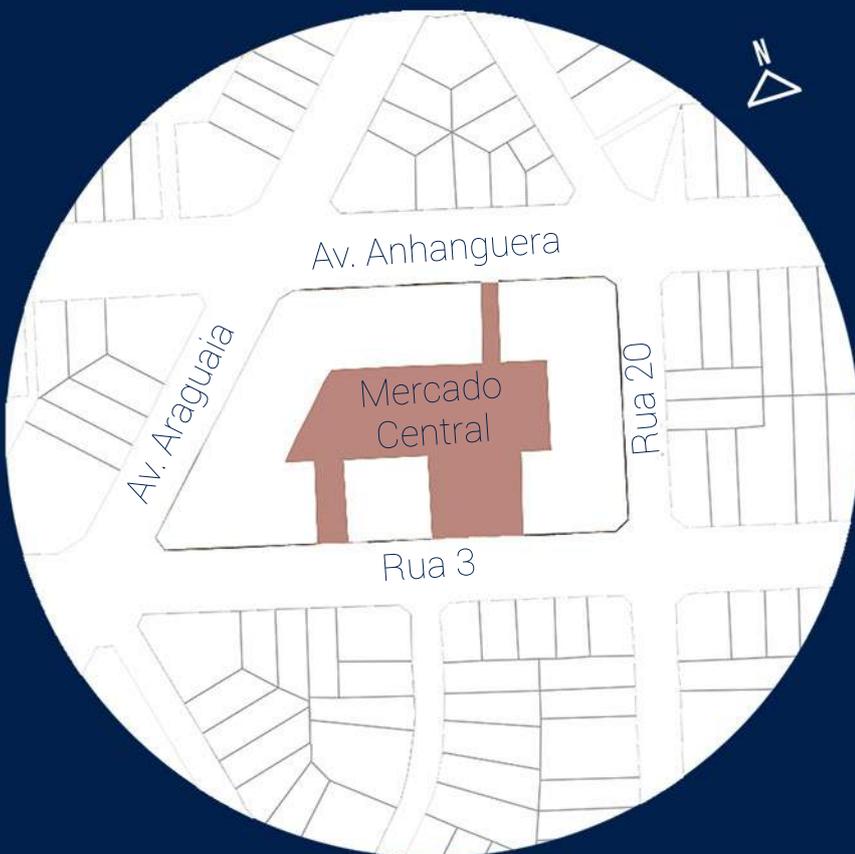


Figura 32: Mapa da localização do Mercado Central.



Figura 31: Mapa do Setor Central sinalizando a quadra do Mercado Central. Sem escala.

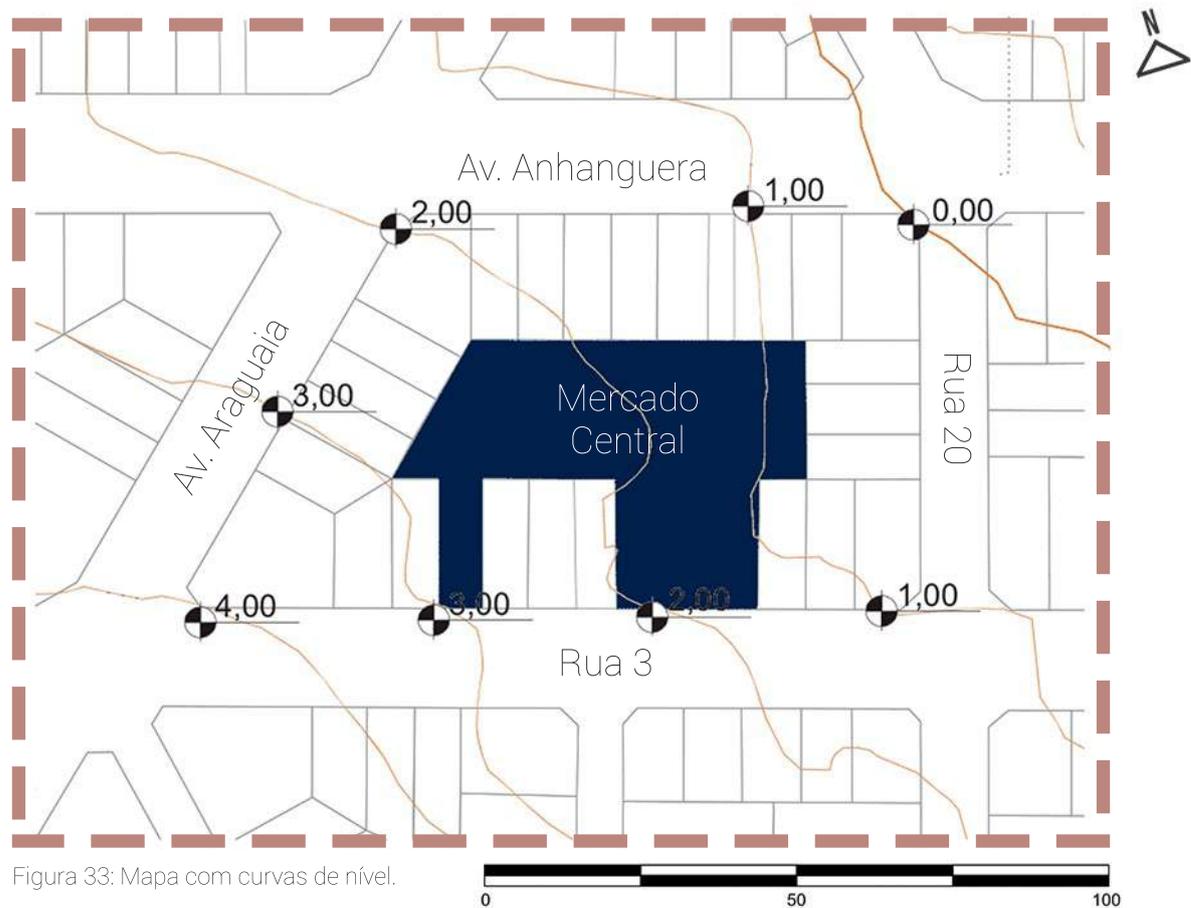


Figura 33: Mapa com curvas de nível.

A região central no geral não possui grandes desníveis. Em relação à quadra onde o mercado se encontra, ela possui cotas entre 0,0 e 3,85. Através do corte transversal da quadra, é possível perceber 2% de inclinação.

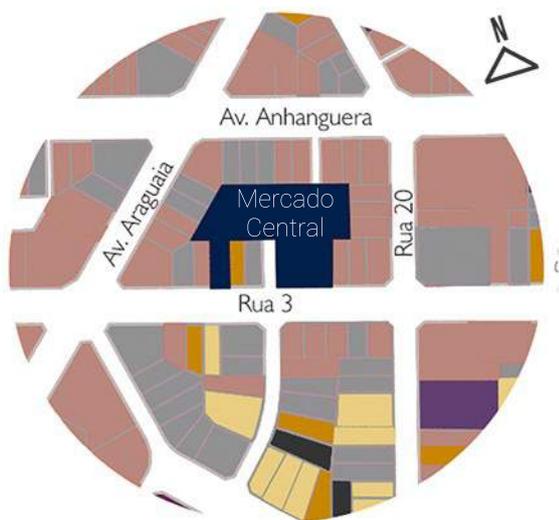


Figura 34: Uso do solo.

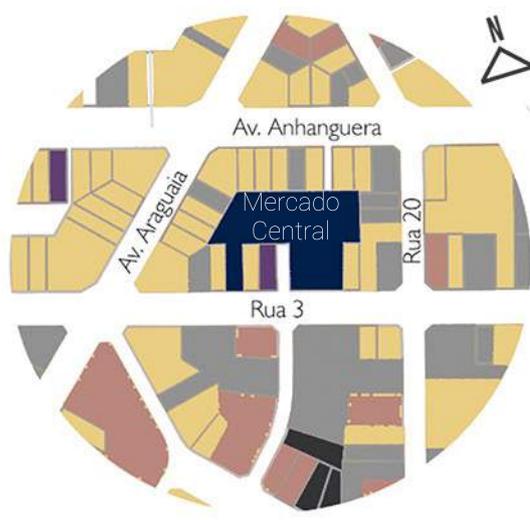


Figura 35: Alturas/gabarito.

- | | | | |
|--|--|--|---|
| Comercial | Misto | 1 Pavimento | 17 - 26 Pavimentos |
| Institucional | Residencial | 2 - 4 Pavimentos | Vazio |
| Serviço | Vazio | 5 - 16 Pavimentos | |

LUGAR

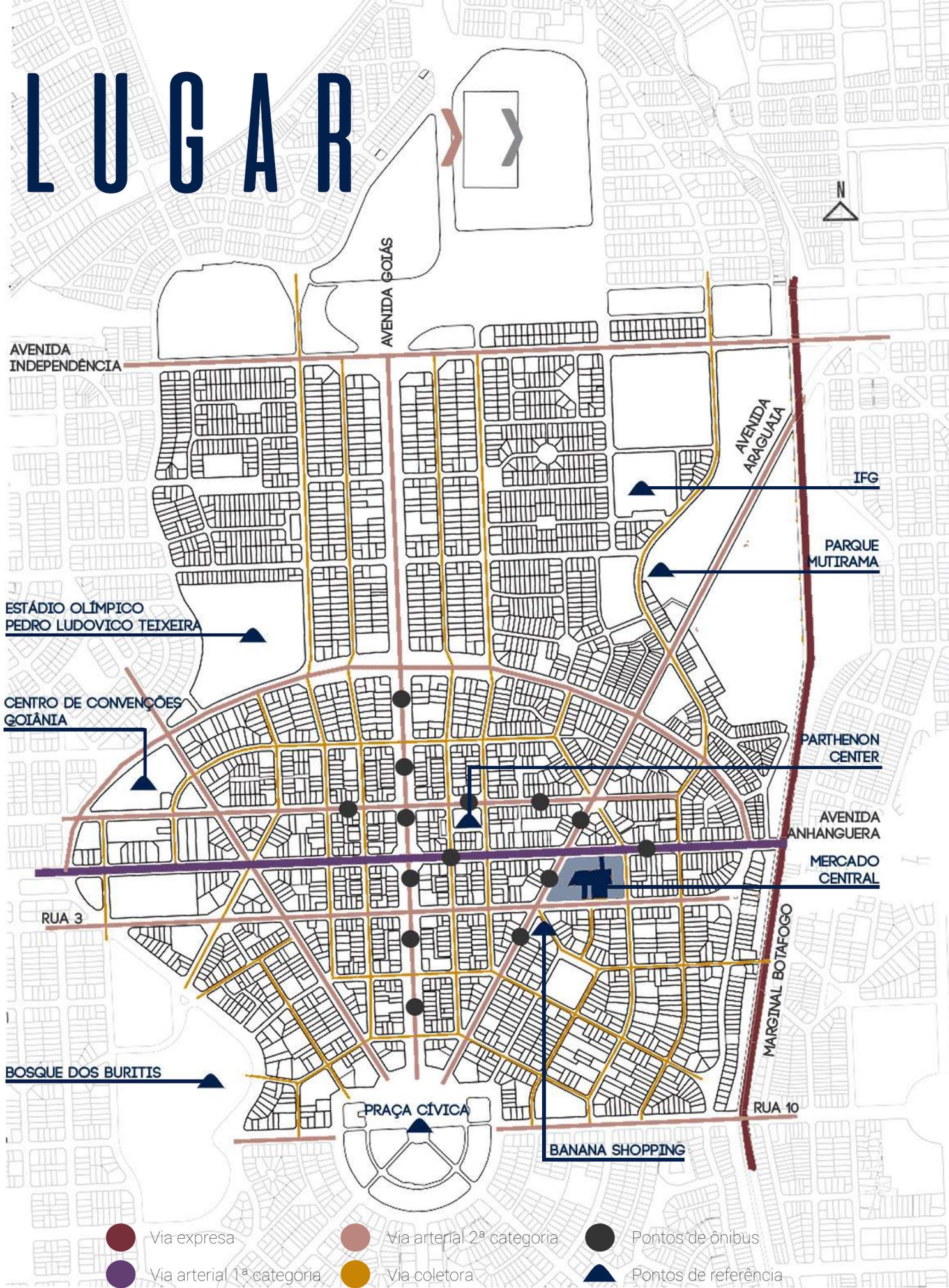


Figura 36: Mapa hierarquia viária, pontos de ônibus e pontos de referência.

O Mercado Central se encontra bem localizado na região central, cercado por pontos de referência conhecidos pela população e em um local de fácil acesso. Ele está entre duas importantes vias da cidade: a Avenida Anhaguera, que é uma via arterial de 1ª categoria e corta a cidade no sentido leste-oeste; e a Rua 3, uma via arterial de 2ª segunda categoria, que também corta a cidade no sentido leste-oeste. Além disso, a quadra 51, que abriga o mercado público, está localizada na Avenida Araguaia, que assim como a Rua 3, é uma via arterial de 2ª categoria e de grande importância tanto para a região quanto para toda a cidade, mas que corta a cidade no sentido sudeste-nordeste.

Uma vez que o equipamento está em um local que possui várias das principais vias da cidade e consta com um grande fluxo populacional no horário comercial, a região possui diversos pontos de ônibus distribuídos pelo entorno e faz parte rota de diversas linhas de transporte público, como o eixo T-9 e o eixo 85, que passam pela Avenida Araguaia; o eixo leste-oeste, que passa pela Avenida Anhaguera; o eixo T-7, que passa pela Rua 10; e o eixo norte-sul, que passa pela Avenida Goiás.



Figura 37: Insolação das fachadas e ventos dominantes.



● Lado das fachadas que recebem mais incidência solar

● Lado das fachadas que possuem ventilação privilegiada

De acordo com a análise feita à carta solar de Goiânia, as fachadas oeste e noroeste são as que recebem mais incidência do sol.

A direção dos ventos varia de acordo com as estações do ano, sendo que na época de chuva, os ventos dominantes são na direção norte e nordeste, e na época de seca, a predominância dos ventos é no sentido nordeste e sudeste.

Esses fatos justificam, por exemplo, a implantação dos brises ao redor de todo edifício, visando conter a incidência direta de raios solares no interior do edifício, mas permitindo que a luz natural entre.

PROGRAMA >>

{ ATUAL }



Figura 38: Implantação e acessos.

Localizado no centro da quadra 51, o Mercado Central possui duas entradas para pedestres, uma através de uma viela localizada na Avenida Anhanguera e outra na Rua 3, que é a entrada principal; uma entrada para veículos e uma entrada destinada para serviço, ambas também na Rua 3.

A implantação atual é composta por três pavimentos: térreo, primeiro pavimento e segundo pavimento, além do estacionamento.

No pavimento térreo encontra-se os quiosques de vendas de produtos no geral e os de vendas de produtos alimentícios; sanitários e o setor de serviço, onde possui alguns escaninhos e área de carga e descarga. O primeiro pavimento encontra-se subutilizado, assim como o segundo pavimento, que está inativo desde que o Restaurante Popular foi desligado. Tudo isso totaliza em uma área construída de 5.296m² e área do terreno de 7.663m².



Figura 39: Diagrama do programa atual do Mercado Central de Goiânia.

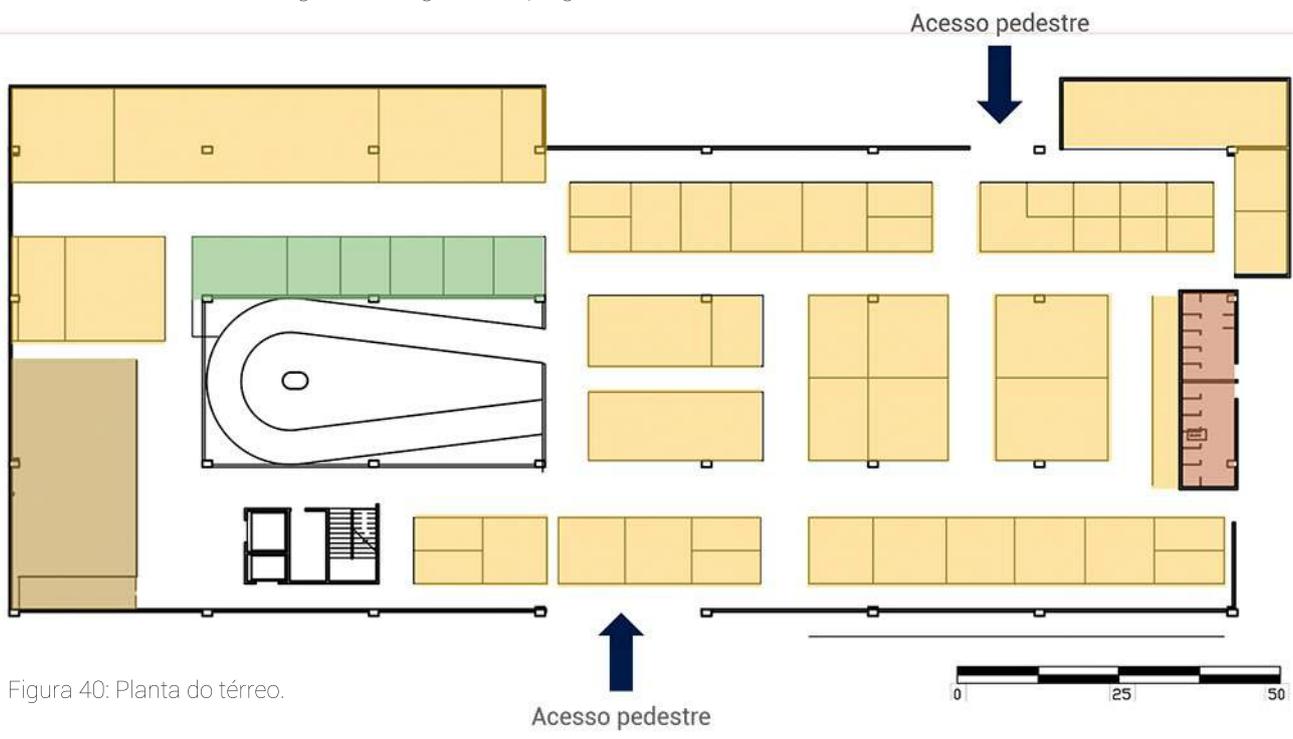


Figura 40: Planta do térreo.

- Vendas
- Vendas alimentício
- Setor serviço
- Sanitários

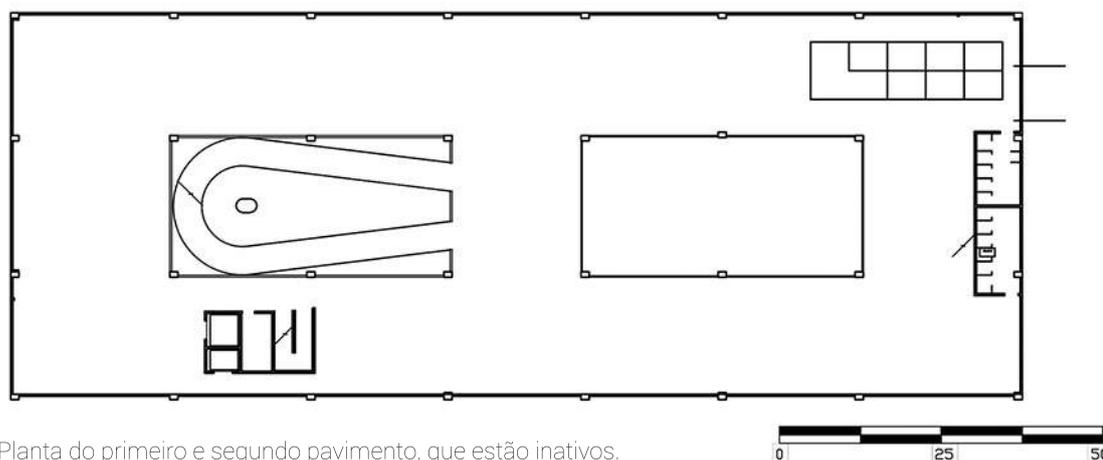


Figura 41: Planta do primeiro e segundo pavimento, que estão inativos.

D I

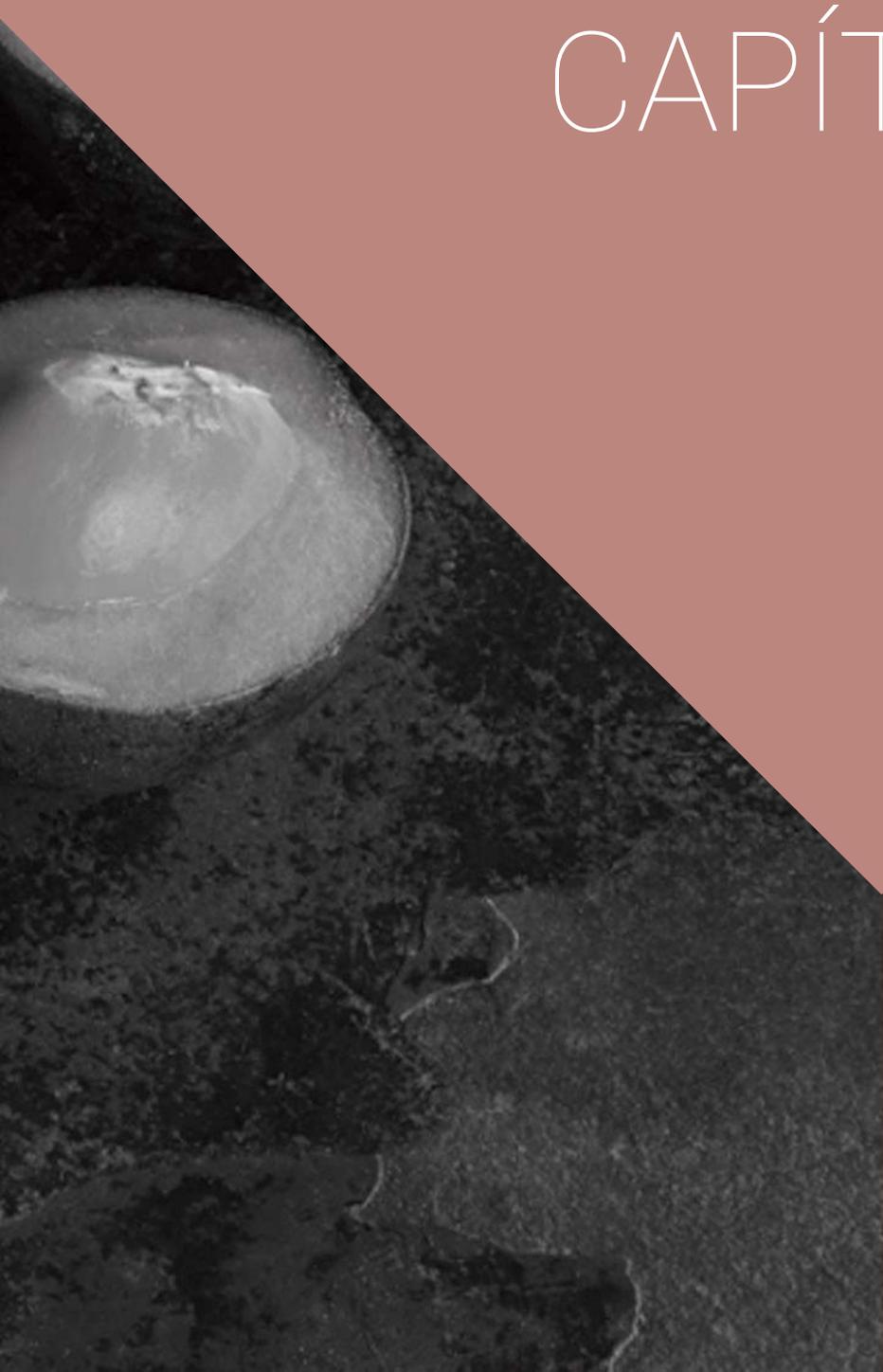


Figura 42: Fruto Pequi.
Foto: Desconhecido - Site Prazeres da Mesa.

RETRIZES

PROJETUAIS

CAPÍTULO 04



PROGRAMA >>

{ PROPOSTO }

O novo programa proposto requer um novo perfil de usuários. Dessa maneira, além de receber os turistas, fregueses fiéis, esporádicos e do coração, a proposta pretende receber outros perfis como adultos, crianças, jovens que procuram consumir os produtos oferecidos, e também procuram lazer e entretenimento.

Mas além disso, também pretende-se atender aqueles interessados pela gastronomia, sendo que esse interesse pode ser tanto pelo consumo da gastronomia goiana, como também pode ser o interesse de aprender mais sobre esse universo através de aulas, workshops e palestras.

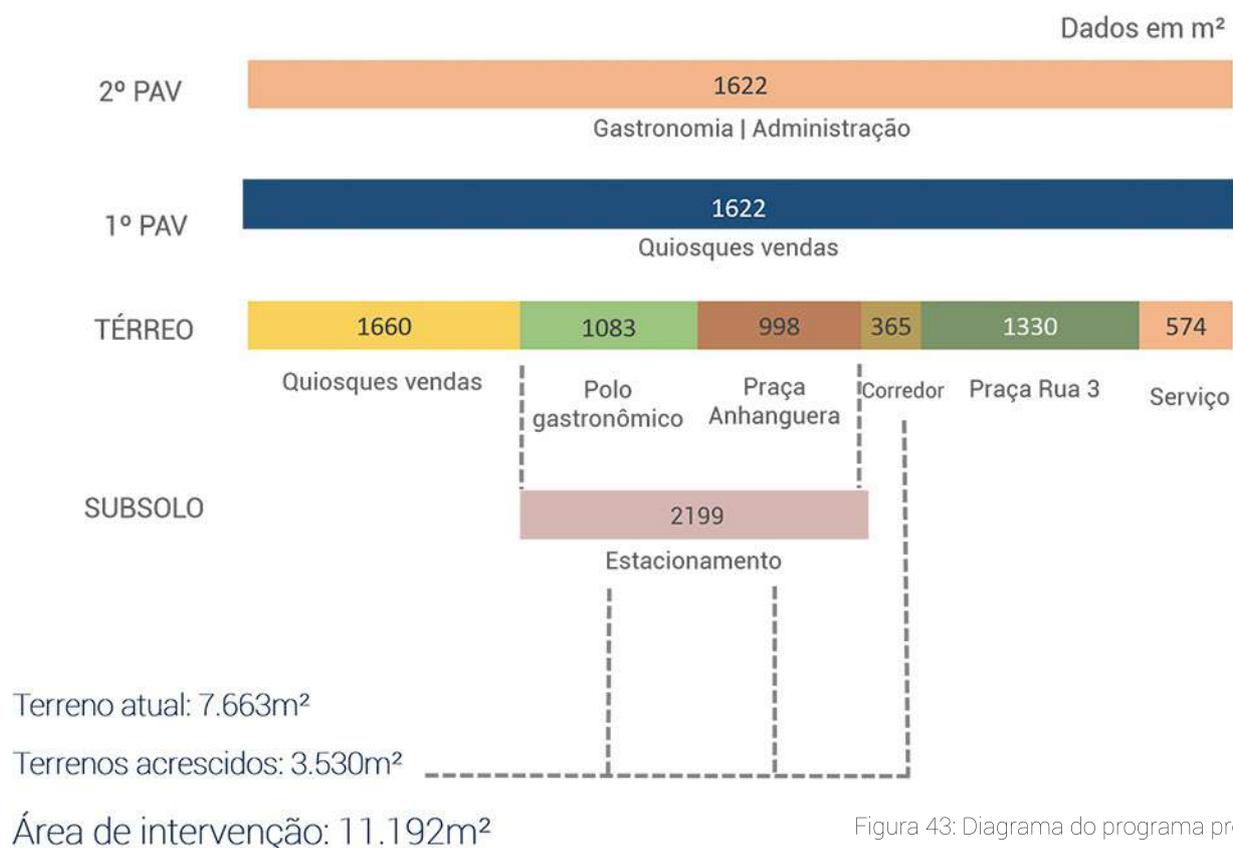


Figura 43: Diagrama do programa proposto.

Portanto, o novo programa que foi desenvolvido conta com quiosques de vendas distribuídos no térreo e primeiro pavimento, polo gastronômico, corredor de ligação, praça Av. Anhanguera, praça Rua 20 e área de serviço.

O segundo pavimento será utilizado para abrigar salas de aulas práticas de gastronomia, salas de palestras e workshops, e administração do equipamento. O estacionamento, por sua vez, que antes se encontrava no térreo, passará para o subsolo projetado embaixo da área do polo gastronômico e da Praça Av. Anhanguera.

PARTIDO

{ ESTUDO DOS DEMOLIDOS }



Figura 44: Lotes 116 e 118, Av. Anhanguera.



Figura 45: Lotes 77, 79 e 81, Rua 20.



Figura 47: Lote 4, Av. Araguaia.

A partir de uma análise feita sobre a relevância arquitetônica das edificações da quadra, foi decidido desapropriar os lotes 116 e 118, voltados para a Avenida Anhanguera; os lotes 77, 79 e 81, que se encontram na Rua 20; e lote 74, que está na Avenida Araguaia. Todos esses lotes possuem edificações comerciais de apenas 1 pavimento, que são galpões, não possuindo uma importância significativa para a cidade e também para o local.

PARTIDO > >

Dessa maneira, a edificação do mercado ocupa o mesmo local que ele se encontra, e os novos lotes adicionados à área já existente, servirão para abrigar as novas propostas. A apropriação dos lotes também gera uma permeabilidade na quadra, já que será possível atravessá-la de um lado para o outro, além disso tornar o mercado acessível para pedestres por todos os lados da quadra.

Essa intenção de o Mercado Central ter vários acessos e por diversas direções faz com que ele se torne uma continuidade da calçada, o que atrai o público para o local e o torna mais convidativo. O acesso de serviço permanece pela rua 3, mas o acesso de veículos passa a ser pela Rua 20. O acesso de serviço permanece pela rua 3, mas o acesso de veículos passa a ser pela Rua 20.



Figura 48: Planta baixa da implantação proposta com os acessos e os traços angulares que nortearam o projeto.



Para promover o ligamento da Avenida Araguaia com a implantação, um corredor bastante arborizado e com espaços de descanso para os pedestres é proposto. A existência de espaços intersticiais na quadra é de extrema importância para a valorização do local. Dessa forma, todas as áreas fora da implantação, possuirão um ar aconchegante para o pedestre e usuário sentir atração pelo espaço, não apenas o mercado como ponto de comércio, mas o todo o ambiente que ele proporciona e que está ao seu redor.

Figura 49: Proposta implantação - Corredor Araguaia.



Figura 50: Proposta implantação - Praça 2.



O local do antigo estacionamento voltado para a Rua 3 se tornará a Praça 2, que diferente da Praça 1 voltada para a Avenida Anhanguera, não será uma área totalmente plana, mas também será um espaço de convivência para a população. O local que será um teatro de arena, com degraus e bancos também fará contribuir para que o Mercado seja continuação da calçada, promovendo a ligação do espaço fora da edificação com a edificação em si.

As áreas voltadas para a Avenida Anhanguera formam uma praça com bastante versatilidade. O intuito dela é abrigar desde eventos culturais, como apresentação de músicas, dança e feiras, como ser simplesmente um local aberto onde crianças podem brincar, pedestres podem descansar sentar e ler um livro, e ser a uma das entradas principais do Mercado Central. A necessidade de um espaço aberto que possa abrigar tanto feiras quanto eventos culturais e artísticos se tornou ainda mais acentuada desde abril de 2019, quando o Centro Cultural Cora Coralina, que antes abrigava diversas feiras desse segmento, como o Mercado das Coisas, Go Vegan e Feira das Minas, decretou que não poderá receber mais esses eventos. Dessa forma, essa área se tornará um ponto de interesse tanto para os comerciantes que antes participavam desses eventos, quanto para frequentadores do antigo local, que buscavam adquirir arte, artesanato e gastronomia,

Figura 51: Implantação proposta Praça 1



além de apoiar os comerciantes e produtores locais.

Além disso, essa área aberta e ampla, localizada em uma quadra tão densa e voltada para uma rua movimentada, se torna um respiro para a região, além de ser bastante convidativa para o pedestre.

Nesse local vê-se a necessidade de um corredor de vegetação para a proteção solar, já que é a fachada que recebe maior incidência solar.

Figura 52: Proposta implantação - Polo Gastronômico



Nos lotes que são voltados para a rua 20, será instalado o polo gastronômico. Ele possui a intensão de ser um complexo de bares e restaurantes com um ar intimista e isso será fortalecido pelo fato de que essa rua não é tão movimentada quanto as outras, sendo uma via de sentido único. Além disso, com o estacionamento no subsolo dessa área, será possível associar o funcionamento dele com o funcionamento do polo gastronômico, possibilitando com ele ambos estejam abertos independente do horário de funcionamento do Mercado Central.

PARTIDO >>

A partir dos cortes esquemáticos traçados, é possível deixar evidente as áreas de intervenção e suas localizações em relação à edificação. Sendo assim, em relação ao corte no sentido norte-sul, é possível identificar a área livre destinada para a Praça 1 voltada para a Avenida Anhanguera; a Praça 2 com a inclinação que receberá os degraus e que darão acesso para a edificação, localizada na Rua 3; além da edificação com seus setores divididos por andares.

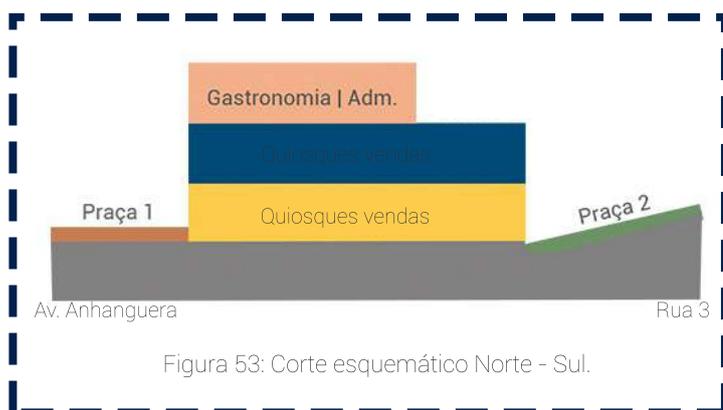
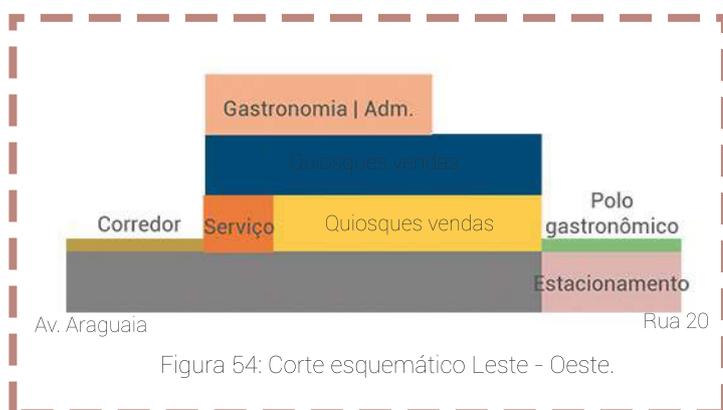


Figura 55: Perspectiva com acessos e setorização, sem as edificações do entorno.

No corte esquemático leste-oeste, por sua vez, é possível identificar o corredor que promoverá a ligação entre a Avenida Araguaia e a edificação, além do Polo Gastronômico e o estacionamento no subsolo, voltados para a Rua 20.





CONSIDERAÇÕES - EIV e EIT

Levando em consideração a Lei nº 8.645, de 23 de julho de 2008, que regulamenta os artigos 94 e 95, inciso III da Lei Complementar nº 171 de 29 de maio de 2007 e Anexo II da Lei nº 8.617, de 09 e janeiro de 2008, Artigo 2º, presente no Diário Oficial nº 4.414 de julho de 2008, empreendimentos não residenciais que possuem área efetivamente ocupada superior a 5.000m², é necessário para a provação do projeto apresentar o Estudo de Impacto de Trânsito (EIT), que é de suma importância para analisar o impacto e mudanças que o trânsito sofrerá a partir da reforma e intervenção do equipamento pré-existente

Da mesma forma, é necessário apresentar o Estudo de Impacto da Vizinhança (EIV), que analisa e informa as consequências no entorno do local de intervenção, com o intuito de evitar desequilíbrios no crescimento das cidades; garantir condições mínima de qualidade urbana; e zelar pela ordem urbanística e pelo uso socialmente justo e ambientalmente equilibrado dos espaços urbanos.

Assim, deve ser levando em consideração, além das informações técnicas do projeto, informações como o número de funcionários, o número da população que já existente e da população acrescida, além de números de vagas de automóveis, o acesso do estacionamento, além de uma profunda análise sobre o local inserido e o entorno, como as vias em que o empreendimento está inserido, a hierarquia viária das ruas e das ruas lindeiras, sentidos de circulação, sinalização, avaliação da infraestrutura disponível no local de no entorno, tipologia dos imóveis e construções existentes localizados tanto na quadra de intervenção quanto no entorno, densidade demográfica aproximada, entre outros.



Figura 56: Perspectiva com acessos e setorização, e com as edificações do entorno.

PAVIMENTO TÉRREO



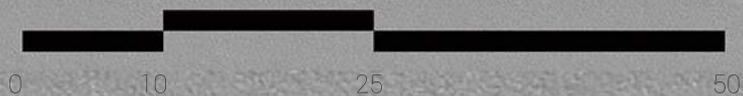
{ PLANTA GERAL }



AV. ANHANGUERA



Figura 57: Planta do terreno.



PAVIMENTO TÉRREO

{ BLOCO MERCADO }

Para quebrar com a visão paralela que o projeto atual do mercado possui, eixos angulares que vão desde o exterior até o interior da edificação, foram traçados (fig. 48). Esses traçados nortearam o desenho tanto dos quiosques, como das áreas verdes e circulação, e proporciona um ar de continuidade da calçada e da área urbana para dentro do edifício, o que é vantajoso pois proporciona um aspecto convidativo para o pedestre.

O pavimento térreo da edificação é composto em grande maioria pelos quiosques de vendas. Eles seguem duas tipologias quiosques P, que possuem de 15m² até 30m², e os quiosques G, de 31m² à 50m².

Eles estão organizados de forma mesclada e alternada entre si. Os sanitários foram relocados para deixá-los mais acessíveis e adequados em função da nova circulação vertical, que é formada pelo bloco externo anexado ao edifício, com escada e elevador, e também pelo bloco localizado no centro da edificação, que possui outro elevador e uma escada metálica estruturada no bloco do elevador, além da rampa já existente. A preservação dessa rampa garante a acessibilidade no interior do mercado. O pavimento possui duas áreas sociais, uma em torno da rampa e outra em torno do bloco elevador-escada, promovendo um ambiente mais agradável ao usuário.

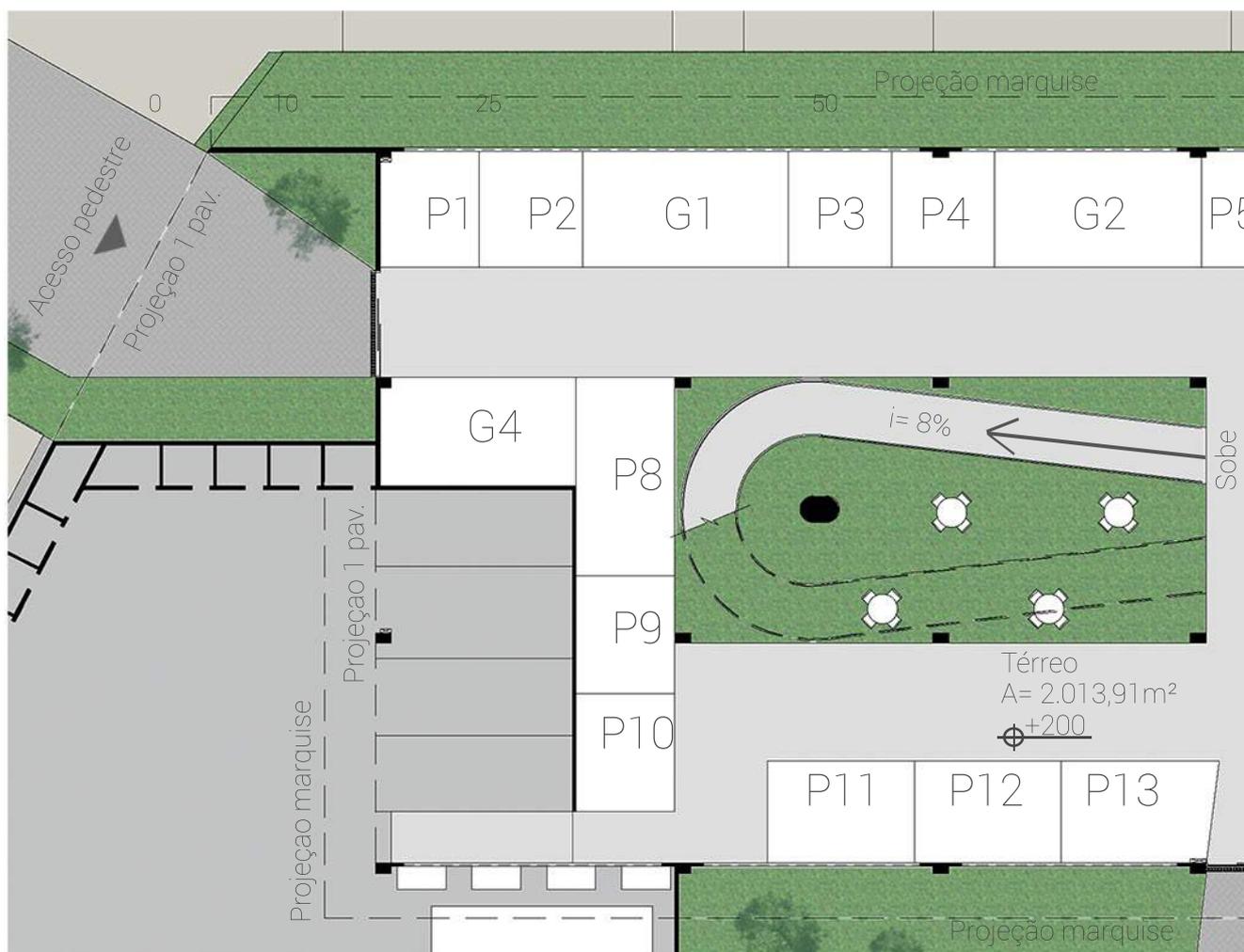


Figura 58: Planta do Mercado.

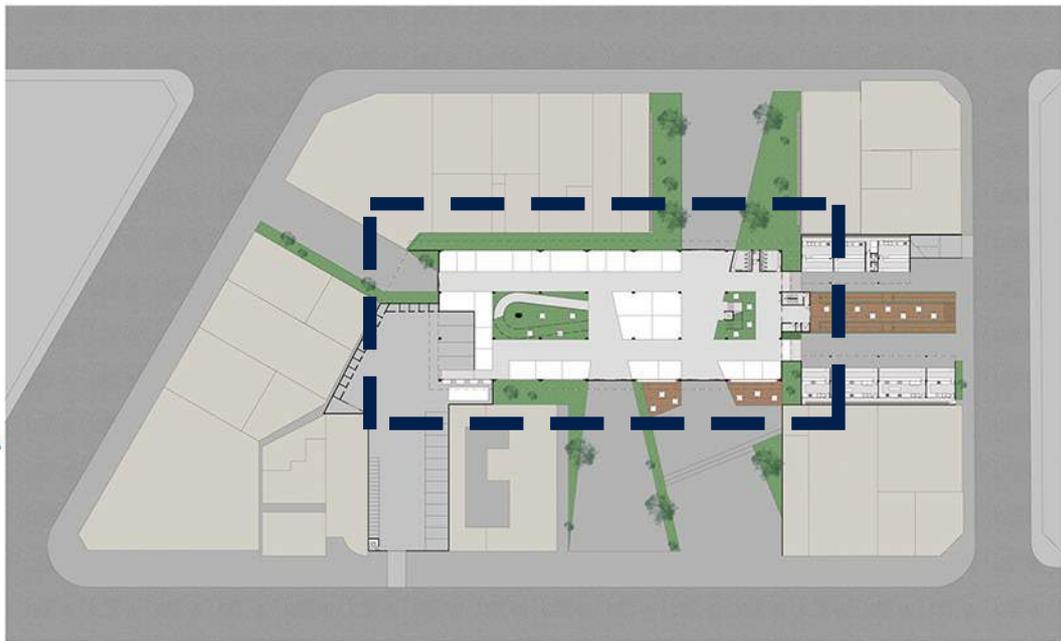


Figura 59: Planta do terreno.



PAVIMENTO TÉRREO

{ POLO GASTRONÔMICO }

Também no térreo, o polo gastronômico voltado para a Rua 20, possui bares-restaurantes que possuem área entre aproximadamente 40m² e 65m², sanitários independentes dos sanitários do mercado, área social, e acesso ao mesmo bloco de circulação vertical que o mercado tem. Dessa maneira, quando apenas o polo gastronômico estiver funcionando, é possível estacionar no subsolo e subir para o polo gastronômico, sem ter acesso ao Mercado Central, possibilitando funcionamento independente das duas áreas, mesmo ambos fazendo parte do mesmo complexo.

Além de gerar economia para o local, o polo gastronômico tem como objetivo movimentar a vida noturna no Setor Central, já que ele possui horários independente.

O mercado também é acessível por todas as ruas, que possuem praças versáteis e livres, que também servem para fomentar o movimento cultural que o Setor Central possui, podendo ser ponto de encontro de músicos, ser local de pocket-shows, promover feiras culturais, entre outras atividades importantes para a vida cultural da cidade. Além disso, essas áreas servem de respiro para a população em meio a um local tão adensado.

CORTE AA

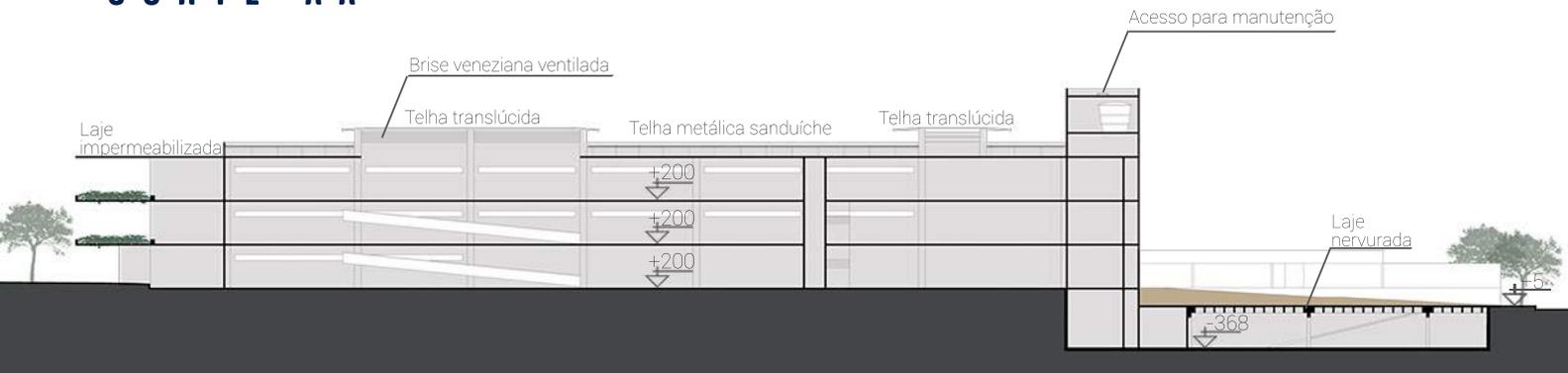


Figura 60: Corte AA.

CORTE BB

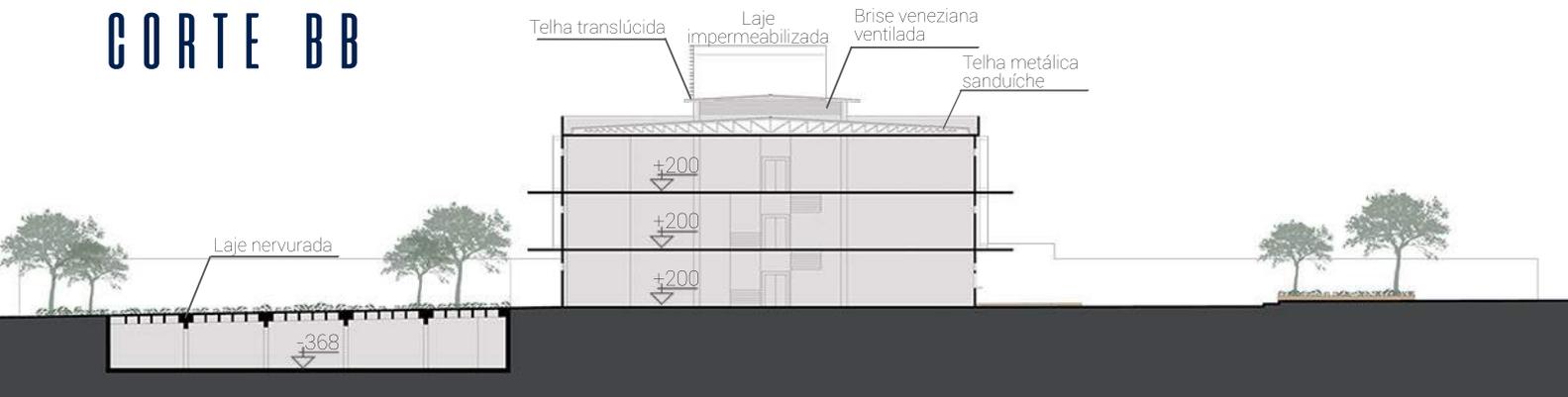


Figura 61: Corte BB.

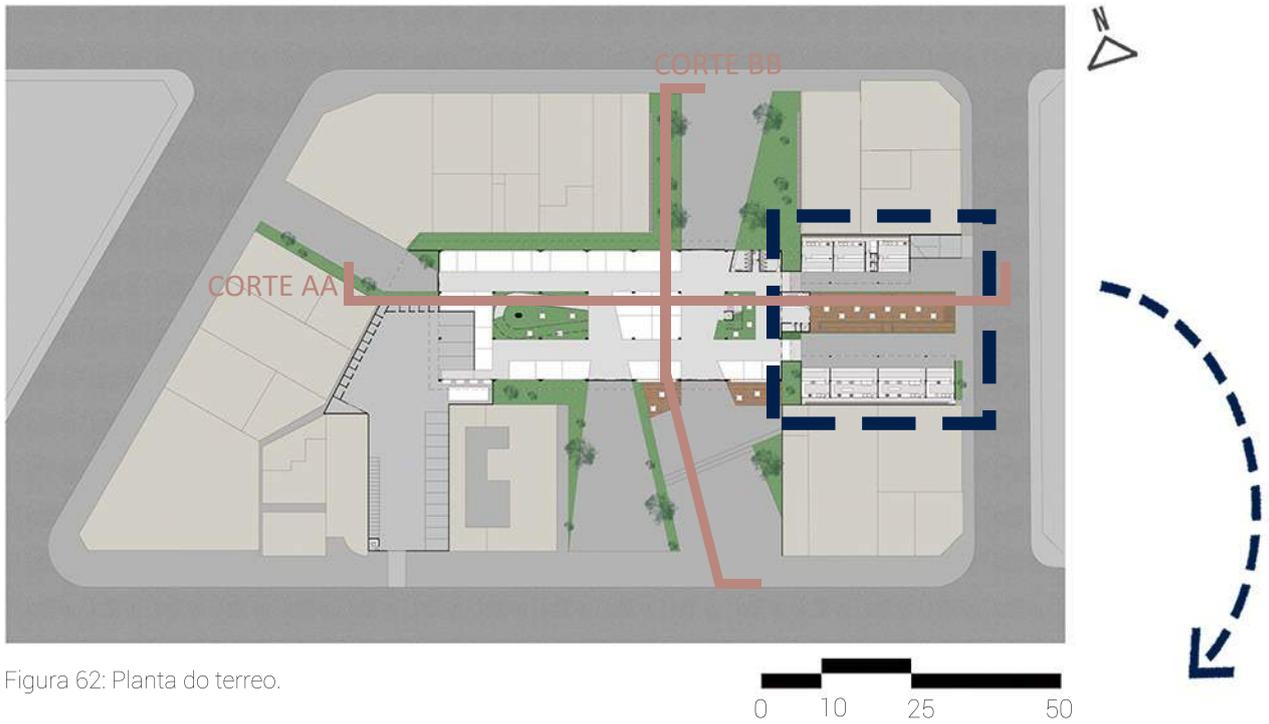


Figura 62: Planta do terreno.

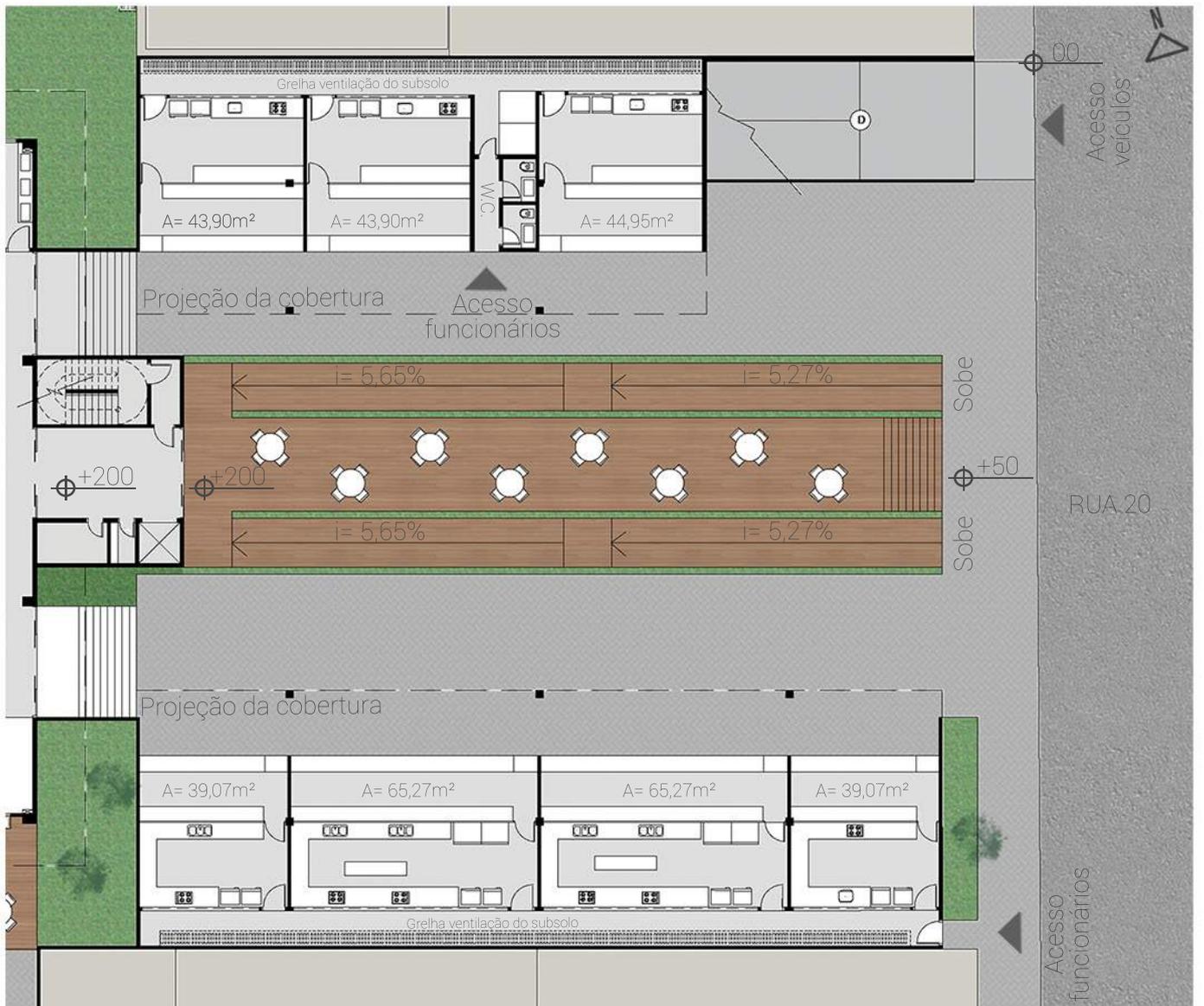


Figura 63: Planta do polo gastronômico.

PRIMEIRO PAVIMENTO

{ BLOCO MERCADO }

A partir do primeiro pavimento, a laje será estendida, formando uma marquise ao redor da edificação. Esse pavimento também possuirá quiosques de vendas com as mesmas tipologias do pavimento térreo. A tática para a atração dos pedestres à esse pavimento, é a diversificação dos usos dos quiosques (fig. 65 e fig. 66), que não serão subdivididos por pavimentos. Tanto o térreo, quanto o primeiro pavimento possuirão quiosques destinados

para vendas geral, que são produtos de artesanatos e utilidades para casa, para vendas alimentício, que é a venda dos alimentos crus, como queijos, carnes, peixes, grãos, temperos, e também quiosques que formam a praça de alimentação, que são os que fornecem salgados e lanches, como a famosa "Empada do Alberto". Dessa maneira, os pedestres são atraídos para circular por toda a edificação, já que seus usos não estão concentrados em um só local. Além disso, o primeiro pavimento possui sanitários e circulação vertical.

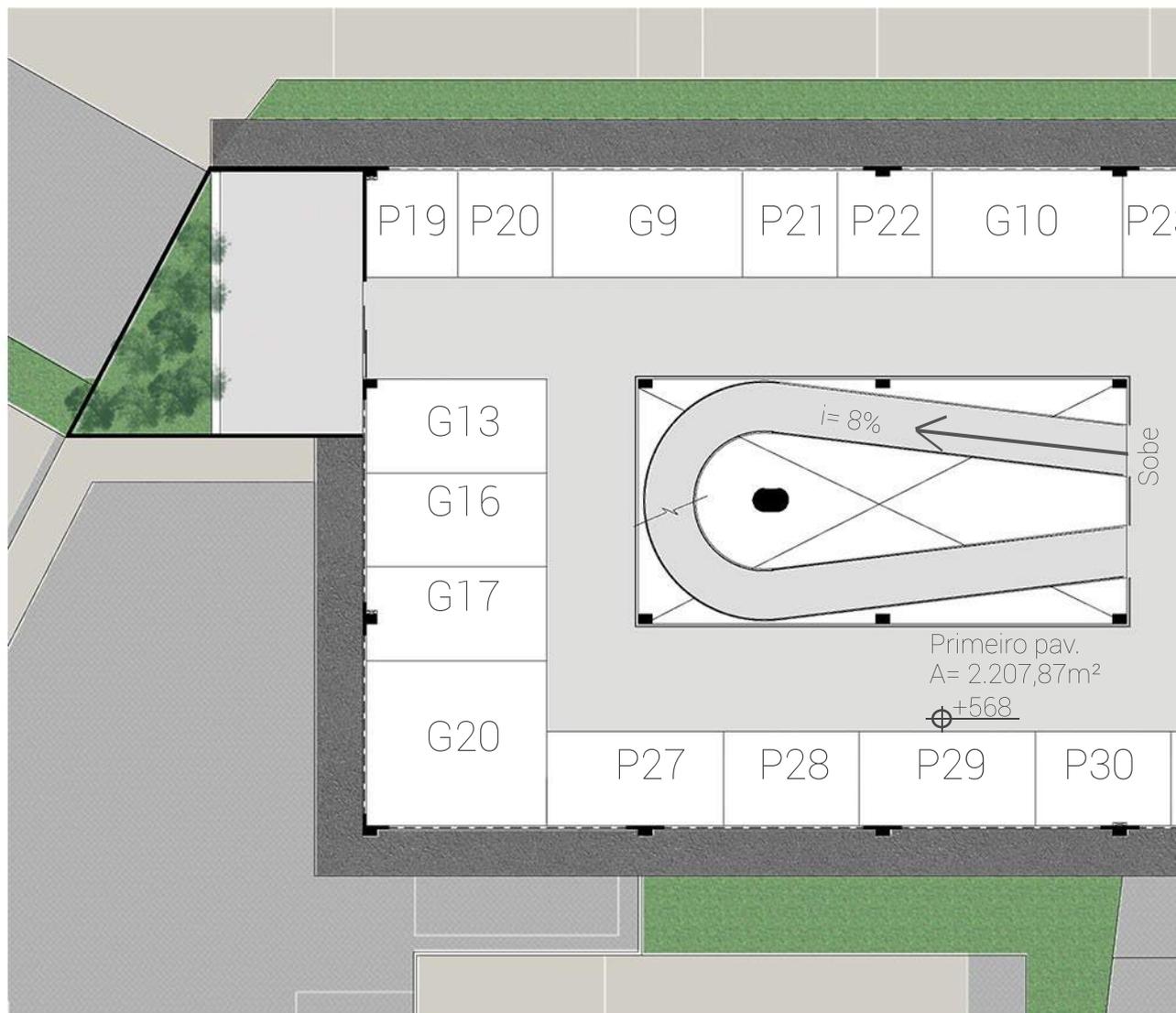


Figura 64: Planta do Primeiro pavimento.

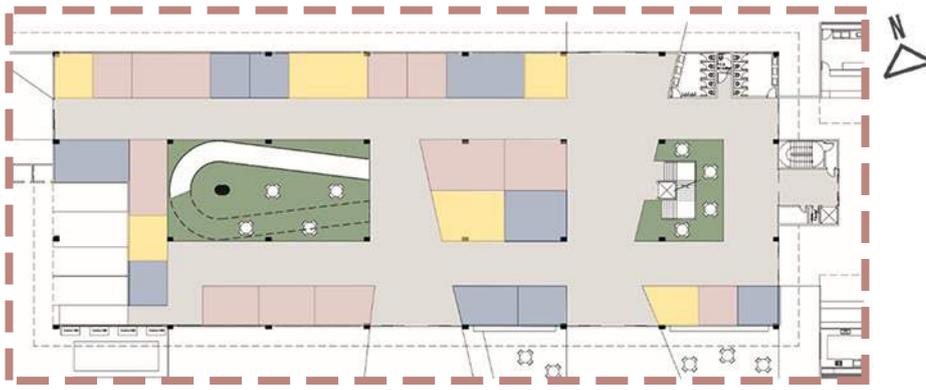


Figura 65: Planta do pavimento térreo com disposição dos usos dos quiosques.

- Quiosque venda geral
- Quiosque venda alimento
- Quiosque lanchonete

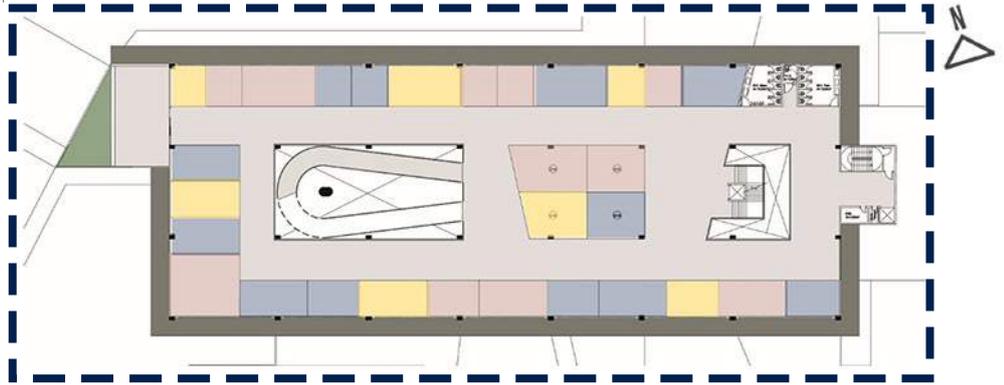
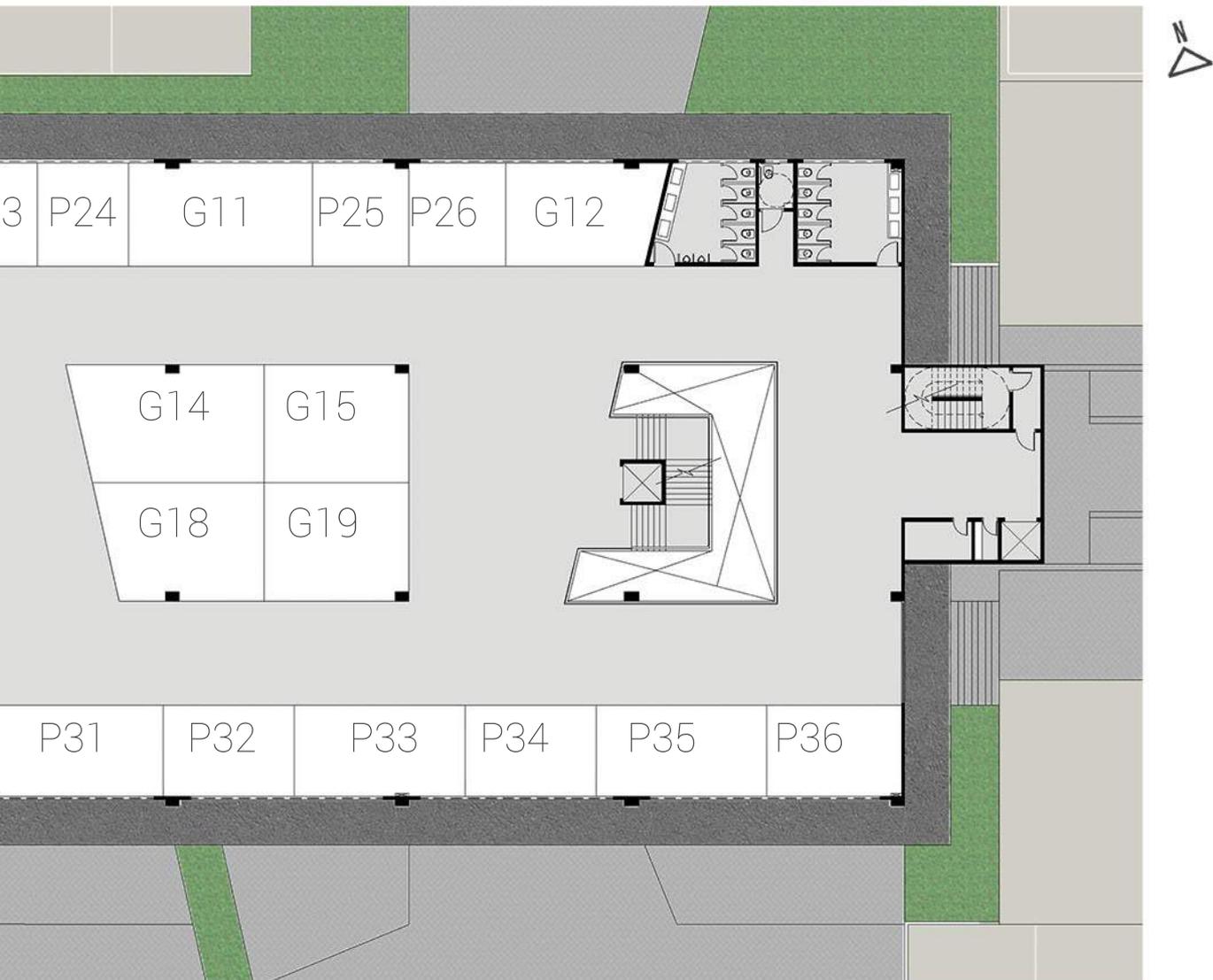


Figura 66: Planta do primeiro pavimento com disposição dos usos dos quiosques.



SEGUNDO PAVIMENTO

{ BLOCO MERCADO }

O segundo pavimento que também possui a laje estendida é basicamente todo voltado para aprender e conhecer mais sobre a gastronomia. Ele é composto dois auditórios, um com capacidade até 70 lugares e o outro com capacidade de 100 lugares. 3 salas com capacidade de 6 e 10 alunos para workshop práticos, onde os alunos também portam equipamentos de cozinha e praticam o que

está sendo ensinado; 2 salas com capacidade de 35 lugares para workshop visual; em que o palestrante demonstra e os alunos observam, sem a prática. Um espaço versátil, que servir como um espaço de exposição, podendo abrigar obras e fotografias que retratem a história de Goiânia e do Mercado Central. Além da Administração, com sala do diretor, sala para funcionários e depósito de materiais. Também possui área social, sanitários e circulação vertical.

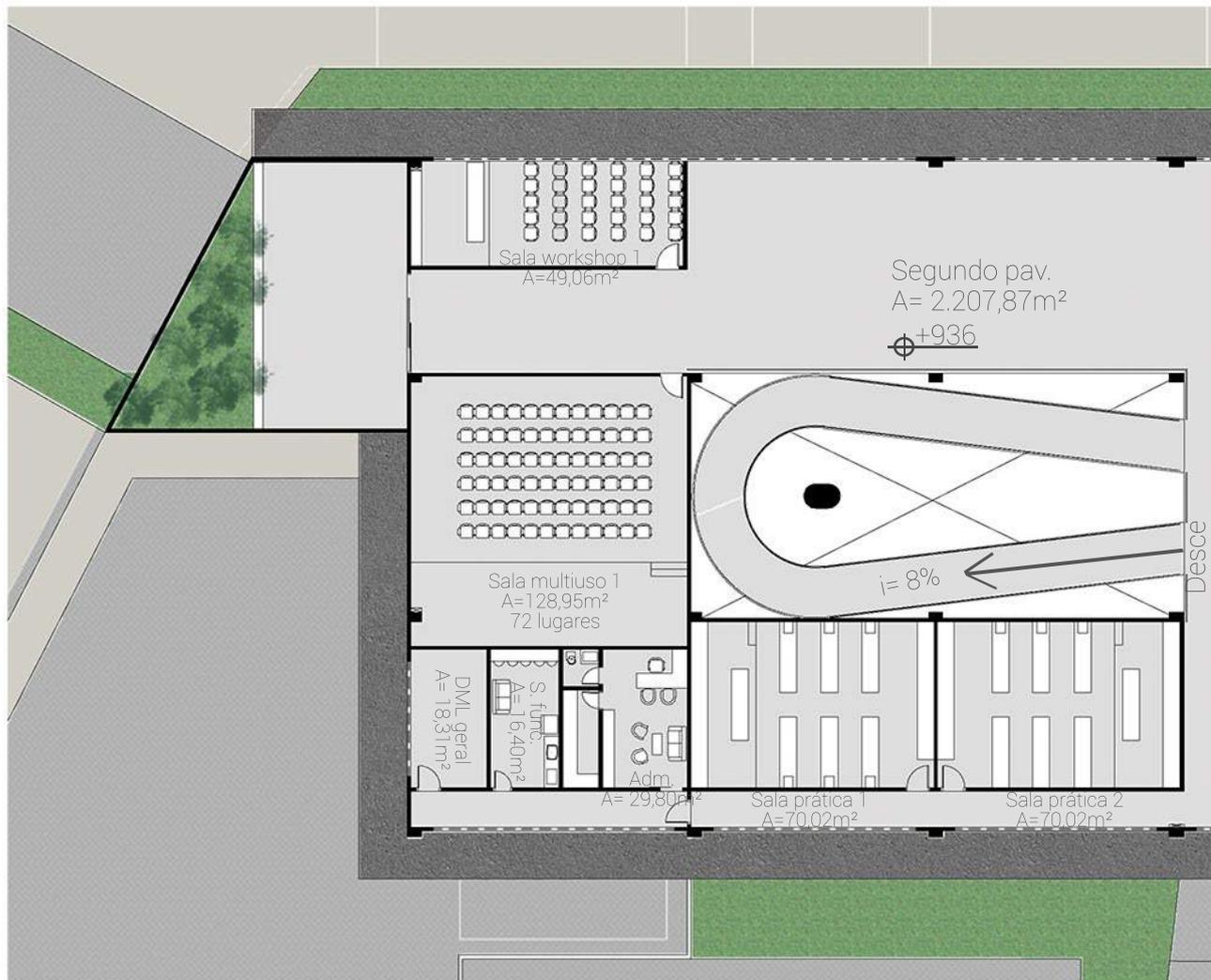
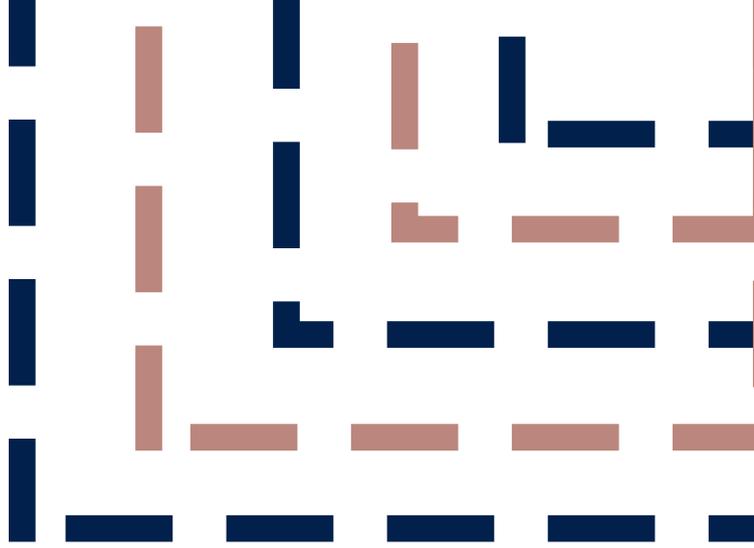
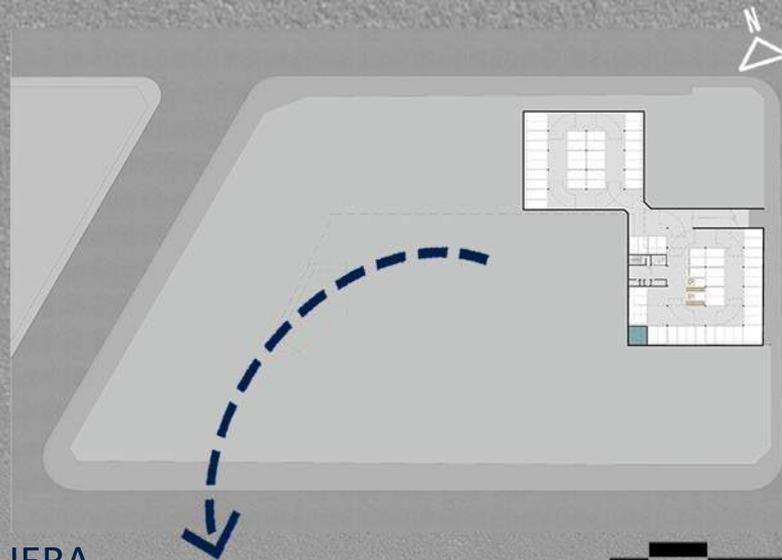


Figura 67: Planta segundo pavimento.



SUBSOLO

O estacionamento será projetado no subsolo da área do Polo Gastronômico e da Praça Avenida Anhanguera, com acesso pela rua 20. Ele possui uma estrutura independente da estrutura do mercado, sendo feito de concreto e laje nervurada. Além disso, consta com 69 vagas, sendo que 2 delas são destinadas à PCD, e 3 à idosos, respeitando as quantidades solicitadas pelo Código de Obras e Edificações. A circulação vertical é anexada ao lado externo do Mercado Central. Ele também possui central de medidores e reservatório inferior, e quiosque de ticket do estacionamento, possibilitando a terceirização.



AV. ANHANGUERA



Figura 68: Planta do Subsolo



COBERTURA

Tanto a cobertura do mercado como a do polo gastronômico será de telha metálica isotérmica. A do mercado será de 4 águas, com 5% de inclinação e uma calha larga de 1m, enquanto a do polo gastronômico possuirá 1 água com 5% de inclinação. O bloco anexado de circulação vertical e o voltado para a Avenida Araguaia possuirão laje impermeabilizada.

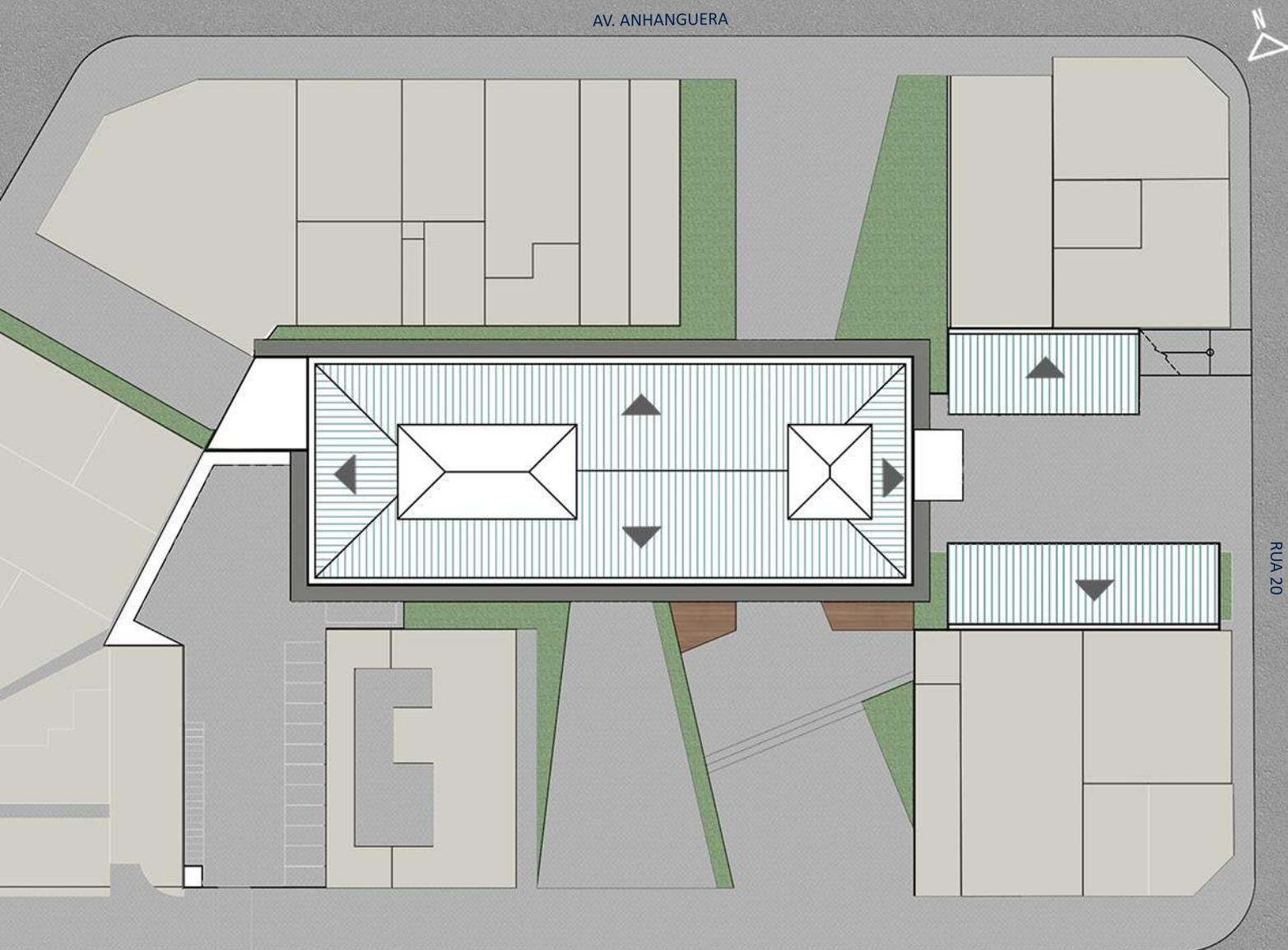


Figura 69: Planta da Cobertura.

RUA 3

0 10 25 50

QUIOSQUES

Os quiosques possuem duas tipologias diferentes pois possuem tamanhos diferentes, mas seguem o mesmo padrão estético e estrutural. Os módulos dos quiosques de vendas serão de estrutura metálica com detalhes em madeira. Esse padrão estabelecido promove um ar de contemporaneidade para o Mercado Central, além de harmonizar com os outros materiais do equipamento, como o brise feito de chapa metálica no exterior da edificação. Toda a parte interna dos quiosques é mutável, podendo ser personalizada de acordo com a necessidade do uso de cada um.

Os modelos representados são exemplos de como as tipologias seguindo o mesmo padrão estético e estrutural podem abrigar diferentes usos, de formas diferentes, mas possuindo harmonia.

O quiosque tipo P exemplifica como o uso de vendas de alimentos prontos pode se portar nesse modelo. A parte frontal do quiosque é a parte do atendimento, enquanto a produção dos alimentos se encontra na parte de trás.

Já na representação do quiosque tipo G, é uma opção para qualquer outro tipo de venda. Nessa disposição, o cliente pode entrar no quiosque para realizar a compra, sendo uma ideia interessante para vendas de produtos a granel.

QUIOSQUE TIPO P

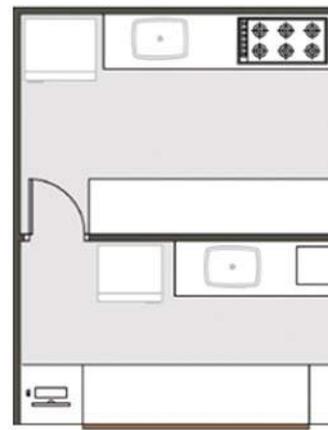


Figura 70: Planta do quiosque Tipo P.



Figura 71: Render quiosque Tipo P.



QUIOSQUE TIPO G

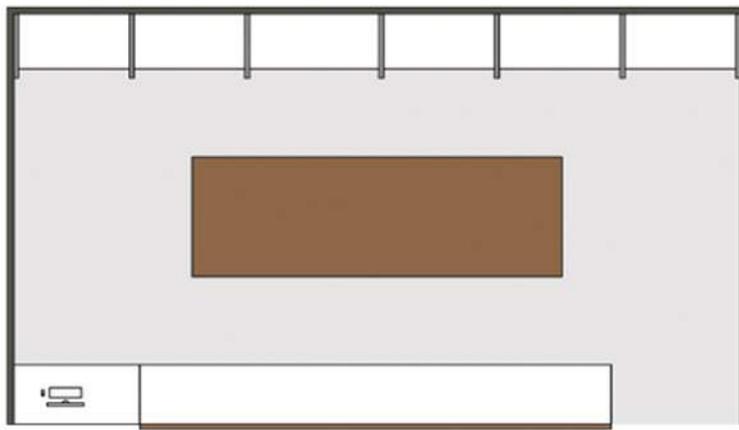


Figura 72: Planta quiosque Tipo G.



Figura 73: Render quiosque Tipo G.



Figura 74: Render entrada Rua 3.

DETALHES

JARDIM VERTICAL

Para contribuir com a estética da edificação, e também proporcionando melhorias climáticas para a região, nas duas paredes laterais do bloco de circulação vertical anexado ao mercado, foi proposto a implantação de jardins verticais que ocupem toda a altura do edifício.

Sendo assim, o jardim vertical proposto será do tipo parede viva contínua, ou seja, as plantas serão fixadas em mantas geotêxtis, que serão fixadas na edificação por meio de estruturas metálicas de aço galvanizado, o que também permitirá que o jardim vertical seja independente da estrutura da edificação, e além disso, promove um afastamento entre o jardim e a edificação, criando uma barreira de ar que funciona como isolamento térmico para a edificação, e não corre o risco de infiltração das paredes. Com intuito de promover um acabamento estético ao jardim vertical e também proporcionando a mesma linguagem visual do interior da edificação, seu entorno será revestido por um painel que dá aparência de madeira.



Figura 75: Imagem do complexo do Mercado Central mostrando a aplicação do jardim vertical no bloco de circulação.

Sendo assim, o jardim vertical proposto será do tipo parede viva contínua, ou seja, as plantas serão fixadas em mantas geotêxtis, que serão fixadas na edificação por meio de estruturas metálicas de aço galvanizado, o que também permitirá que o jardim vertical seja independente da estrutura da edificação, e além disso, promove um afastamento entre o jardim e a edificação, criando uma barreira de ar que funciona como isolamento térmico para a edificação, e não corre o risco de infiltração das paredes. Com intuito de promover um acabamento estético ao jardim vertical e também proporcionando a mesma linguagem visual do interior da edificação, seu entorno será revestido por um painel que dá aparência de madeira.



Figura 76: Imagem jardim vertical.

A irrigação desse jardim vertical será promovida por gotejadores dispostos ao longo da manta geotêxtis de feltro, que por sua vez, serve como substrato para as plantas se enraizarem. Nesse caso, a água para irrigação será proveniente de um reservatório destinado à essa função. Possuindo esse reservatório é possível com que a água drenada seja recolhida e que ela volte para o reservatório, podendo ser reutilizada. Essa opção de obter um reservatório exclusivo é viável já que o mesmo bloco que comporta o jardim vertical, é onde se encontra o reservatório superior da edificação, e ele comporta mais um reservatório de pequeno porte (em média de 1.000L) com tal destinação. Além disso, para abrigar toda a rede de controle de irrigação e drenagem, é previsto no projeto de arquitetura um ambiente que será a casa de máquinas. Esse local se encontrará perto dos jardins, localizado no mesmo bloco, que é o de circulação vertical, o que é vantajoso.

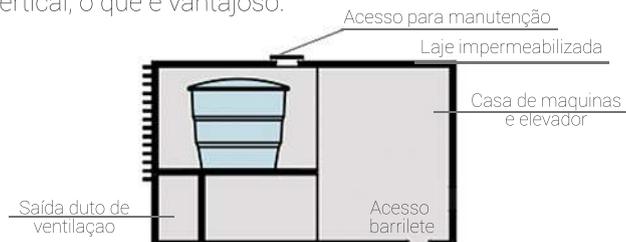


Figura 77: Corte barrilete



Figura 78: Planta barrilete

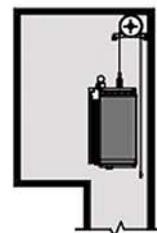


Figura 79: Corte fosso do elevador.

Para que a manutenção seja mínima, além de um controle adequado de pragas e doenças, é imprescindível a escolha do tipo de vegetação adequado para a região, de acordo com a temperatura e fluxo de ventos para que não ocorra problemas em relação a poda e sobrevivência das plantas. Considerando que o bloco que receberá o jardim vertical está voltado para o lado leste, ou seja, recebe o sol da manhã, e que seu entorno é composto basicamente por edificações de 1 pavimento ou de 2 a 4 pavimentos, não criando muita sombra para a vegetação, é preciso escolher plantas adequadas para ambientes de pleno sol, e vegetação de baixo e médio crescimento.

Levando isso em consideração, e de acordo com KRIFTEWIRTH e SABBAG para o catálogo de plantas para jardins verticais da Termogreen, para esse jardim vertical, seria uma boa opção plantas como Tapete Inglês (*Polygonum capitatum*), Samambaia (*Nephrolepis exaltada*), Hera roxa (*Hemigraphis alternata*) e Begônia (*begônia rex*).

LAJE NERVURADA

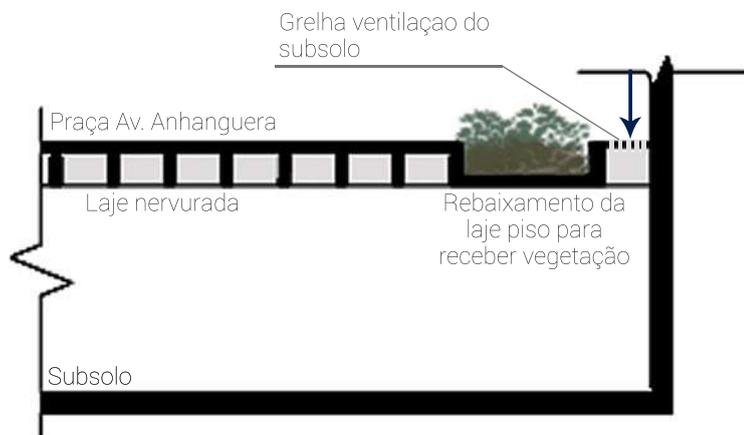


Figura 82: Detalhe laje nervurada do subsolo.



Figura 80: Planta tipo Tapete Inglês.
Fonte: Catálogo de plantas para jardins verticais.



Figura 81: Planta tipo Hera roxa.
Fonte: Catálogo de plantas para jardins verticais.

IMAGENS



Figura 83: Render entrada Rua 3.



Figura 84: Render entrada Rua 3.



Figura 85: Render entrada Rua 3.



Figura 86: Render Corredor Araguaia.

IMAGENS

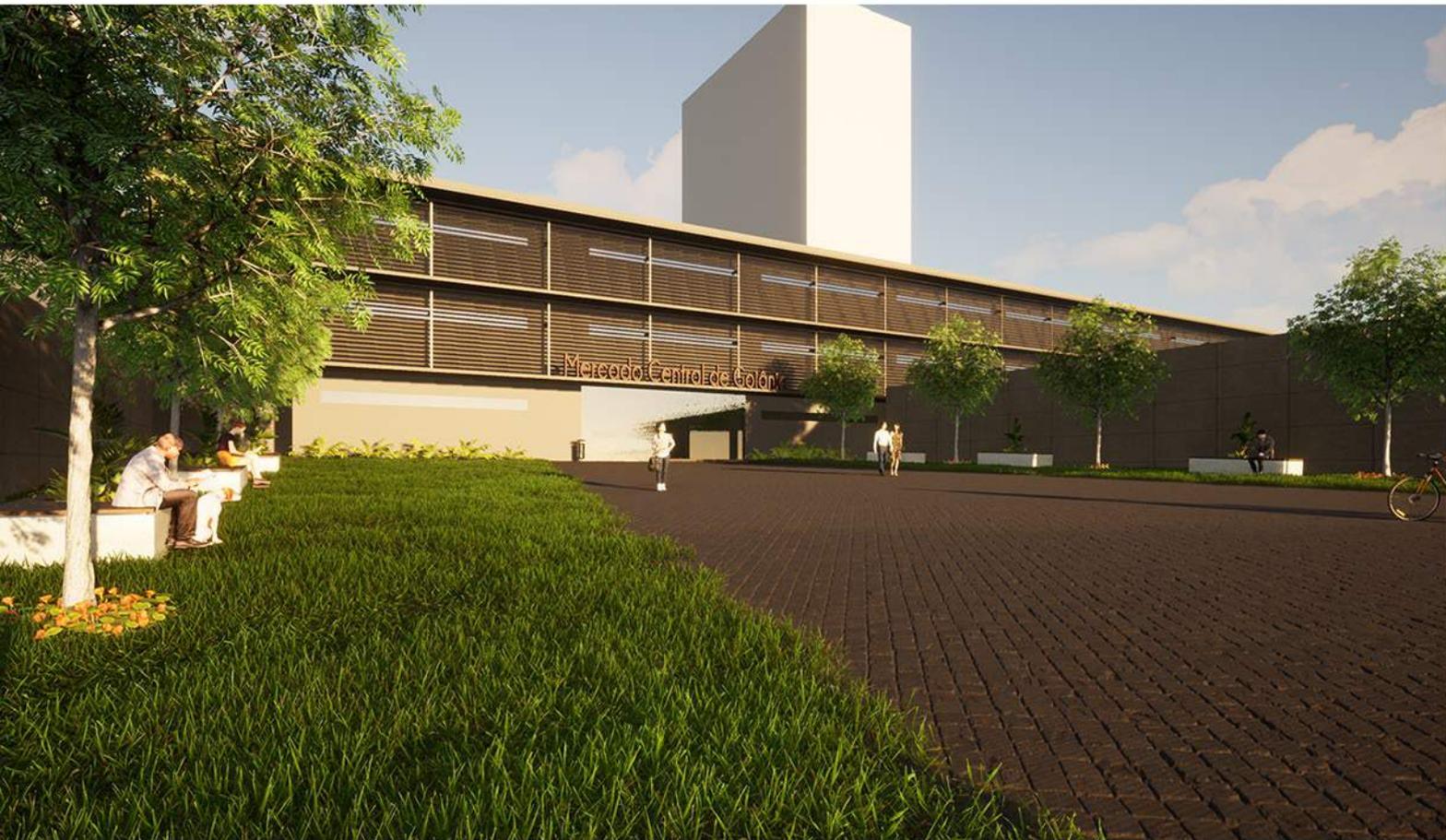


Figura 87: Render Praça Av. Anhanguera.



Figura 88: Render entrada Praça Av. Anhanguera.



Figura 89: Render Polo Gastronômico.

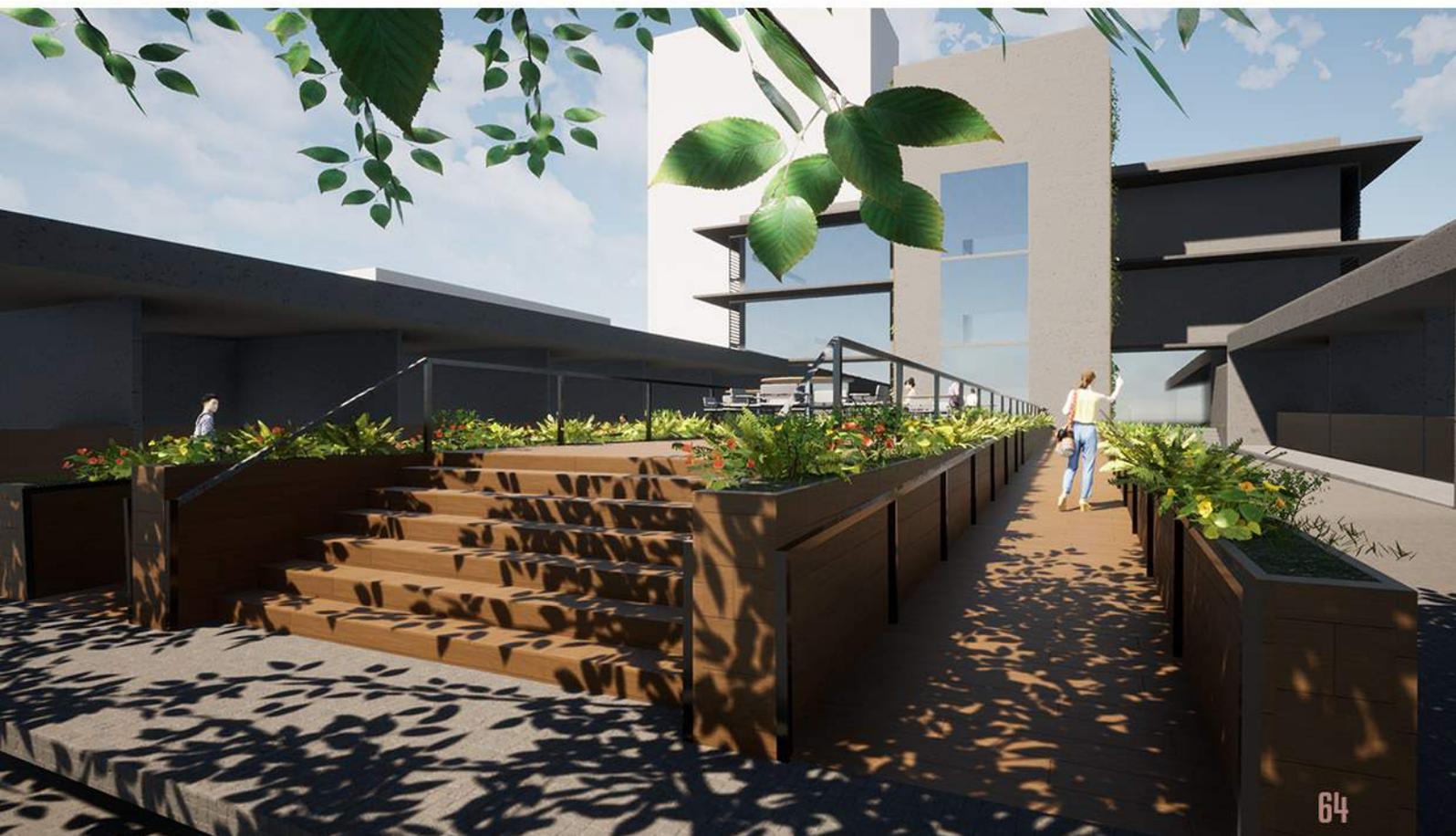


Figura 90: Render Polo Gastronômico.

IMAGENS



Figura 91: Render interno rampa central.



Figura 92: Render interno bloco escada-elevador.



Figura 93: Render interno corredor de quiosques.



Figura 94: Render interno.

REFERÊNCIAS

BARROCO, Lize Maria; BARROCO, Helio. A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. **TURyDES**. Março, 2008. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/02/sbb.htm>>. Acesso em: 21 de março de 2020.

BARATTO, Romullo. Primeiro Lugar no Concurso para a Requalificação do Mercado Público de Lages-SC/Zulian Broering + Zanatta Figueiredo. **ArchDaily Brasil**. 15 de outubro de 2014. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/755352/primeiro-lugar-no-concurso-para-a-requalificacao-do-mercado-publico-de-lages-sc-zulian-broering-plus-zanatta-figueiredo>>. Acesso em: 28 março de 2020.

BIOGRAFIA. **Aranguren+Gallegos Arquitectos**. Disponível em: <http://www.arangurengallegos.com/ag/portfolio_page/biography/>. Acesso em: 28 de março de 2020.

BORTOLETTO, Erica; POMA, Carolina. Intervenções Contemporâneas no Patrimônio Histórico, Cultural e Urbano. **ISSUU**, 5 de dezembro de 2018. Disponível em: <<https://issuu.com/ericabortoletto/docs/tecnicas>>. Acesso em: 26 de março de 2020.

BRASIL ARQUITETURA. **Brasil Arquitetura**. Disponível em: <<http://brasilarquitetura.com>>. Acesso em: 24 de março de 2020.

BRASIL ARQUITETURA: MUSEU DO PÃO. **Projeto Design**, edição 337. Disponível em: <<https://www.arcoweb.com.br/projetodesign/arquitetura/brasil-arquitetura-10-04-2008>>. Acesso em: 24 de março de 2020.

ESCRITÓRIO. **Zanatta Figueiredo Arquitetos Associados**. Disponível em: <<https://zanattafigueiredo.com/escritorio/>>. Acesso em: 28 de março de 2020.

Estudo de Impacto de Vizinhança. **CAU-BR, Brasil**. Disponível em: <<http://www.caubr.gov.br/wp-content/uploads/2017/10/CAPACIDADE4.pdf>> Acesso em: 21 de maio de 2020.

HISTÓRIA DE GOIÂNIA. **Prefeitura de Goiânia, Goiânia**. Disponível em: <<https://www12.goiania.go.gov.br/sobre-goiania/historia-de-goiania/>>. Acesso em: 20 de março de 2020.

KRIFTEWIRTH, Frank; SABBAG, Rosângela. **Plantas para Jardins Verticais**. Thermogreen. Disponível em <<https://www.yumpu.com/pt/document/read/12811890/catalogo-de-plantas-para-wallgreen>> Acesso em: 15 set. 2020.

Lei nº 8645. **Diário Oficial Prefeitura de Goiânia**. Goiânia. Disponível em: <<https://www.goiania.go.gov.br/Download/seplam/Colet%20C3%A2-nea%20Urban%C3%ADstica/8.%20EIT/8.%20EIT%20-%20Lei%208645.pdf>> Acesso em: 21 de maio de 2020.

Lei nº 8646. **Diário Oficial Prefeitura de Goiânia**. Goiânia. Disponível em: <<https://www.goiania.go.gov.br/Download/seplam/Colet%20C3%A2-nea%20Urban%C3%ADstica/9.%20EIV/9.%20EIV%20-%20Lei%208646.pdf>> Acesso em: 21 de maio de 2020.

MERCADOS MUNICIPAIS. **Prefeitura de Goiânia**. Goiânia. Disponível em: <<http://www4.goiania.go.gov.br/portal/goiania.asp?s=2&tt=con&cd=1512>>. Acesso em: 20 de março de 2020.

BIBLIOGRÁFICAS

MERCADO PÚBLICO DE LAGES. **Vitruvius**, 15 de janeiro de 2015. Disponível em: <<https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/projetos/15.169/5404?page=2>>. Acesso em: 28 de março de 2020.

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone. **A arquitetura dos mercados públicos**. Vitruvius, 12 de novembro de 2011. Disponível em: <<https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.138/4113>>. Acesso em: 20 de março de 2020.

MUSEU DO PÃO/BRASIL ARQUITETURA. **ArchDaily Brasil**, 29 de novembro de 2011. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/8579/museu-do-pao-moinho-colognese-brasil-arquitetura>> Acesso em: 26 de março de 2020.

MUSEU DO PÃO. **Brasil Arquitetura**. Disponível em: <<http://brasilarquitetura.com/projetos/museu-do-pao>>. Acesso em: 24 de março de 2020.

MUSEU DO PÃO. **Ilópolis**. Disponível em: <<http://www.ilopolis-rs.com.br/siteantigo/site/pagina.php?id=15>>. Acesso em: 24 de março de 2020.

OLIVEIRA, Raquel. **Revitalização Patrimonial. Universidade Católica de Santos**. Disponível em: <https://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/images/artigos/Ensaio1_JulAgoSet08.pdf>. Acesso em: 22 de março de 2020.

PINTAUDI, Silvana. **Os Mercados Públicos: Metamorfoses de um Espaço na História Urbana. Universidade Estadual Paulista**, 11 de setembro de 2006. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/viewFile/505/537>>. Acesso em: 20 de março de 2020.

PROJETO DE REMODELAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL DE ATARAZANAS/ARANGURENE-GALLEGOSARQUITECTOS. **ArchDaily Brasil**, 03 de agosto de 2013. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/131352/projeto-de-remodelacao-do-mercado-municipal-de-atarazanas-slash-aranguren-and-gallegos-arquitectos>>. Acesso em: 28 de março de 2020.

REBELLO, Alexandra. **Revitalização do Mercado Central de Goiânia**. Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2006. Disponível em: <<http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/bitstream/tede/2298/1/Alexandra%20Xavier%20de%20Campos%20Rebello.pdf>>. Acesso em: 20 de março de 2020.

ZBA. **Galeria da Arquitetura**, São Paulo. Disponível em: <<https://www.galeriadaarquitetura.com.br/escritorio-de-arquitetura/a-p/zba/131147/>>. Acesso em: 28 de março de 2020.