



Comprar e Conviver:

Reinterpretação do Mercado Público na Contemporaneidade

Tales Ribeiro Siqueira¹

Centro Universitário Academia - UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Adilson Luiz Amaral Junior²

Centro Universitário Academia - UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Arquitetura e Urbanismo na Contemporaneidade

RESUMO

O trabalho final de graduação tem como intuito propor a reinterpretação do Mercado Municipal do Produtor em Cataguases - Minas Gerais. Fundamentando o Mercado como um equipamento atrelado ao bom funcionamento do espaço público. Outro princípio que fundamenta o projeto é a busca de espaço que incentive a economia e valorize o pequeno produtor, a cultura e as memórias da cidade. Busca-se assim uma concepção arquitetônica que valorize o entorno existente, considerando os fatores urbanísticos, paisagísticos, sociais e reafirme a história da cidade. O produto final consiste em um equipamento público relevante para a valorização e recuperação do espaço urbano ali presente. Ao mesmo tempo que promove relações urbanas, socioculturais e enfatize as tradições locais.

Palavras-chave: Mercado público. Reinterpretação. Valorização. Espaço público.

1 INTRODUÇÃO

O mercado público, em sua essência, surgiu no princípio das civilizações, determinantes nas relações de fluxo, centralidade e consolidando um espaço econômico, político e social na urbanização das cidades. É um equipamento que vai além das relações econômicas: um cenário democrático de acesso a toda população, independente de classes sociais, onde se tornou um catalisador dos

¹ Discente do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Academia - UniAcademia. Endereço: Av. Sizenando Dutra de Siqueira, 1073, Cataguases - MG / Celular: (32)99925-7302. / E-mail: talesiqueira@hotmail.com

² Docente do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Academia - UniAcademia. Orientador(a).

encontros, trocas de ideias, experiências, convívio social, cultural e relações humanas, além da simples comercialização de produto. Com relação à importância dos mercados públicos, Guardia & Oyón (2010, p.12) citam que:

“Ao falar dos mercados é, em rigor, fazer uma observação metodológica. Nesse temo se reúnem muitos significados; na realidade, é um unificador fictício de coisas muito diferentes. Pode referir-se a fenômenos estritamente arquitetônicos como o próprio edifício que abriga a atividade que denominados mercado à própria atuação de intercâmbio de compra e venda de produtos alimentícios, ou ao papel de tal ação no sistema mais geral de abastecimento urbano, e assim sucessivamente. A polissemia da palavra oferece suas vantagens. Devido a seus muitos significados, o mercado oferece muitas possibilidades de análise. Isso faz com que seja um observatório privilegiado da arquitetura, da cidade e da sociedade de seu tempo.”

Neste seguimento, o estudo dos mercados e sua reinterpretação na contemporaneidade se faz necessário à proposta de requalificação e reestruturação do programa do mercado municipal do produtor na cidade de Cataguases (Minas Gerais) como meio de reconectar as atividades de comprar e conviver através da constante adaptação do espaço no tempo. A fim de reformular as atividades ali presentes na ânsia de que o mercado não perca seu lugar na contemporaneidade, partindo de uma modulação que possibilite o mercado a adequar suas atividades, viabilizando sua continuidade histórica e resistindo através da flexibilidade, ao mesmo tempo em que cria suas raízes na memória afetiva e estabelece relações sociais, culturais e econômicas com a sociedade. Segundo Pintaudi (2006, p.01) “As formas espaciais (estrutura e função incluídas) têm uma duração no tempo e o seu movimento requer permanente reinterpretação.”

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO DOS MERCADOS PÚBLICOS

O início da agricultura no período Neolítico permitiu novas experiências e técnicas de plantio nas comunidades primitivas que, aperfeiçoando seus instrumentos, conduziu ao melhor domínio dos recursos da natureza, resultando no aumento da produtividade agrícola e melhorando as condições de alimentação e crescimento da população. Consolidando um comércio que por sua vez guiou uma transformação em suas relações com a terra e seus hábitos, promovendo um salto

social a partir do momento em que há a quebra do paradigma da mera sobrevivência e seus atores passam a assumir papéis no intuito de organização da morada.

Com essa nova configuração urbana, o desenvolvimento seguiu em direção ao aprimoramento do sistema viário, comunicação, da engenharia e no aumento da produção de alimentos. Isso resultou em novos meios de troca dos excedentes em locais mais distantes, onde o conceito dessa nova função urbana começa a existir e ser denominada de mercado, o local de fornecimento, armazenagem e distribuição de produtos no coração das cidades, composto por barracas de comerciantes e camponeses através de uma lógica pautada no acolhimento do novo como oportunidade lucrativa. De acordo com Oliveira Júnior (2006), O espaço de comercialização evolui desde a exposição de produtos no piso do mercado, passando pelas bancas, tendas, barracas desmontáveis, barracas fixas com possibilidade de fechamento, até as lojas organizadas por atividades. E essas atividades abrigadas no espaço público urbano e concentrada onde coexistiam fluxos de pessoas, se caracteriza pela troca de elementos diversos mesmo diante de transformações constantes ao longo do tempo.

Já em um contexto mais atual, o mercado tem perdido cada vez mais espaço para os supermercados e hipermercados, equipamentos com aperfeiçoamentos tecnológicos que garantem a conservação e aumento da produção de produtos, assim como melhor controle de qualidade e deslocamento de mercadoria. Isso torna o mercado mais obsoleto pela sua inoportunidade perante aos mercados com melhores estruturas.

2.2 MERCADOS PÚBLICOS NA CONTEMPORANEIDADE

A existência dos mercados públicos na cidade, independentemente de sua configuração permanente ou momentânea, perdurou até o momento em que surge o questionamento de sua tipologia, quando sua forma e função chegam a se dissolver e se distanciar do costume social em que se insere. Diante de um cenário de novas tendências de comportamento e formas de apropriação do espaço público, os mercados tem a seguinte escolha: ou segue com adaptações da sociedade em que se insere, ou perecem diante da constante evolução de costumes.

Devido a capacidade de diálogo do mercado público com os demais métodos comerciais mais contemporâneos, estabelecendo sua permanência até os tempos atuais. Seguido pela necessidade de flexibilização e adaptação às demais variações

de demandas, exigências e necessidades dos consumidores, já que o panorama altamente competitivo das novas redes comerciais associadas às novas tecnologias, promoções agressivas e serviços de informação, exige um sistema de gestão mais eficaz para garantir a manutenção e sucesso destes equipamentos. O reflexo destas atitudes sobre o espaço físico, serviços prestados, atendimento, podem influenciar diretamente na experiência vivida nos mercados, tornando-a mais atraente e significativa para criar vínculos importantes no processo de identidade e fidelização.

Se percebe que o lugar do mercado está em um processo contínuo de adaptações aos diversos raciocínios do espaço comercial, político, cultural e urbano, pelo fato de suas raízes estarem conectadas com a identidade da população com sua cidade.

3 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho se divide em três etapas: A primeira etapa consiste no Referencial Teórico, que através de uma revisão bibliográfica para a coleta dados a serem explorados, sendo também abordadas as reflexões gerais para realização do projeto, sendo a evolução do mercado na história e seu papel e adaptação à contemporaneidade.

A segunda etapa é o Diagnóstico, que a partir de uma análise da localização do projeto, busca-se ter uma base de estudos e dados a fim de justificar a necessidade de um olhar mais sensível a área trabalhada e a auxiliar o projeto na solução de problemáticas, explorar potencialidades e características do local.

A terceira etapa é o Projeto Arquitetônico e Urbanístico, que se preocupa em reunir todo o estudo do Referencial e Diagnóstico em uma proposta de ocupação que alcance os objetivos traçados. O produto final consiste na Reinterpretação do Mercado Municipal do Produtor e o espaço urbano em seu entorno, exposto através de diagramas, desenhos técnicos, esquemáticos e imagens a fim de facilitar a compreensão do tema e espacialidades desejadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 LOCALIZAÇÃO

Cataguases (Minas Gerais) é uma cidade com aproximadamente 75mil habitantes e fundada pelo francês Guido Tomaz Marliere em 1826. Anteriormente denominado Porto dos Diamantes, foi elevada à categoria de cidade com a

denominação de Cataguazes pela lei provincial Nº 2766 de 13 de setembro de 1881. Nessa época, com a inauguração da Companhia Estrada de Ferro Leopoldina, Cataguazes se transformou no ponto de embarque e exportação do café produzido na região. Com a ferrovia, a malha urbana se deslocou para as proximidades da estação ferroviária e a chegada dos operários da ferrovia e de comerciantes estimulou o crescimento urbano. A partir de 1905, a economia do café começou a ser substituída pelas indústrias - com destaque para as indústrias têxteis. Na época, ocorreu o êxodo rural e surgiram as vilas operárias. Entre 1925 e 1929, Cataguazes viveu um período de intensa efervescência cultural e artística, com a produção cinematográfica de Humberto Mauro com Pedro Comello e Eva Nil e o surgimento do Grupo Literário Verde, onde se encontra 29 obras catalogadas como as mais simbólicas do Modernismo incluídas no Conjunto histórico, arquitetônico e paisagístico de Cataguazes, tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) em 2003. Sendo elas obras de Oscar Niemeyer, Roberto Burle Marx, Francisco Bolonha, Aldary Toledo, Carlos Leão, Edgar Guimarães do Valle e etc. O propósito de desenvolver este trabalho surgiu a partir de uma inconformidade relacionada a degradação em que se encontra a área do Mercado Municipal do Produtor e o Sindicato do Produtor Rural. São dois equipamentos de fundamental importância na vida urbana da cidade, que não são valorizados por uma falta de conexão com a identidade cultural com o lugar e pela configuração de um espaço público ausente das novas tendências de comportamento e formas de apropriação da sociedade, além de se encontrar fora do conjunto tombado pelo IPHAN, o que gera a falta de manutenção do mercado pela Prefeitura de Cataguazes com o local e seu entorno.

Figura 1: Mancha Urbana de Cataguazes (Ponto – Terreno do Mercado Municipal do Produtor)



4.2 DESENVOLVIMENTO

A reinterpretação do programa e gestão do Mercado Municipal do Produtor se faz necessária como forma de criar um vínculo com os habitantes de Cataguases, valorizando uma área degradada. Além disso, dar incentivo à agricultura familiar de forma a estabelecer um contato com o produtor local, para se tornar um espaço de encontros sociais que vai além da simples compra e venda de produtos. Essas estratégias procuram reformular as atividades ali presentes na ânsia de que o mercado não perca seu lugar na contemporaneidade, partindo de uma metamorfose que possibilite constantes transformações no tempo que está porvir.

A proposta pretende implementar uma edificação seguindo uma lógica modular em estrutura de madeira que seja uma referência espacial ao seu redor, como forma de melhor moldar-se às características e costumes temporais. A partir de uma reinterpretação do programa, procura-se incentivar o uso do espaço público como local de convívio, troca de experiências e atividades diversas para valorizar a área em que se encontra e gerar a sensação de pertencimento e identidade com o lugar, além de aproximar o consumidor do produtor e fomentar investimentos na região de Cataguases.

A estrutura de grande escala vem em função de explorar a dimensão vertical, desenhada com um sistema de montagem modular em madeira pinus com ligações em aço e encaixe, permitindo grandes vãos, uma rápida construção e obra mais limpa, além da possibilidade de reutilizar e ter uma função alternativa do material se necessário, seguindo o conceito de moldar-se ao tempo. Em questões de conforto a estrutura possibilita o fechamento em sua base do primeiro pavimento por esquadrias de vidro duplo (onde acontece o mercado) permitindo a ventilação cruzada e mantém o contato visual do interno e externo. A parte superior passa a obter um fechamento em policarbonato, na intenção de reduzir a necessidade de luz artificial e favorecer a uniformidade na difusão da luz natural, obtendo fachadas com eficiência energética e sensação de espaço e iluminação nos espaços interiores.

As atividades propostas são frutos da interpretação de atividades relacionadas ao mercado, ao entorno e intensificação de atividades já presentes, sendo elas: 01: Área livres para apropriação de eventos da cidade como feirinhas de fim de semana; 02: Área de lazer e permanência diretamente conectas ao mercado e praça; 03: Área para recreação e atividades de entretenimento; 04: Área de exercícios ao ar livre complementando o percurso de caminhada existente; 05: Área

de contemplação da mata ao entorno e rio Meia Pataca; 06: Área de comércio independente ao mercado a incentivar o uso em diversos horários; 07: Área de comércio independente ao mercado relacionado ao cultivo; 08: Área com edifício cultural, promovendo atividade e suporte para eventos e escolas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reinterpretação do Mercado Público proposto consiste em um equipamento relevante para a valorização e recuperação do espaço urbano ali presente. Ao mesmo tempo que pretende incentivar do espaço público como local de convívio, troca de experiências e sociabilização, o Mercado Municipal do Produtor busca ser um espaço que incentive a economia e valorize o pequeno produtor, a cultura e as memórias da cidade. O projeto tende a respeitar o entorno e recuperar a área dos pedestres. A intenção da reintegração é reafirmar o Mercado como um elemento importante para a cidade de Cataguases, a fim de incentivar o interesse e apropriação do povo na área.

Por fim, espera-se ter contribuído para a discussão do Mercado Público como um equipamento de relevância na vida urbana e que o proposto possa despertar o potencial da área e contribuir positivamente à arquitetura e ao espaço urbano de Cataguases.

ABSTRACT

The final graduation work aims to propose the reinterpretation of the Municipal Producer Market in Cataguases - Minas Gerais. Basing the Market as an equipment linked to the good functioning of the public space. Another principle that underlies the project is the search for space that encourages the economy and values the small producer, culture and memories of the city. Thus, an architectural concept is sought that values the existing environment, considering urban, landscape, social factors and reaffirms the city's history. The final product consists of public equipment relevant to the enhancement and recovery of the urban space present there. At the same time promotes urban connections, socio-cultural relations and emphasizes local traditions.

Keywords: *Public market. Reinterpretation. Valorization. Public space.*

REFERÊNCIAS

GUARDIA, M.; OYÓN, J. L. Hacer ciudad a través de los mercados: Europa, siglos XIX y XX. Barcelona, MUHBA – Institut de Cultura, 2010.

GUARDIA, M.; OYÓN, J. L. Los mercados públicos en la ciudad contemporánea: El caso de Barcelona. Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, Vol. XII, nº 744, 25 de agosto de 2007. <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-744.htm>> [ISSN 1138-9796]

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

PINTAUDI, S. M. Mercados Públicos: vestígios de um lugar. In: Ana Fani Alessandri Carlos; Marcelo Lopes de Souza; Maria Encarnação Beltrão Sposito. (Org.) A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011, V.

BAUMAN, Z. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Trad. Calor Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

HOBSBAWN, E. A invenção das tradições. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. Págs. 9-23.

MARQUES, Mariana Vasconcelos C. F. Ainda há lugar para os Mercados Municipais? Repensar o consumo, as sociabilidades e as centralidades urbanas. Os casos de Barcelona e Lisboa. 2014. 122 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Arquitetura, Técnico Lisboa, Lisboa, 2014. Disponível em: <[https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/download-File/844820067124001/Dissertação_\(ist_167131\).pdf](https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/download-File/844820067124001/Dissertação_(ist_167131).pdf)> Acesso em: 02 novembro, 2019.