



**FACULDADE
ALFA UNIPAC**

**FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
ARQUITETURA E URBANISMO**

KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS

**ANTEPROJETO PARA NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA-MG
ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE**

TEÓFILO OTONI

2020

KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS

**ANTEPROJETO PARA NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA-MG
ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE**

Monografia apresentada à Faculdade Presidente Antônio Carlos de Teófilo Otoni, como requisito parcial para obtenção do título de Arquiteto e Urbanista.

Orientadora: Naiene Cardoso Costa

“É uma cidade pequena, tamanho que nada diz, porque é cheia de encantos e seu povo é sempre feliz.”

(“Valsa de Malacacheta” – Jesus Raslan e Wilson Souza)

RESUMO

Como um lugar determinante na sociedade, o mercado funciona como centro de abastecimento para as cidades, sendo ponto de encontro entre a população para troca, na mais variada acepção da palavra. Nesse contexto seu espaço tende a relacionar com a multiplicidade urbana e as mudanças socioculturais sem perder a essência do “mercado público”. O projeto consiste na análise da situação atual do Mercado Municipal de Malacacheta, que está situado no Vale do Mucuri, Nordeste de MG, com o objetivo de criar um novo espaço, que proporcione diversas atividades visando o desenvolvimento econômico e sociocultural no local. O método utilizado nesse trabalho foi feito por meio de estudo de caso, a fim de discorrer sobre o mercado em distintas épocas na história, para compreensão de sua importância e influência na sociedade como um todo, seguindo com a elaboração de um anteprojeto arquitetônico. Com a nova proposta, o mercado terá um fluxo comercial organizado, com acessibilidade, com áreas de lazer e atendimento de qualidade, exercendo seu papel de estimulador do espaço público e econômico, valorizando as memórias da cidade, mantendo-o vivo por várias gerações.

Palavras chave: Mercado municipal. Anteprojeto. Comércio. Malacacheta.

ABSTRACT

As a determining place in society, the market functions as a supply center for cities, being a meeting point between the population for exchange, in the most varied sense of the word. In this context, its space tends to relate to urban multiplicity and socio-cultural changes without losing the essence of the "public market". The project consists of an analysis of the current situation of the Municipal Market of Malacacheta, which is located in the Mucuri Valley, Northeast of MG, with the objective of creating a new space, which provides several activities aimed at the economic and socio-cultural development in the place. The method used in this work was done through a case study, in order to discuss the market at different times in history, to understand its importance and influence in society as a whole, following with the elaboration of an architectural draft. With the new proposal, the market will have an organized commercial flow, with accessibility, with leisure areas and quality service, exercising its role of stimulating the public and economic space, valuing the memories of the city, keeping it alive for several generations.

Keywords: Municipal market. Draft.Trade.Malacacheta.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Planata Do Grande Baazar Coberto, Kapali Carsi, Istambul.....	19
Figura 2- Grande Baazar Coberto, Kapali Carsi, Istambul	19
Figura 3- Planta da Ágora de Priene	21
Figura 4- Planta do Forum de Trajano, Roma	22
Figura 5- Mercado de Trajano, Roma, Itália (2013).....	23
Figura 6- Planta da Grand-Place, Bruxelas, séc. XVII.....	24
Figura 7- Gravura de Chamberlain, "Barraca de Mercado"	25
Figura 8- Mercado da Candelária, Rio de Janeiro.....	26
Figura 9- Inauguração do Mercado Municipal de Malacacheta	31
Figura 10- Denominação do Mercado Municipal.	32
Figura 11- Feira livre no anexo do Mercado Municipal Shozo Inão.....	35
Figura 12- Produtos Comercializados no Mercado Shozo Inao	35
Figura 13- Reforma no anexo do Mercado Shozo Inao.....	36
Figura 14- Área interna Mercado Shozo Inao.....	37
Figura 15- Feira livre novo local.	37
Figura 16- Condições do Mercado Shozo Inao durante pandemia	42
Figura 17- Mercado Municipal Paulistano recém-inaugurado, 1933	44
Figura 18- Vista do mezanino, Mercado Municipal Paulistano	45
Figura 19- Mercado Municipal Paulistano	46
Figura 20- Planta 1º pavimento do Mercado Municipal Paulistano	47
Figura 21- Imagem interna do Mercado Municipal Paulistano.....	48
Figura 22- Mercado dos Peixes.....	49
Figura 23- Croqui Mercado dos Peixes.	50
Figura 24- Mercado dos Peixes.....	50
Figura 25- Planta baixa do Mercado de Triunfo.....	52
Figura 26- Mercado de Triunfo	53
Figura 27- Restaurante do Mercado de Triunfo.....	53
Figura 28- Boxes e jardim interno, Mercado de Triunfo.. ..	54
Figura 29- Localização Malacacheta-MG.....	55
Figura 30- Implantação terreno.....	56
Figura 31- Topografia do terreno.....	57

Figura 32- Desnível terreno 0m e -3m.....	58
Figura 33- Córrego dos Índios.....	58
Figura 34- Orientação da ventilação e insolação no terreno.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Taxa de desemprego no Brasil.	41
Gráfico 2-Casos acumulados de COVID-19 por data de notificação.....	40
Gráfico 3- Óbitos acumulados de COVID-19 por data de notificação	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2. OBJETIVOS	13
2.1 GERAL	13
2.2 ESPECÍFICOS.....	13
3. METODOLÓGIA.....	14
4. REFERENCIAL TEÓRICO	16
4.1 CONCEITOS.....	16
4.1.1 MERCADOS PÚBLICOS.....	16
4.1.2 FEIRA LIVRE.....	17
4.2 PANORAMAS HISTÓRICOS	17
4.2.1 ORIGEM DO MERCADO NO MUNDO (Não mexi nessa parte).....	17
4.2.2 MERCADO NO BRASIL.....	25
5 MERCADO NO LOCAL.....	28
5.1 FUNCIONAMENTO DO MERCADO ANTIGO	28
5.1.2 SOBRE A MUDANÇA DO MERCADO ANTIGO PARA O SHOZO INAO	30
5.2 CONTEXTO ATUAL.....	33
5.2.1 DO FUNCIONAMENTO DO MERCADO.....	34

5.2.2 DO FUNCIONAMENTO DO MERCADO (DURANTE PANDEMIA 2019/2020)	38
6. MERCADOS MODELO NACIONAL	44
6.1 MERCADO PAULISTANO (SP)	44
6.1.2 ARQUITETURA E REFERÊNCIA PROJETUAL	45
6.2 MERCADO DOS PEIXES (CE)	48
6.2.1 A ARQUITETURA E REFERÊNCIA PROJETUAL	49
6.3 MERCADO PÚBLICO DE TRIUNFO (PE)	51
6.3.1 A ARQUITETURA E REFERÊNCIA PROJETUAL	51
7. DIAGNÓSTICO LOCAL	54
7.1 LOCALIZAÇÃO E GEOGRAFIA DO MUNICÍPIO	54
7.2 LOCALIZAÇÃO E ASPECTOS DO TERRENO	55
7.2.1 ASPECTOS NATURAIS	57
7.2.2 VENTOS E ORIENTAÇÃO SOLAR	58
7.3 ANÁLISE DE ASPECTOS DE ENTORNO	59
7.3.1 CARACTERÍSTICAS DAS IMEDIAÇÕES VIZINHAS	60
8. PROPOSTA DO PROJETO	60
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
10. REFERÊNCIAS	62

INTRODUÇÃO

Na dinâmica de uma cidade, o mercado municipal é um local público voltado para prática de comercialização de produtos e serviços, as atividades de negociação vão de mercadorias de alimentos a artigos de consumo e ocorre de forma mais livre, sem tabelamento, onde os vendedores negociam diretamente com os compradores, assim a relação criada entre os grupos sociais que frequenta o local vai além de um espaço comercial, pois abrange sentido e significado com a troca de experiências e memórias, atribuindo uma nova qualificação de mercado como modelo de tradição oral e cultural.

De forma geral o valor atribuído ao mercado está ligado a como os consumidores avaliam os produtos, serviços, dinâmica e conforto do estabelecimento, onde sua função é atender as necessidades dos moradores da região, estimular o comércio local tanto de feirantes quanto dos comerciários, melhorar a economia do município, valorizar a história e costumes da cidade.

Como refere Pintaudi, 2006, p.84, sobre o assunto:

O mercado público é forma de intercâmbio de produtos encontrada em cidades da antiguidade e se hoje tem continuidade no espaço, isto certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas. Todas as culturas adotaram essa forma de troca de produtos e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca com certa frequência, do deslocamento possível nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência.

O mercado tem seu valor e história, tanto para os que o usam como forma de trabalho, quanto para os consumidores e visitantes, porém, diante da expansão urbana e econômica na cidade e das tantas mudanças no comércio, o mercado antigo vem conseqüentemente perdendo seu lugar para os supermercados, sacolões, entre outros, que proporcionam aos clientes maior variedade nos itens ofertados e praticidade ao adquirir seus produtos.

Analisando a questão cultural, as mudanças nos costumes e interesses individuais da maioria são voltadas ao novo estilo de vida urbano, diferente das interações oferecidas pelo mercado tradicional.

Portanto, a escolha da pesquisa foi motivada em razão da diminuição das pessoas que frequentam o Mercado Municipal Souza Inao em Malacacheta-MG, decorrente da situação precária da estrutura do prédio, que tem o mesmo formato de origem, levando a falta de higiene e desorganização do espaço. Também, devido à ausência de percepção do poder público diante de um bem cultural sem ver que o espaço gera um grande fluxo econômico e de sociabilidade para a cidade.

O objetivo desse trabalho é apresentar no contexto histórico a importância que tem o mercado na vida de uma sociedade, seguindo da proposta de anteprojeto que possibilite a integração sociocultural e econômica através de uma arquitetura moderna, confortável, com acessibilidade, tornando o espaço vivo e funcional, atraindo feirantes, comerciantes, clientes e visitantes de modo satisfatório e lucrativo.

Para melhor atender a população malacachetense, é necessário analisar e compreender as condições de funcionamento do atual mercado, propor estratégias de fluxo que favoreça a realização das atividades comerciais e interação social no local ao desenvolver um anteprojeto arquitetônico que atenda as exigências do mercado, melhorando o espaço físico e contribuindo como local de convivência e sociabilidade, fortalecendo as relações de produção, compra e venda de produtos.

Diante de um mercado econômico competitivo e que atua em diversos ramos, as empresas procuram se destacar com estratégias de marketing, venda e produtos. Como diferenciação dos demais, o mercado municipal se destaca pela atribuição de valores, qualidade natural de seus produtos e atendimento direto com clientes. Portanto o tema abordado tem a finalidade de apresentar conceitos, definições e estratégias que evidencie a importância da preservação do mesmo, baseando numa arquitetura funcional com fluxo organizado, confortável, com novas áreas de atendimento, lazer e cultura, despertando novamente o interesse das pessoas pelo local, aumentando o uso do espaço que irá intensificar as atividades comerciais, sendo referência e fonte de renda para o município.

2. OBJETIVOS

2.1 GERAL

Apresentar uma nova proposta de anteprojeto arquitetônico para o mercado municipal de Malacacheta-MG, estimulando o desenvolvimento econômico e de sociabilidade na cidade.

2.2 ESPECÍFICOS

- Analisar a evolução histórica do mercado nas cidades.
- Compreender as condições de funcionamento atual do mercado.
- Caracterizar as funções do mercado municipal dentro do contexto urbano.
- Propor estratégias de fluxo que favoreça a realização das atividades comerciais e interação social no local.
- Desenvolver projeto arquitetônico que atenda as exigências do mercado, melhorando o espaço físico.
- Contribuir para que o mercado como local de convivência e sociabilidade fortalecimento das relações de produção, compra e venda de produtos.

3. METODOLÓGIA

O mercado apresenta uma trajetória ampla, que engloba desde os setores da economia ao da arquitetura, estando suscetíveis constantemente a mudanças.

Para melhor entendimento desse tema e sua importância, foi necessária a utilização de procedimentos de pesquisa bibliográfica, através de fontes primária, secundária e terciária.

O trabalho foi feito por meio de pesquisa descritiva, tendo como referência os aspectos essenciais no desenvolvimento do mercado, que influenciam a arquitetura e o comércio dos estabelecimentos até hoje.

Também foi necessária uma pesquisa exploratória de campo, com abordagem qualitativa, por meio de entrevistas para melhor análise valorativa da história e do funcionamento do mercado, para desenvolvimento metodológico e da nova proposta arquitetônica em nível de anteprojeto.

Na primeira etapa foi abordado por meio de conteúdos bibliográficos o panorama histórico do mercado no mundo, com embasamento principal nos livros de Heliana Comin Vargas (autora referência na temática do espaço terciário), com o intuito de compreender sua relação com a dinâmica das cidades.

Para a segunda etapa, foi desenvolvido um estudo histórico da origem do mercado no Brasil. Nesse caminho, foram consultados artigos, teses universitárias; pesquisa documental por meio eletrônico.

Na terceira etapa, diante as dificuldades encontradas para levantamento direto de informações sobre a história do mercado municipal na prefeitura de Malacacheta, o conteúdo histórico foi baseado na entrevista dada por Jesus Arnaldo Raslan (professor aposentado, autor do livro “Malacacheta: História e Geografia do Município”).

A quarta etapa retrata a situação atual do mercado municipal, com uma analogia a pandemia causada pelo Covid-19.

Quinta etapa retrata alguns modelos de mercados no país, para referência arquitetônica no desenvolvimento do anteprojeto do mercado Municipal de Malacacheta. Nesse sentido, foram consultados artigos e teses universitárias.

A sexta etapa apresenta o estudo de entorno do terreno, para melhor compreender seus limites e potencialidades. Nesse sentido, foi realizado estudo de campo, pesquisas bibliográficas e documentos por meio eletrônico.

Sétima etapa irá abordar a apresentação do anteprojeto arquitetônico para nova proposta de mercado municipal de Malacacheta. Foi realizado um levantamento em campo e estudos para entender o fluxo e funcionalidade do ambiente, propondo melhorias e soluções viáveis para o mercado.

Por fim, como método aplicado na elaboração do trabalho, foi usado o hipotético dedutivo, para o estabelecimento de hipóteses e análises crítica do conteúdo abordado, a fim de chegar a um posicionamento para melhor solucionar os problemas identificados, por meio da aplicação do processo metodológico no projeto de mercados público.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 CONCEITOS

4.1.1 MERCADOS PÚBLICOS

De certo, o mercado é a forma de expressão da evolução dos seres humanos, que teve início com o processo de descoberta das técnicas de agricultura e pecuária, influenciando na transição cultural do estilo de vida dos povos nômades para o sedentarismo (OLIVEIRA, 2017). Nesse sentido, tem uma importante ligação com a criação das cidades, fazendo parte da sua história, e assumindo um papel de representante da diversidade cultural e de simbiose da região inserida.

Em outras palavras, o mercado municipal é uma “estrutura de venda a retalho de produtos alimentares, com acentuada predominância de produtos frescos, organizada em postos de venda independentes e disposta de uma entidade gestora com competência sobre a localização dos vendedores e lojistas e os convenientes serviços de apoio” (DIAS, LETRAS Y COSTA, 2001, p.10).

O mercado surge como polo de abastecimento de uma cidade e seu arredor, funcionando como região de encontro, com influência política, econômica e territorial, dando lugar aos atores sociais que ali se fazem presentes. O ato da troca acontece com a interação entre os vendedores e compradores, onde esse sistema de comércio não apenas adquiriu o papel de abastecimento, mas evoluiu a espaço de sociabilidade, com ações culturais vindas da história local e inter-relação das partes atuantes (LOPES; VASCONCELLOS, 2010).

Conforme dispõe Danielli; Mackmillian (2018), a partir de uma abordagem de espaço público, o mercado engloba diversos setores sociais e econômicos, figurando como um local onde o consumidor determina quais produtos e serviços o interessam, analisando as estratégias de venda para o desenvolvimento dos negócios, de modo que ambos os envolvidos saiam satisfeitos.

4.1.2 FEIRA LIVRE

Praticados nas ruas e praças públicas as feiras livres desde o Brasil colonial, caracteriza-se como comércio informal. Voltada para venda de gêneros alimentícios e produtos básicos, os chamados fregueses também iam para feira a procura de um laço afetivo, estendendo a relação dessa atividade. Assim aos poucos as feiras conquistaram seu espaço.

Recebendo pessoas de vários locais, a troca e interação social ganhou grande destaque, sendo promovido a um espaço público por excelência, onde aconteciam atividades sociais envolvendo cultura e lazer (NASCIMENTO, 2019).Essas atividades ocorrem até hoje, as feiras ainda se perpetuam diante dos espaços de mercado, onde trazem com sua essência a sociabilidade e herança de um povo.

4.2 PANORAMAS HISTÓRICOS

O mercado desempenhou um papel de grande diligência nas cidades, atuando como polo de socialização e economia. É um espaço mutável, que traz inúmeras características em sua forma, passando de recintos abertos a estruturas cobertas, de acordo com cada fase histórica, mantendo seu estímulo sociocultural e de subsistência.

4.2.1 ORIGEM DO MERCADO NO MUNDO

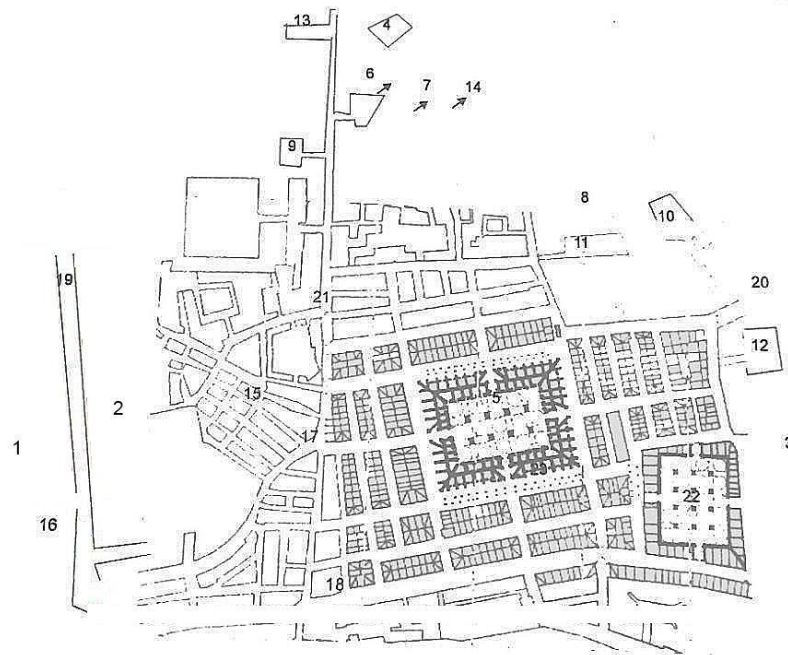
Com origem no oriente médio, o bazaar funciona com base nos ensinamentos de Maomé (612 a.C.), que foi um homem de negócios e ensinou as tribos primitivas a não usar da negociação como meio de promoção individual. Baseados nos princípios divinos,os bazaares são locais de união e harmonia, onde diferentes classes sociais interagem entre si com a mesma importância que dão as relações comerciais (COSME, 2017).

Nesse contexto, foi após a conquista islâmica que os bazares começaram a tomar forma com tendas ao longo das vias (fig. 1), dando início as edificações, projetadas para refugio das intempéries naturais, apresentando uma arquitetura bem simples nas fachadas. Os proprietários construíam para referenciar a igualdade dos povos perante Deus, entretanto a decoração voltada para o interior contrariava esses princípios (OLIVEIRA, JÚNIOR, 2006).

As lojas no bazaar eram estreitas, quase sempre medindo dois metros quadrados e abrem-se para a rua. Atrás delas, ou menos frequentemente, no andar superior, estão escritórios e depósitos. A casa do dono e o estoque principal ficam normalmente em outras áreas da cidade. [...] Na frente a um toldo para proteção do consumidor e do vendedor. [...], a superfície pode funcionar como proteção do sol e a inferior como balcão. Mas esse tipo de loja, hoje, já é bastante raro. Milhares de lojas enfileiradas, nas principais artérias de tráfego, são a típica feição dos bazaares (IBID., PÁG 56 apud. VARGAS 2001, PÁG. 109 e 112).

Com referência no bazaar antigo, foi no fim da idade media que os bazaares começaram a introduzir a arquitetura atual (fig. 2), com pátios internos cobertos, arcos durante sua extensão, formando uma arquitetura grandiosa enfatizada pela exposição de produtos e peças ao longo de seus corredores (Vargas, 2001).

Figura 1- Planata Do Grande Baazar Coberto, KapaliCarsi, Istambul



LEGENDA

Bazares e mercados (área descoberta)= 1 e 2
Mesquitas= 3, 4 e 5
Caravançarais= 6, 7, 8, 9, 10, 11 e 12
Banhos e cisternas= 13 e 14
Restaurantes, chás e cafés= 15, 16 e 17
Ruas= 18, 19, 20 e 21
Outros= 22 e 23

Fonte: (VARGAS, 2001, p.115) – Adaptado pela autora.

Figura 2- Grande Baazar Coberto, KapaliCarsi, Istambul



Fonte: MG3 operadora e turismo, 2018.

Ágora

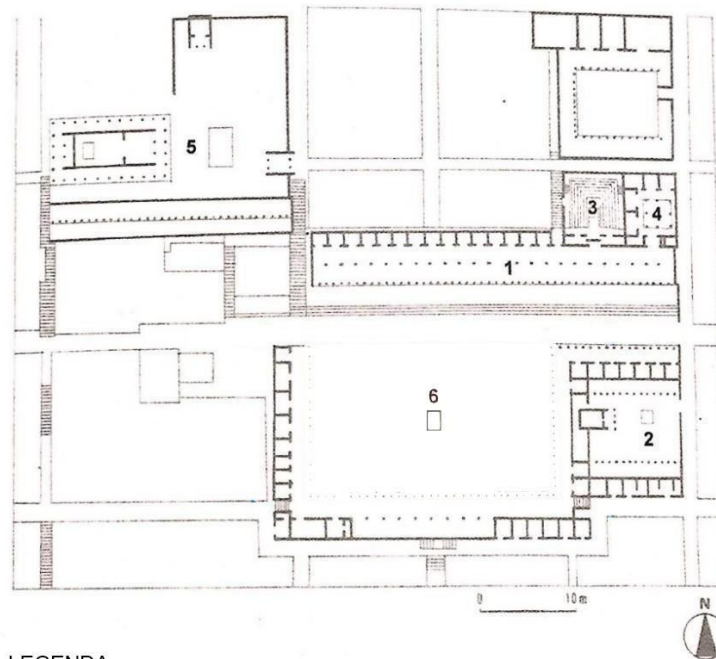
O contexto geográfico em que se inseria a Grécia Antiga proporcionou o seu progresso na navegação e comunicação. Por ser um território montanhoso, inicialmente, o território habitado foi a colina, um refúgio aos ataques dos povos inimigos, correspondendo mais tarde à acrópole, lugar de destaque e de salvaguarda aos templos dos Deuses. Na planície próxima, a uma cota mais baixa, a astu, onde se estabelecem os comércios e onde o povo se relaciona. O mercado estabelece-se na ágora, “a assembleia dos cidadãos”, também denominado praça de mercado, um espaço público que privilegia a vida social do povo, a sua cultura e política (BENEVOLU, 2005 apud GOMES, 2017, p. 8).

A Grécia tornou-se uma das grandes potências do comércio no mundo antigo. Foi nessa fase que surgiu a ágora, tendo se desenvolvido a partir dos mercados formados depois das muralhas de proteção utilizadas nas cidades da Grécia, decorrente do aumento populacional e da necessidade de novas áreas para produção e venda. A Acrópole tornou-se então um local de caráter religioso, passando para a ágora o poder de comércio, interação social e de interesses políticos (Oliveira, Júnior, 2006).

A ágora surge, inicialmente, como um espaço plano com funções comerciais e de encontro público adotando gradualmente a condição de espaço fechado por edifícios. Quanto mais monumentais os edifícios mais esse espaço aberto acabava por isolar-se do entorno urbano. Manteve-se numa forma irregular, dominada por condicionantes geográficos até o século V a.C. A partir daí, começou a obedecer uma ordem no seu desenho, adotando uma forma retangular, como decorrência do próprio traçado viário de suas cidades (IBID. apud VARGAS, 2001, p. 116 e 117).

Referente à arquitetura, a ágora não se limitava a uma forma, variava de acordo com a cidade e sua história. De caráter mutável a ágora no geral se estendia a um plano horizontal, ressaltando sua grandiosidade na utilização de colunatas, com um centro de fácil acesso rodeado por lojas, vias e escadarias (fig. 3). É a partir dela que se teve como influência o fechamento dos espaços abertos, desde as praças no ocidente até os dias de hoje (GUIMARÃES, 2008).

Figura 3- Planta da Ágora de Priene



LEGENDA

- 1- Stoa Sagrada
- 2- Templo de Asclepius
- 3- Ecclesiasterion
- 4- Plytaneion
- 5- Templo de Athena
- 6- Ágora (área descoberta com fonte ao centro)

Fonte: (VARGAS, 2001, p.119) – Adaptado pela autora.

Fóruns

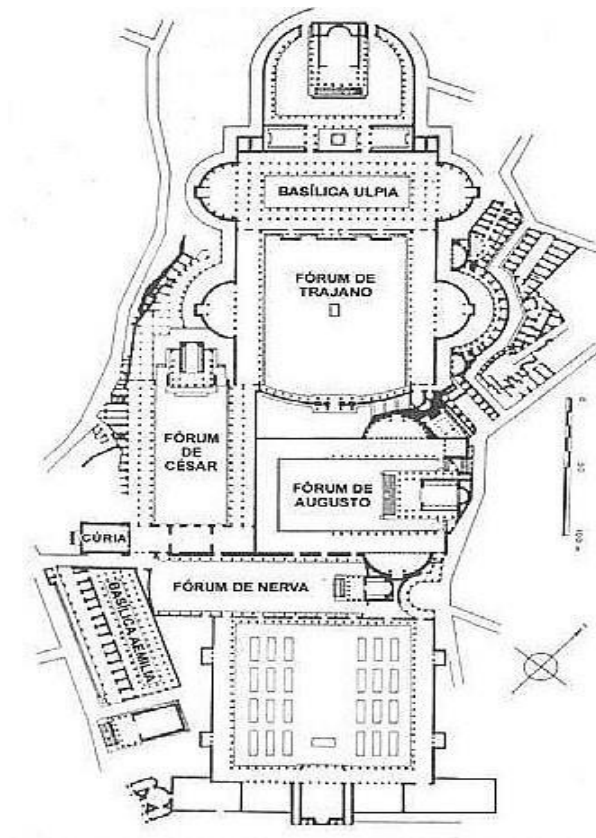
Vargas (2001) relata que o comércio varejista no império romano não teve tanta importância e significado como na Grécia, seu poder de controle era militar e utilizavam das construções para marcar seu território. O comércio começou a se expandir a partir das ligações com outras cidades por meio dos portos, que utilizava dos fóruns como ponto de transações sociais.

O Fórum fundou-se como uma forma de união das tribos estrangeiras que constituíam Roma, qualificando-se como um mercado comum a todas elas. Não apenas uma praça aberta, o Fórum formou-se num recinto, um lugar de reuniões e inicialmente também de competições atléticas. „Sem dúvida, um templo era parte essencial e original do Fórum, pois a Paz de Mercado, tão

necessária à livre troca, era conservada tornando-se sagrada a própria área" (MUNFORD, 1965 apud GOMES, 2017, p.16).

Nesse contexto, os fóruns recebiam diversas atividades de grande significado para a sociedade na época. Sua área se dividia em partes cobertas e descobertas, sustentadas por pórticos e colunatas. Nele havia templos e praças (fig. 4), onde as questões políticas eram discutidas, a basílica que era disposta em uma parte coberta, com traçado retangular e lanternim no teto para entrada de luz, algumas abrangiam lojas. Havia também um local destinado ao comercio, que continha diversas lojas no andar térreo e nos outros andares. Já os mercados funcionavam na parte aberta do Fórum, onde os camponeses e comerciantes usavam barracas e bancas para expor seus produtos de venda (COSME, 2017).

Figura 4- Planta do Fórum de Trajano, Roma



Fonte: (VARGAS, 2001, p.124).

Figura 5- Mercado de Trajano, Roma, Itália (2013)



Fonte: Por Jebulon - Obra do próprio, CC0,
(<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=31382090>)

Praça de mercado

“No renascimento, as forças económicas, através do mercantilismo, extrapolam os muros da cidade medieval, num processo de colonização além-mar difundindo universalmente os conceitos da praça de mercado” (COSME 2017, p.11).

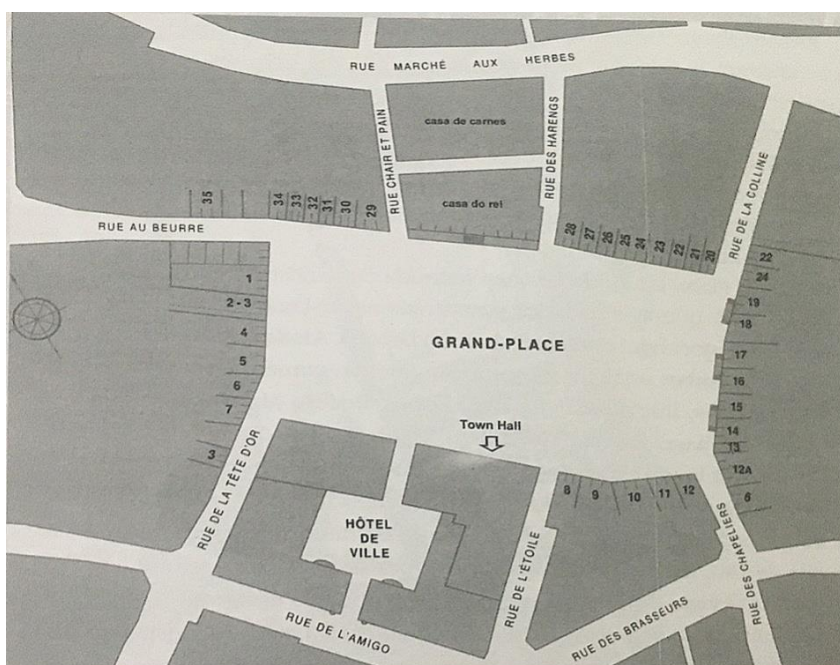
As praças eram de início nos arredores das vias, na periferia e aconteciam em dias estabelecidos, mas foram se tornando permanentes e mais próximos do centro e das moradias. As praças de mercado foram promovidas a local de grande importância nas cidades, uma vez que é um polo de interação social a partir do comércio e marca o dia a dia das pessoas com atividades típicas do local, onde não precisavam de edifícios, somente da participação de pessoas (VARGAS, 2001).

A nova ordem política estabelece uma renovação urbana que viria a refletir-se na imagem desta autoridade. Se, por um lado, em algumas cidades, a velha estrutura foi incorporada submetendo-se a poucas transformações renascentistas, por outro, havia cidades em que as mudanças tinham caráter revolucionário, adotando modelos teóricos para construir uma morfologia e estética novas, a exemplo das praças do Barroco (COSME, 2017, p.11).

Com grande dimensão e formato geométrico as praças barrocas eram uma extensão da cidade. Com a grande variedade de atividades comerciais (fig.6) oferecidas para as classes mais desenvolvidas, as praças ganharam mais visibilidade e melhor infraestrutura, onde os estabelecimentos importantes passaram a funcionar ao seu redor (VARGAS, 2001).

Conforme Vargas (2001, p. 145) “No início do século XVI, a praça de mercado estava arranjada como está até hoje, abrindo a organização pública da cidade e não tendo sofrido nenhuma grande mudança [...]”. Hoje as praças são locais frequentados por todos, mas como área aberta de lazer, não oferecendo mais atividades comerciais já que veio o lugar específico de mercado.

Figura 6- Planta da Grand-Place, Bruxelas, séc. XVII



LEGENDA
Rua do mercado das ervas (Rue Marché aux Herbes)
Rua do pão e carne (Rue Chair et Pain)
Rua dos peixeiros (Rue des Harengs)
Rua da manteiga (Rue au Beurre)

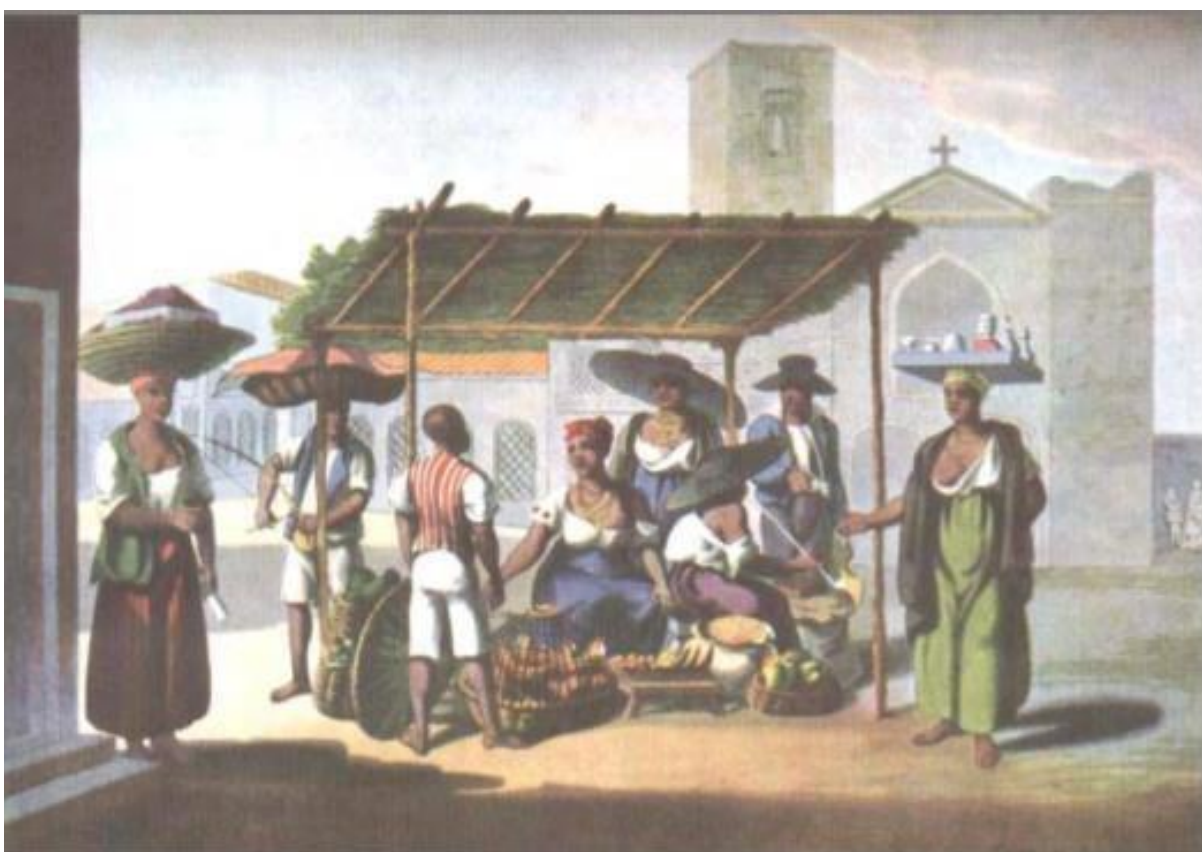
Fonte: (VARGAS, 2001, p.144) – Adaptado pela autora.

4.2.2 MERCADO NO BRASIL

Assim como os sujeitos sociais são influenciados pela sociedade, os mercados também influenciam o seu meio positivamente, uma vez que as cidades e sua organização se desenvolveram ao redor desses espaços de comércio, adquirindo desde então uma condição de simbiose, atuando na vida em sociedade, independente da estrutura adotada.

A primeira ideia de mercado no país foi instituída na era Brasil colônia. A partir de barracas de madeiras (fig.7) distribuídas pelas ruas e praças dos centros urbanos, onde as chamadas escravas livres negociavam seus produtos. Outra configuração utilizada na época foi a venda feita pelos escravos acompanhados e livres que iam às casas oferecer suas mercadorias (ROMANO, 2004).

Figura 7- Gravura de Chamberlain, "Barraca de Mercado".



Fonte: (Gorberg e Fridman, 2003) Apud Romano (2004).

No contexto de crescimento urbano, a comercialização de produtos e serviços foi ganhando destaque. Em meados do século XIX com a influência do comércio de pescados e outras especiarias foram necessárias uma nova configuração na organização desses espaços, assim, surgiu às primeiras construções destinadas a venda de gêneros alimentícios no Brasil (ROMANO, 2004).

Nesse ínterim, com apoio político, avanço da cafeicultura e construção de ferrovias (SILVA, 2017), as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo foram as primeiras a receber o edifício de mercado no país, caracterizando um grande avanço nas atividades de comércio e serviços varejistas.

Sendo uma das pioneiras em implantação dessa estrutura no país, no século XIX, foi solicitada a criação de um espaço de mercado para o Rio de Janeiro, destinado à venda de alimentos, que trouxesse um ambiente mais higiênico para os feirantes e frequentadores. Chamado então de Mercado da Candelária (fig. 8), o espaço ocupava uma área de 5.187 m², com dois pavimentos a planta apresentava uma forma regular com pátio interno, as fachadas continham grandes vãos e arcos, uma estrutura inovadora para a época. Em 1899 o local foi tomado por um incêndio e destruído (ROMANOS, 2004). Ademais, foram construídas outras estruturas pela cidade, como o Mercado da Praça da Harmonia (1856) e o Mercado da Glória (1858), já não mais existentes.

Figura 8- Mercado da Candelária, Rio de Janeiro.



Fonte: (Gorberg e Fridman, 2003.) Apud (Romano, 2004)

Diante a construção referida, posteriormente em outras cidades, esse novo modelo de comércio chegou. Após o uso de pequenas casas e barracas de feira para o comércio, em 1867, São Paulo ganhou seu primeiro mercado público, chamado de Praça de Mercado. Com a demanda de produtos aumentando, sua localização próxima ao Rio Tamanduateí, facilitava no abastecimento de alguns produtos, com utilização de embarcações (PINTAUDI, 2006). Após atuar por quarenta anos, o mercado foi demolido, dando lugar ao mercado de São João.

Posteriormente a revolução industrial do século XIX trouxe a tecnologia derivada do ferro, muito utilizada na construção de mercados europeus, o que beneficiou a introdução desse tipo de equipamento em áreas centrais das cidades brasileiras mais importantes (PINTAUDI, 2006). O primeiro e mais antigo mercado do Brasil a receber essa nova estrutura foi o mercado de São José, construído em Recife no ano de 1875 (ROMANOS, 2004).

A partir do século XX, com a industrialização e o avanço demográfico, houve um grande processo de urbanização das grandes cidades, surgindo novas necessidades de abastecimento (VARGAS, 2001). Paralelamente foram criados outros tipos de edificações comerciais, como os supermercados, hipermercados, shoppings, referenciando ao edifício de mercado. Inseridos em diversos pontos da cidade, esses estabelecimentos, deram uma nova feição as formas de comércio no Brasil (ROMANO, 2004), uma vez que apresentam estruturas mais modernas, com espaços direcionados a diversos tipos de uso, atingindo um público mais variado.

Essa configuração dos novos centros de comércio privados ganhou destaque e apesar de ser um lugar automático, direcionado ao consumo, ocupa cada vez mais espaço nas cidades. O que colabora com a diminuição significativa no uso do mercado. Contudo o impacto dessa obra não impediu a construção de novos mercados e a permanência desses espaços nas cidades brasileiras, são de grande relevância e estão vivos até hoje por ser um local acessível a todos.

5 MERCADO NO LOCAL

É notório que os espaços de mercado independente de sua estrutura, desde os primórdios, são incentivadores do avanço comercial nas cidades. Dispondo de uma grande variedade de produtos alimentícios, artesanais, entre outros, os mercados públicos hoje funcionam em áreas cobertas, com uso de prédios antigos e galpões. Administrados pelo município, geralmente acontecem durante toda semana, e aos sábados recebem a feira livre, atuando como uma importante fonte de renda para a região em que está inserida.

Adentando no contexto acima, para melhor entender o mercado municipal de Malacacheta, sua necessidade e utilidade, é necessário conhecer seu funcionamento, dado às diferentes realidades do atual Mercado Municipal Shozo Inao e o antigo. Essa analogia foi dividida em antes (mercado antigo) e depois (Mercado Municipal) do prefeito José Wilke Moreira Assir, cujo mandato se estendeu de 1963 a 1966.

Fundamentada na entrevista dada por Jesus Arnaldo Raslan (professor aposentado, autor do livro “Malacacheta: História e Geografia do Município”), está instituição além de agregar valor à cidade com suas relações sociais e culturais, mantém a história do local viva. Entretanto “Há muito tempo, a história de Malacacheta vem sendo contada com base nas informações, obscuras e contraditórias, em nada, contribuíram para a fidelidade de um retrocesso às nossas raízes sociais e culturais, muito menos para a afirmação de nossas mais caras tradições” (RASLAN, 1990, p.6).

5.1 FUNCIONAMENTO DO MERCADO ANTIGO

Originada por volta dos anos 60, a feira de Malacacheta, acontecia no chamado "mercado antigo", que funcionava ao ar livre, na Praça Fortunato Mendes, sendo destinada a todos do local e região, onde a única estrutura que continha no local (hoje a E.E. Frei Francisco), era um galpão de suporte aos tropeiros que

vinham para a cidade comercializar seus produtos. Essa área era o ponto de encontro dos produtores rurais e comerciários, que por meio da troca e venda de seus produtos tiravam o sustento da família e abasteciam a população da cidade. Desempenhando varias funções, o mercado antigo também recebia mascates do local e de outras cidades, pessoas essas, que aproveitavam a diversidade da clientela para vender roupas, calçados, utensílios de cozinha, perfumaria, imagens de santos, entre outras peças industrializadas, uma vez que muitas dessas eram novidades para a época, e as de costume eram feitas por alfaiates, costureiras e sapateiros da cidade (Raslan, 2020).

Os feirantes e demais produtores que precisavam se deslocar até a cidade para a feira, por vezes vinham antes devido às condições das estradas. Como condução usavam os cavalos e para transporte de carga, burros.

De acordo com a entrevista, Raslan (2020):

No mercado havia sempre um canto onde acomodavam suas tralhas, prepararem sua comida, estenderem suas mantas e passarem a noite. A maioria chegava na sexta feira, a cavalo, sem terem casa na cidade e lá era seu pouso, centro de convivência e encontros. Para abrigo de seus animais, contavam com pastagens de aluguel. Eram muitos em derredor da praça e em outros locais próximos como no alto Nossa Senhora das Graças, Artur de Zequinha (várzea) e Ari Mazzinghy (loteamento de Mario Lucio).

Malacacheta na época era também uma exportadora. Os produtos mais comercializados no mercado vinham da roça e se estendiam a uma grande variedade de alimentos, como grãos (arroz, feijão, farinha), estes eram os principais produtos comercializados, toucinho de porco de onde era retirada a gordura, adoçante e rapadura de cana, hortifrutigranjeiros, o fumo de rolo, que além de ser utilizado para cigarro de papel e cachimbo era medicinal (JESUS ARNALDO RASLAN, conversa o pessoal, 2020). Assim o comercio de Malacacheta girava em torno do funcionamento do mercado. As famílias que ali se estabeleciam tiravam dinheiro para demais necessidades, que eram supridas pelas lojas e armazéns da cidade, mantendo o desenvolvimento econômico no local.

Nesse sentido, na entrevista dada por Raslan (2020) relata que:

Dado ao contexto da economia do município ser essencialmente agrária torna-se evidente que o mercado ou feira dos produtores foi e continua sendo de grande importância para população. Produzia-se tanto que Malacacheta era uma importante exportadora de grãos. Daí a grande importância do mercado, pois além de ser o centro de abastecimento para os moradores da cidade, era nele que havia os encontros potenciais exportadores para se fechar negócios da colheita. E isto era o que fazia a nossa economia girar.

5.1.2 SOBRE A MUDANÇA DO MERCADO ANTIGO PARA O SHOZOINAO

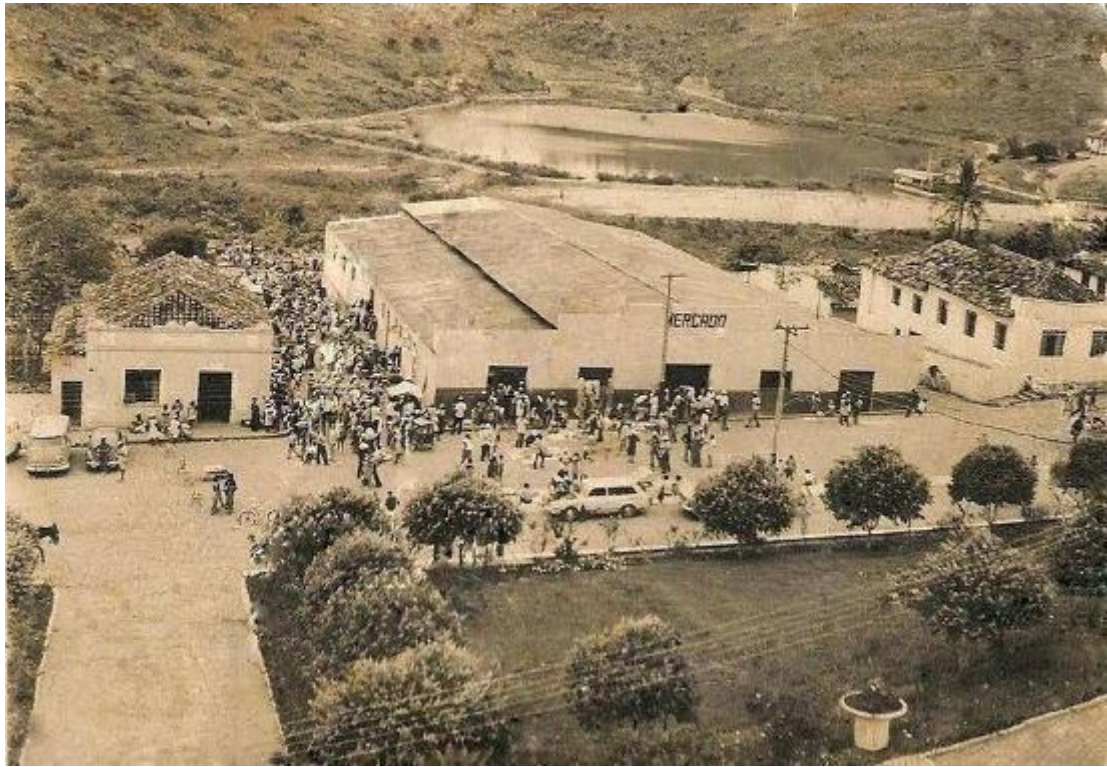
Dada a importância do mercado para a cidade, sua falta de infraestrutura e condições de higiene, o então prefeito Dr. José Wilke Moreira Assir, com mandato entre 1963 a 1966, teve o período marcado pelo início da construção do novo mercado municipal, localizado na Rua Monsenhor Jorge Lopes de Oliveira, Malacacheta-MG (fig. 9).

De acordo com a entrevista dada por Jesus Arnaldo Raslan, 2020:

Como benefício para o município, a construção do novo mercado trouxe: “a) Melhor distribuição do espaço para acomodação das bancas dos feirantes; b) Melhores condições de higiene, sobretudo para as bancas de carne onde a água, canalizada, favorecia a limpeza; c) Instalações sanitárias adequadas para feirantes e usuários do mercado”

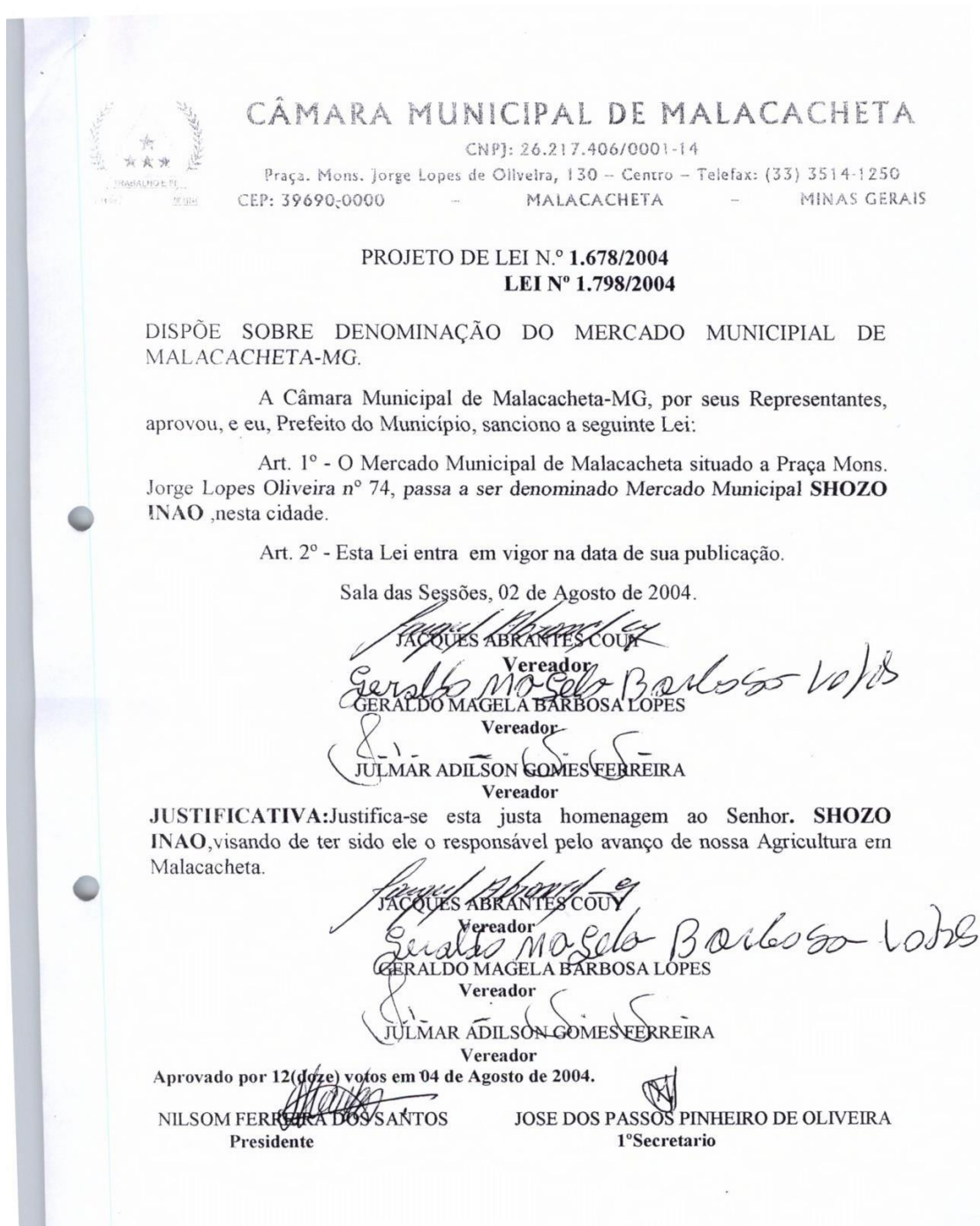
Consequente a implantação do espaço, a Câmara Municipal de Malacacheta aprovou o projeto de lei N° 1.678/2004, em 02 de agosto de 2004, a nomeação do mercado municipal para Shozo Inao. O nome foi dado para homenagear Shozo Inao, um dos responsáveis pelo avanço da agricultura na cidade (fig.10).

Figura 9- Inauguração do Mercado Municipal de Malacacheta.



Fonte: Facebook (Ilva Souza).

Figura 10- Denominação do Mercado Municipal.



5.2 CONTEXTO ATUAL

A presença do mercado público sempre foi um agregador no espaço urbano, e continua sendo, uma vez que por não ser uma cidade industrializada, a economia de Malacacheta ainda é fortemente agrícola. Entretanto o movimento no mercado vem sofrendo uma queda significativa.

Como explica Cosme (2017, p.5)

Devido diversos fatores políticos e sociais, o desenvolvimento da cidade levou a novas formas de comércio e atividades econômicas, gerando outras fontes de abastecimento no local. Das condições do espaço de mercado ligadas a suas funções, „revelando-se como uma mais-valia para a evolução e dinamização dos centros dos aglomerados em que se inserem, sejam eles de cariz urbano ou rural“.

Esse novo estilo de comércio está associado ao consumismo, e ganhou vida após a era industrial, encaminhando a uma imersão do estabelecimento de mercado, enquanto sua estrutura e função. “Com essa mudança cria uma quebra de costumes e modifica os mercados em lugares que foram adaptados por seus usuários, que passaram a olhar o lugar de uma forma mais tradicional, estando ligada a identidade do lugar” (NASCIMENTO, 2019, p.27).

Outro fator que contribuiu para essa situação no mercado foi, de acordo com entrevista dada por (JESUS ARNALDO RASLAN, 2020, conversa o pessoal):

A cria o de algumas leis, sobretudo a de indeniza o por tempo de serviço para o agricultor que, trabalhando numa propriedade, fez com que os fazendeiros perdessem o estímulo de manter alguém em suas propriedades. O resultado foi um  xodo rural e uma desertifica o dos campos. Socialmente, isso gerou um assentamento urbano não planejado cuja consequência são as ditas favelas ou comunidades onde se amontoam famílias carentes sem condi o de trabalho que se acomodam em uma linha de pobreza minimizada por uns poucos recursos da assistência social.

(JESUS ARNALDO RASLAN, 2020, conversa o pessoal):

Mas, pela resistência de alguns pequenos proprietários e até ex-agregados que conseguiram comprar pedaços de terra de seus ex-patrões, ainda há um movimento agropecuário com a presença de feirantes e produtores que

precisam de um centro de comercialização, assim garantindo a manutenção da feira e da importância do mercado.

5.2.1 DO FUNCIONAMENTO DO MERCADO

O mercado continua sendo um dos pontos de referência de Malacacheta e acontece em um galpão na Avenida Pedro Abrantes, próximo a Praça Monsenhor Jorge Lopes de Oliveira, funcionando de segunda a sexta, das 08h00minh as 18h00minh e aos Sábados das 05h00minh as 12h00minh com presença da feira livre, que estabelece ao lado num anexo, como mostra a figura 11. A área hoje é destinada as comunidades de produtores e agricultores familiares do município, sendo incluso os feirantes.

Da utilização do mercado, os comerciários e demais que usam o espaço durante toda semana pagam uma taxa mínima para a prefeitura, e para os que participam da feira livre aos sábados não há taxa. Das atividades realizadas mantem-se o mesmo padrão de sua origem com a venda de produtos agrícolas, quitandas, doces, carnes, cereais, verduras, legumes, frutas, havendo uma grande variação de produtos naturais da terra (fig.12). Também se encontram áreas de laticínio, artesanato, mercearia e restaurantes.

Figura 11- Feira livre no anexo do Mercado Municipal Shozolnão.



Fonte: <https://restaurantguru.com.br/Mercado-Municipal-de-Malacacheta-Malacacheta>

Figura 12- Produtos Comercializados no Mercado Shozo Inão.



Fonte: <https://informativomalacacheta.com.br/news/cidade/o-mercado-municipal-de-malacacheta>.

O mercado Shozo Inao já passou por varias mudanças desde sua construção, e atualmente não se encontra em boas condições. Na parte interna os boxes, bancas e demais áreas usadas para a comercialização dos produtos estão em

situação de precariedade, observado também na estrutura do edifício, em péssimo estado de conservação apresenta também uma má iluminação, feita através de iluminação zenital e algumas lâmpadas, o que não é suficiente para atender a dimensão do espaço. Já no anexo onde acontece a feira aos sábados o espaço não comporta de forma confortável os clientes e feirantes com suas bancas espalhadas de forma desordenada, dificultando o fluxo para pratica das atividades. De fato o mercado não está em condições de oferecer o conforto e higienização exigidos por lei e necessários para os usuários.

Nesse contexto sua última reforma deu inicio em Agosto de 2014, no qual se estende até os dias atuais como mostra a figura 13, onde está sendo construído um novo anexo na parte externa para os feirantes, sem planejamento previsto para o galpão, que apresenta um estado crítico conforme demonstra a figura 14.

A feira livre permaneceu aos sábados em um novo local, no pátio de estacionamento da prefeitura (fig.15), localizado na Rua Sebastião Guedes Otoni (rua no fundo do mercado). Os comerciários e feirantes que se estabelecem no galpão permaneceram funcionando de segunda a sábado.

Figura 13- Reforma no anexo do Mercado Shozo Inao.



Fonte: Acervo da autora (19/09/2020).

Figura 14- Área interna Mercado Shozo Inão.



Fonte: Acervo da autora (19/09/2020).

Figura 15- feira livre novo local.



Fonte: Acervo da autora(19/09/2020).

5.2.2 DO FUNCIONAMENTO DO MERCADO (DURANTE PANDEMIA 2019/2020)

Com a obra e mudança da feira livre para o novo local, o mercado sofreu uma queda considerável nas vendas. Sem previsão de finalização, essa situação se agravou ainda mais devido a atual situação que se passa no mundo, com a chegada do vírus COVID-19.

De acordo com a Organização Mundial da saúde (OMS) e Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), o novo coronavírus, surgiu em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan na China e os primeiros casos de COVID-19 confirmados foi de um grupo de pessoas que estiveram no mercado popular da cidade. A partir dai novos casos foram surgindo e se espalhando por todo mundo.

OMS (2020):

Os coronavírus são uma grande família de vírus comuns em muitas espécies diferentes de animais, incluindo camelos, gado, gatos e morcegos. Raramente, os coronavírus que infectam animais podem infectar pessoas, como exemplo do MERS-CoV e SARS-CoV. Recentemente, em dezembro de 2019, houve a transmissão de um novo coronavírus (SARS-CoV-2), o qual foi identificado em Wuhan na China e causou a COVID-19, sendo em seguida disseminada e transmitida pessoa a pessoa.

A chegada do vírus dado à declaração da OMS mobilizou todo o mundo, e considerando os impactos causados diante a emergência na saúde publica o governo brasileiro veem adotando diversas medidas no combate ao coronavírus, entre eles a paralização total ou parcial de algumas atividades dos setores econômico, cultural, comercial, turismo e público, de acordo com a gravidade da pandemia.

LEI Nº 13.979, DE 6 DE FEVEREIRO DE 2020, dos primeiros decretos do governo:

Art. 2º Para fins do disposto nesta Lei, considera-se:

I - isolamento: separação de pessoas doentes ou contaminadas, ou de bagagens, meios de transporte, mercadorias ou encomendas postais afetadas, de outros, de maneira a evitar a contaminação ou a propagação do coronavírus; e

II - quarentena: restrição de atividades ou separação de pessoas suspeitas de contaminação das pessoas que não estejam doentes, ou de bagagens, contêineres, animais, meios de transporte ou mercadorias suspeitos de contaminação, de maneira a evitar a possível contaminação ou a propagação do coronavírus.

LEI Nº 14.019, DE 2 DE JULHO DE 2020, das alterações:

Altera a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para dispor sobre a obrigatoriedade do uso de máscaras de proteção individual para circulação em espaços públicos e privados acessíveis ao público, em vias públicas e em transportes públicos, sobre a adoção de medidas de assepsia de locais de acesso público, inclusive transportes públicos, e sobre a disponibilização de produtos saneantes aos usuários durante a vigência das medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da pandemia da Covid-19.

De acordo com o Supremo Tribunal Federal (STF) na ADI 6341, os municípios tem autonomia para estabelecer decretos diante da necessidade de cada local, tomando medidas para evitar a propagação do vírus. Em Malacacheta dos decretos feitos pela prefeitura temos:

Decreto Nº 58/2020, das alterações de 22 de julho de 2020:

Art. 1º. Permanece **suspensão**:

I - o funcionamento das atividades com circulação ou potencial aglomeração de pessoas, em especial os eventos públicos e privados de qualquer natureza, em locais abertos ou fechados; [...]

Art.2º. Fica determinado o funcionamento das atividades ou empreendimentos comerciais e empresariais não essenciais que exerçam suas atividades no Município de malacacheta/MG exclusivamente nos horários estabelecidos em seus Alvarás de funcionamento, de segunda-feira a sábado, [...]

Art. 3º. Fica determinado o funcionamento de atividades ou empreendimentos comerciais e empresariais essenciais nos dias e horários estabelecidos no respectivo Alvará de funcionamento, inclusive sábados, domingos e feriados, [...]

Art. 4º. Não será admitido, sob nenhuma hipótese, aos clientes/usuários do serviço público ou estabelecimento privado adentrar/permanecer nos referidos recintos sem estarem utilizando adequadamente a máscara de proteção á COVID-19, sob pena de aplicação das penalidades descritas no art. 12º do Decreto Municipal nº 36/2020, de 27.04.2020.

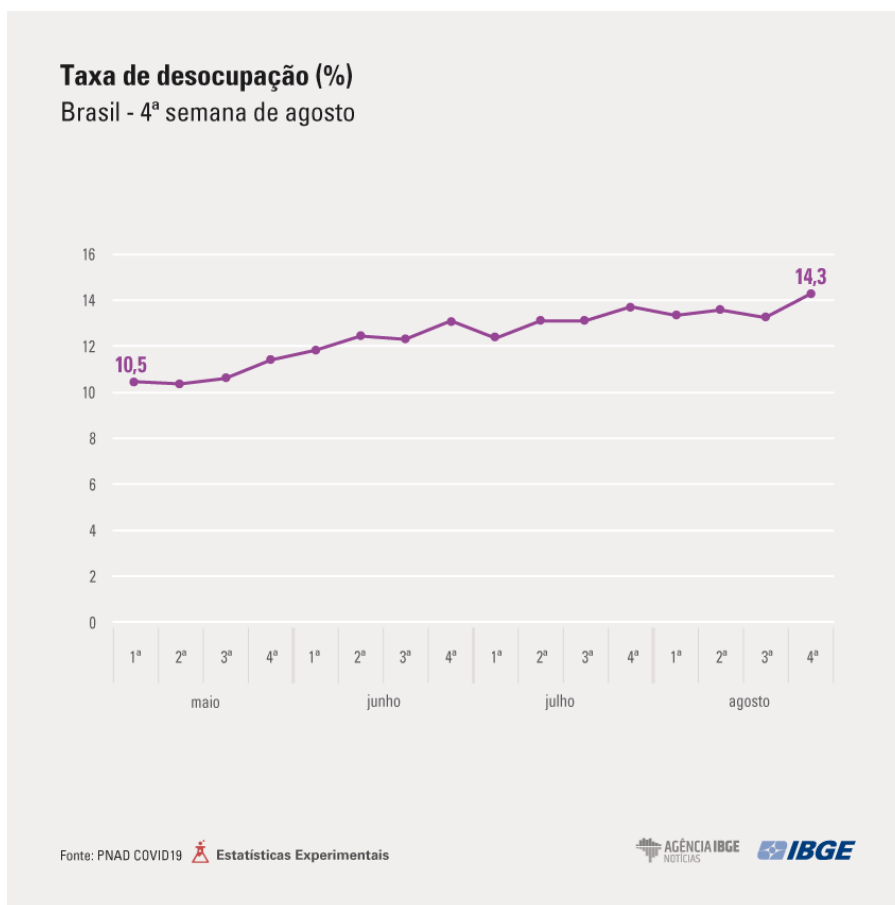
Ainda de acordo com as medidas de prevenção estabelecidas pela prefeitura, também foram feitas barreiras sanitárias nas principais entradas da cidade, interdição das praças, paralização das escolas, atividades culturais, esportivas, entre outros.

Seguindo a linha de decretos e paralizações, conseqüentemente a economia do país vem sofrendo grandes perdas. E sem previsão de melhoria muitas empresas e microempresas fecharam suas portas ou demitiram funcionários para tentar sobreviver a essa crise. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na quarta semana do mês de agosto, a taxa de desocupação atingiu 14,3%(gráfico 1),totalizando 13,7 milhões de desempregados. Situação que aumenta, criando um ciclo de encolhimento na economia do país.

G1 (26/02/2020)

Por conta da crise, a Instituição Fiscal Independente (IFI), órgão ligado ao Senado, estima que o déficit do setor público deverá superar R\$ 700 bilhões neste ano. O órgão aponta ainda que as contas do setor público consolidado, ou seja, do governo federal, estados, municípios e empresas estatais, deverão ter rombos sucessivos até 2030.

Gráfico 1- Taxa de desemprego no Brasil. 1



Fonte: Agência de notícias IBGE (18/09/2020)

As perdas econômicas também atingiram o comércio de Malacacheta. No que refere ao mercado municipal Shozo Inao, seu funcionamento acontece nos dias e horários estabelecidos no alvará Art. 3º N°58/2020. Porém está suscetível a fechamento ou diminuição do horário a qualquer novo risco de agravamento da COVID-19 na cidade.

No mercado, a busca e oferta por produtos no estabelecimento diminuíram consideravelmente, devido vários comerciantes, feirantes e consumidores que frequentam o mercado serem do grupo de risco, sendo recomendado manter isolamento social (informação verbal)¹. Outro quesito a ser abordado são as condições precárias de higiene e a falta de infraestrutura do mercado como

¹Informação fornecida pela autora por meio de entrevista oral dada por feirantes, em junho e setembro de 2020.

demostra na figura 16, que torna o local menos atrativo e inviável para os usuários. Analisando ainda que para adaptar a essa fase de pandemia, os supermercados, açougues entre outras empresas atuais estão funcionando a todo vapor com a opção de atendimento delivery, onde as pessoas se sentem mais seguras em fazer suas feiras e compras por telefone e aplicativos, evitando aglomerações. Situação essa que conseqüentemente diminui a necessidade da busca por produtos no mercado, posto que suas condições não oferecem o mínimo de segurança, enfatizando ainda mais a importância de uma nova estrutura para o mercado Shozo Inao.

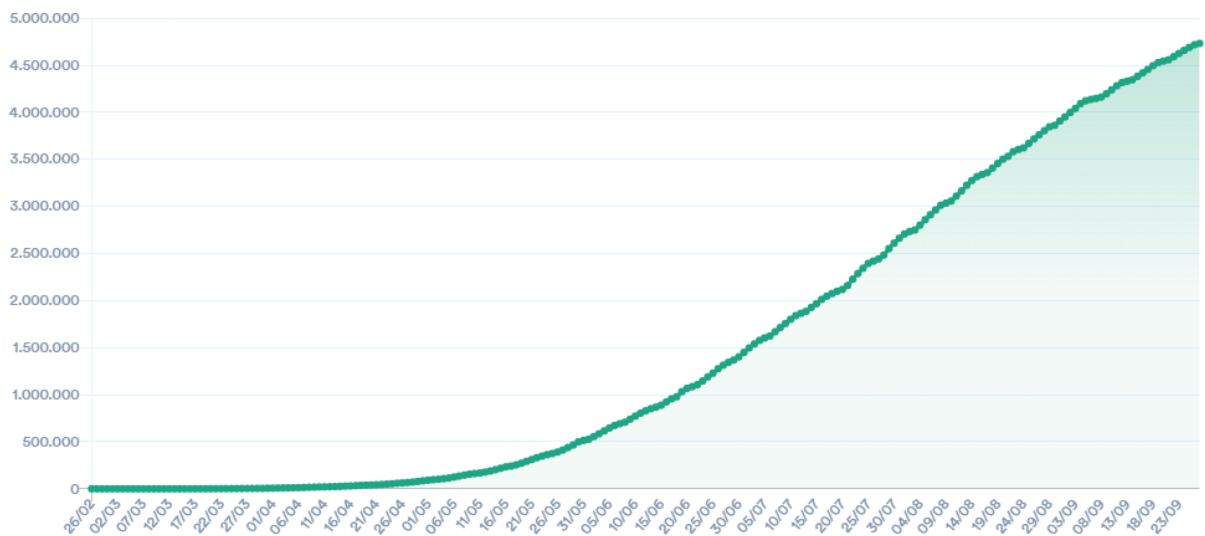
Figura 16- Condições do Mercado Shozolnao durante pandemia.



Fonte: Acervo da Autora (19/09/2020).

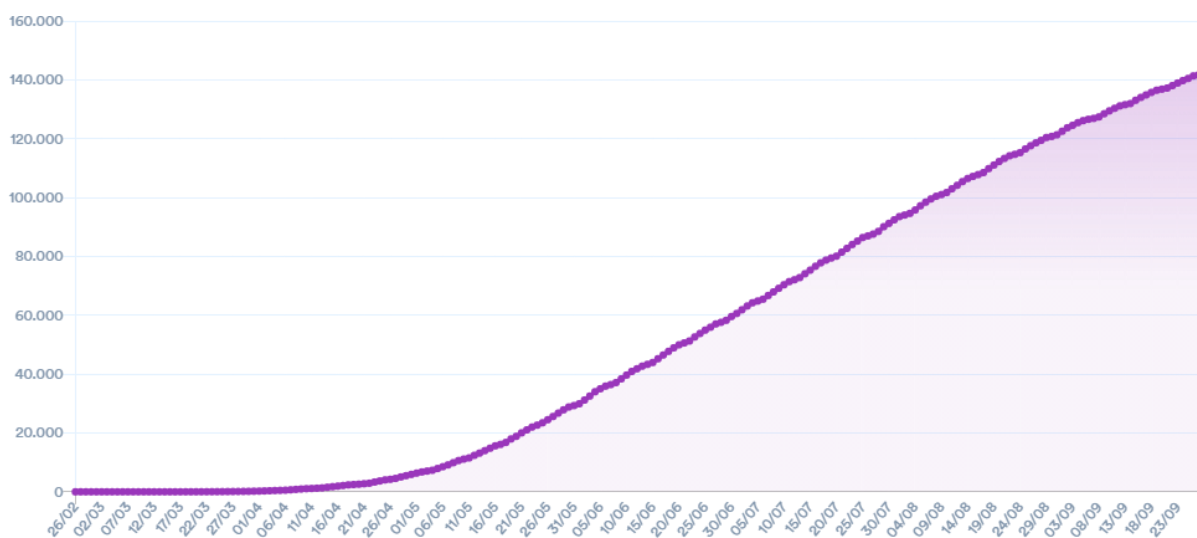
Essa situação não tem previsão de fim, dado que o COVID-19 não tem uma cura definida ainda de acordo com a OPAS. Conforme o Ministério da Saúde 27/09/2020 as 18h00min, já são 4.732.309 de casos (Gráfico 2) e 141.741 óbitos (Gráfico 3) confirmados no Brasil, sendo que os números aumentam a cada dia. Sem previsão de normalização o país vive a mercê do COVID-19.

Gráfico 2- Casos acumulados de COVID-19 por data de notificação.



Fonte: Secretarias Estaduais de Saúde. Brasil, 2020.

Gráfico 3- Óbitos acumulados de COVID-19 por data de notificação.



Fonte: Secretarias Estaduais de Saúde. Brasil, 2020.

Nesse contexto a importância de um espaço de mercado adequado para uso da população, é indiscutível, uma vez que os problemas causados direta ou indiretamente em um estabelecimento de mercado afetaram todo o mundo.

6. MERCADOS MODELO NACIONAL

6.1 MERCADO PAULISTANO (SP)

Com intuito de construir um novo mercado municipal, a prefeitura de São Paulo em 13 de março de 1913, aprovou a Lei 1.649, que por meio de um concurso escolheria o projeto vencedor. Em 4 de dezembro de 1920 com a lei nº 2.346 foi aprovado a construção, sendo escolhido em 1924 o projeto do escritório de Francisco de Paula Ramos de Azevedo. A obra deu início por volta de 1928 e teve conclusão em 25 de janeiro de 1933 (fig.17) no endereço, Rua Cantareira, 306 - Centro Histórico de São Paulo, São Paulo.

Figura 17- Mercado Municipal Paulistano recém-inaugurado, 1933.



Fonte: Casa da Imagem.

Funcionando como um dos centros de abastecimento da cidade, de acordo com Silva (2017), em 2004 o mercado Paulistano passou por uma reforma e

ganhou um mezanino de 2.000 m² para atender restaurantes e praça de alimentação, (fig.18).

O mercado destaca-se pela importância histórica e arquitetônica que representa no meio urbano, além de sua gastronomia e da grande variedade de produtos frescos, exóticos, entre outros existentes no local, sendo muitos oferecidos pra degustação.

Figura 18- Vista do mezanino, Mercado Municipal Paulistano.



Fonte: <https://guia.melhoresdestinos.com.br/mercado-municipal-paulistano-173-4455-1.html>.

6.1.2 ARQUITETURA E REFERÊNCIA PROJETUAL.

Por se tratar de uma grande referência arquitetônica e espaço de sociabilidade, o mercado Paulistano é tombado como patrimônio Histórico. Construído numa área de 12.600 m², com 30 metros de altura, o mercado dispõe de uma arquitetura que reúne vários estilos. Com uma decoração característica do eclético (fig.19), o edifício apresenta vitrais de estilo gótico, grandes vãos com colunas ornamentadas, abóbodas, telhas de vidros e claraboias que proporcionam luminosidade natural ao espaço, e na reforma foi utilizado aço e vidro pra integração com o edifício, com um mezanino, escadas rolantes e elevadores para melhor acessibilidade.

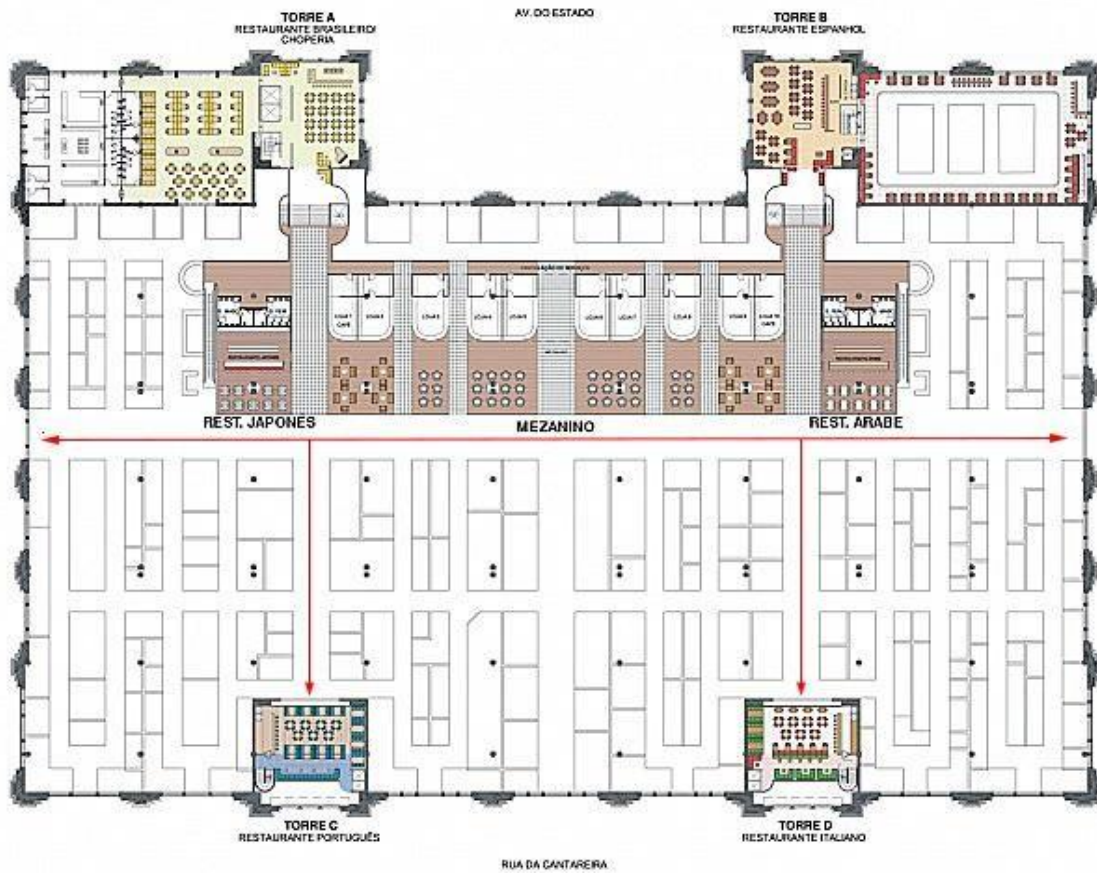
Considerando a análise feita do Mercado Paulistano, para uso desse trabalho temos o fluxo em dois eixos (fig.20), que permite uma visão ampla e limpa do espaço, com mezanino e restaurantes em pontos estratégicos. As bancas com conceito mais aberto permite uma melhor visualização dos produtos, chamando mais atenção de quem passa, induzindo a curiosidade do comprador, (fig.21). O uso do espaço para shows musicais, apresentações teatrais, feiras de artesanato, entre outros eventos, também é um dos pontos a ser usado no projeto para o mercado de Malacacheta, atraindo os mais variados públicos e tornando uma grande referência regional.

Figura 19- Mercado Municipal Paulistano.



Fonte: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento/abastecimento/mercado_paulistano/index.php?p=151237.

Figura 20- Planta 1º pavimento do Mercado Municipal Paulistano.



Fonte: <https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/projetos/03.036/2259>. Adaptado pela autora.

Figura 21- Imagem interna do Mercado Municipal Paulistano.



Fonte: <https://guia.melhoresdestinos.com.br/mercado-municipal-paulistano-173-4455-l.htm>.

6.2 MERCADO DOS PEIXES (CE)

Na década de 60 com a construção da Avenida Beira Mar, a prefeitura disponibilizou alguns boxes para os pescadores que ali residiam, a fim de incentivar o comércio mantendo as atividades dos pescadores da região. No Mercado é vendido, peixe, mariscos, lagosta, camarão e outros frutos do mar, atendendo moradores e comerciantes da cidade.

Com os anos o Mercado dos Peixes passou a ser um ponto tradicional na venda de frutos do mar na cidade. Então em março de 2016 foi inaugurado o novo mercado, com 2.000 m² e 45 boxes, +projetados pelos escritórios Arcosanti Arquitetura, Esdras Santos Arquitetura e Fausto Nilo Arquitetura, com intuito de criar um espaço que integre com o seu redor, impulse o comércio de pescados e incentive o turismo, (fig.22).

Figura 22- Mercado dos Peixes.



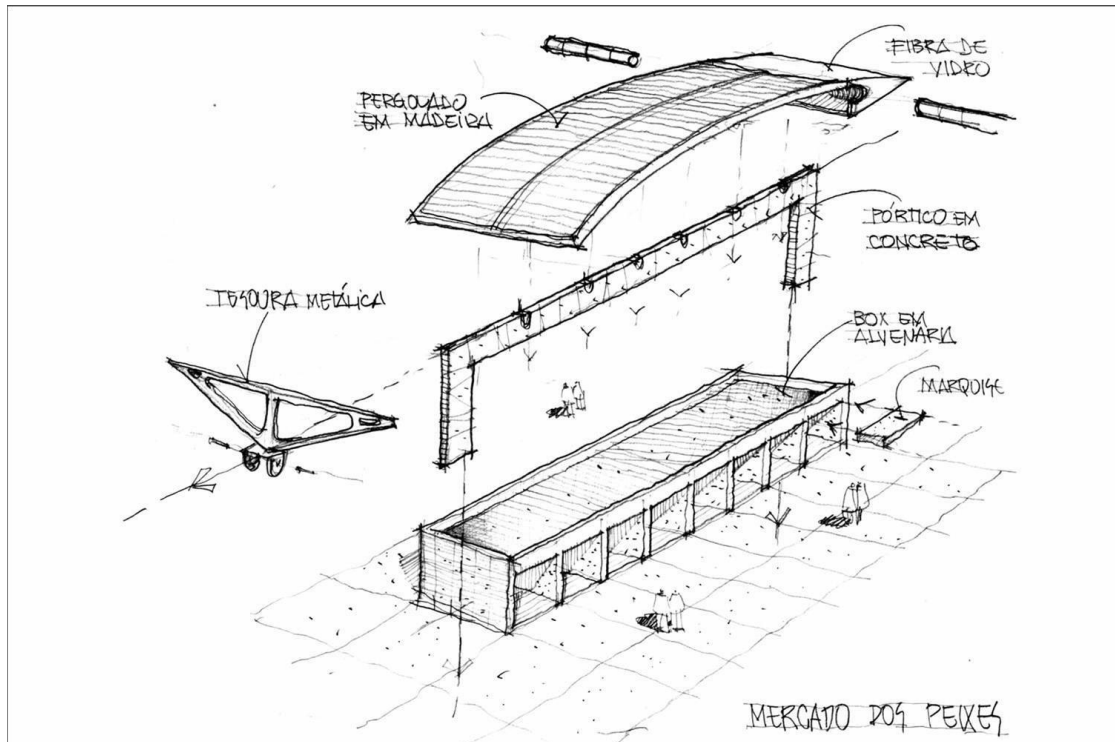
Fonte: https://www.galeriadaarquitectura.com.br/projeto/arcosanti-arquitetura_/mercado-dos-peixes/4357.

6.2.1 A ARQUITETURA E REFERÊNCIA PROJETUAL

A antiga estrutura foi completamente demolida uma vez que se fechava para a vista do mar e não atendia aos requisitos de higiene. Para a nova proposta foi utilizado uma cobertura metálica com brises de alumínio que ajuda na diminuição da insolação e compõe a fachada, os boxes feitos de concreto, foram dispostos de modo que conduzam ao deck de madeira e a praia, (fig.23).

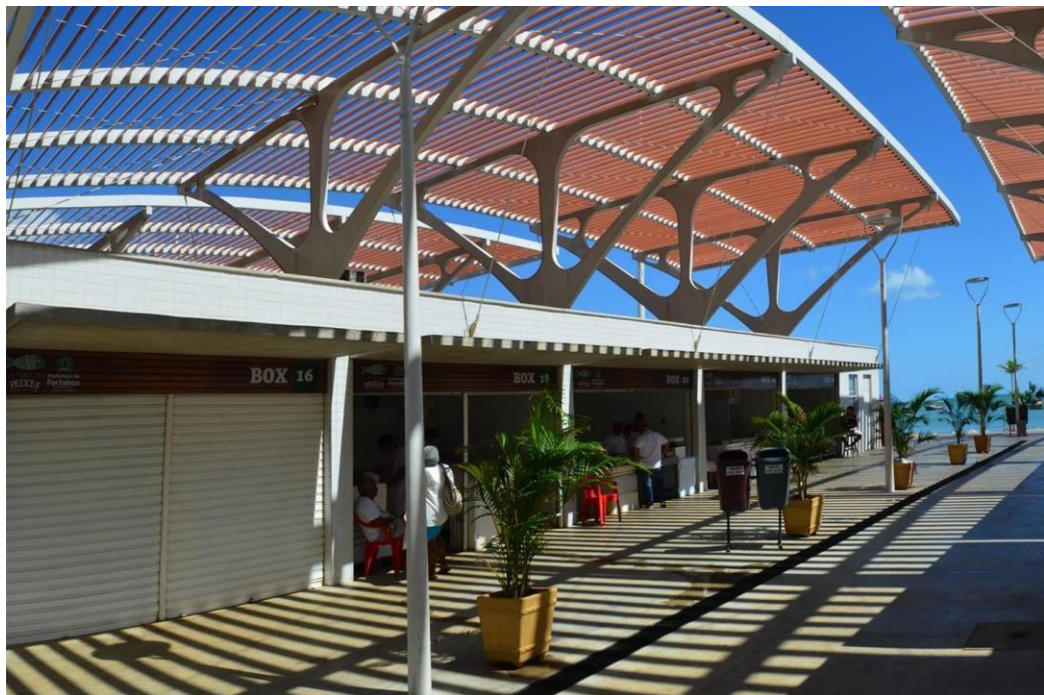
Devido a sua localização ser em uma região quente, assim como o mercado proposto neste trabalho, levo em consideração as soluções de ventilação e iluminação. Dispondo de uma cobertura mais alta e fluxo livre, (fig.24).

Figura 23- Croqui Mercado dos Peixes.



Fonte: https://www.galeriadaarquitectura.com.br/projeto/arcosanti-arquitetura_/mercado-dos-peixes/4357.

Figura 24- Mercado dos Peixes.



Fonte: https://www.galeriadaarquitectura.com.br/projeto/arcosanti-arquitetura_/mercado-dos-peixes/435.

6.3 MERCADO PÚBLICO DE TRIUNFO (PE)

O Mercado Público de Triunfo em Pernambuco, é um centro de abastecimento de grande importância para a cidade. Inaugurado em 1950, passou por duas reformas, sendo a última e atual em 2013. O mercado estava em uma situação precária, sem condições adequadas de higiene e acessibilidade, desorganização dos boxes e arquitetura inexpressiva. Essa situação fez com que o mercado perdesse sua característica socioeconômica e cultural, sendo necessária uma revitalização arquitetônica.

6.3.1 A ARQUITETURA E REFERÊNCIA PROJETUAL

Ao decorrer de sua utilização, o mercado já não tinha mais, um espaço adequado para realização de suas funções. Com a nova proposta, feita pelo escritório Elementar, o projeto teve como premissa inovar com uma arquitetura moderna e funcional, casando com o entorno, que abrange edificações mais antigas. Contendo uma área de 910m², a planta apresenta um fluxo com eixos na horizontal e vertical (fig.25), dando acesso direto a todos os boxes e demais áreas.

Figura 25- Planta baixa do Mercado de Triunfo.



Fonte: Elementar Arquitetura.

A fachada frontal como mostra a figura 26, é composta por pórticos, que passa a sensação de subdividi-la em dimensões menores, para compor o entorno. Também foi utilizado cobogós, para proteção do restaurante, permitindo a entrada de luz e ventilação.

Os jardins na parte interna tem a mesma finalidade, além de deixar o ambiente mais agradável. Agora com organização, conforto e acessibilidade, o mercado é um espaço de sociabilidade e cultura.

Figura 26- Mercado de Triunfo.



Fonte: Elementar Arquitetura (2014).

Das soluções analisadas para possível utilização no projeto do mercado municipal de Malacacheta, temos o cobogó, os jardins internos (fig.28), que proporcionam maior conforto térmico e lumínico para o ambiente o pátio de atração local, que funciona também como área em comum para os restaurantes (fig.27). Soluções essas que possibilitam um menor custo para o projeto.

Figura 27- Restaurante do Mercado de Triunfo.



Fonte: Elementar Arquitetura (2014).

Figura 28- Boxes e jardim interno, Mercado de Triunfo.



Fonte: Elementar Arquitetura (2014)

7. DIAGNÓSTICO LOCAL

O conteúdo aqui desenvolvido com base nas informações geográficas de Malacacheta permite a análise de aspectos do terreno no qual será implantado o novo mercado, suas interferências naturais e físicas, seu entorno e características urbanísticas em termos de planejamento para o anteprojeto.

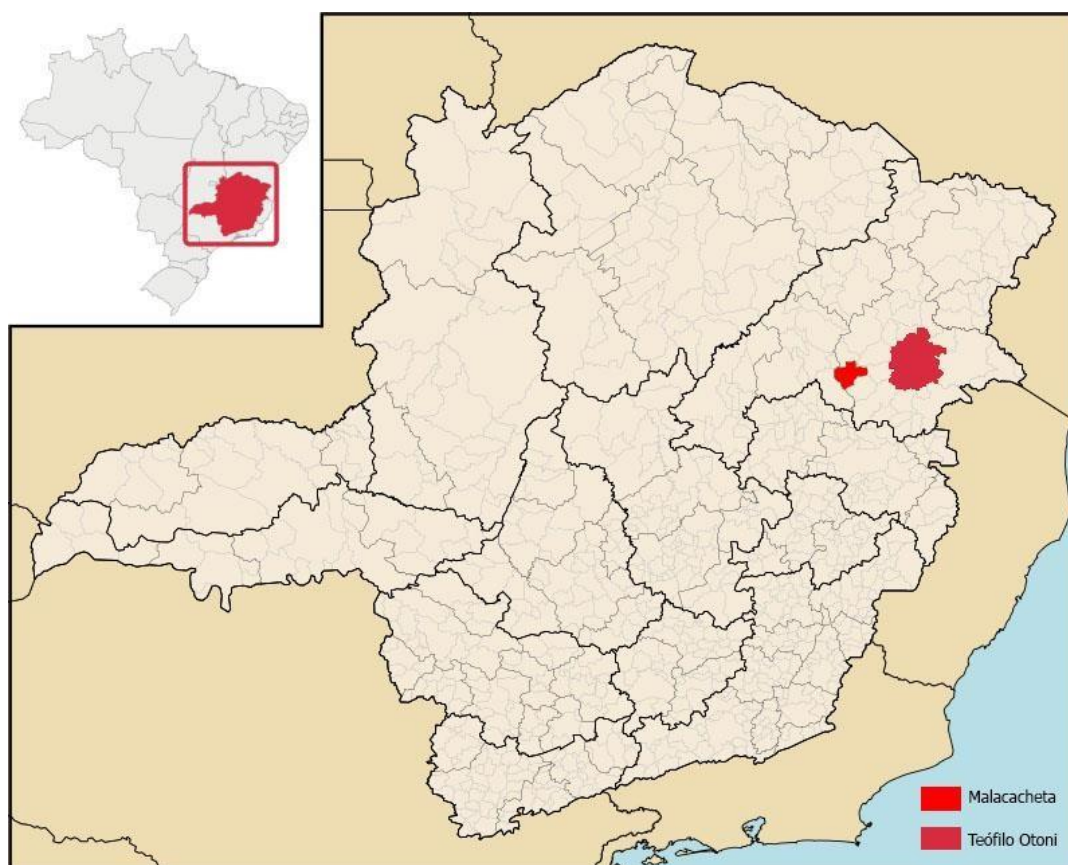
7.1 LOCALIZAÇÃO E GEOGRAFIA DO MUNICÍPIO

Malacacheta é um município brasileiro do estado de Minas Gerais, com população estimada de 18.700 habitantes de acordo com último censo do IBGE, e tem como cidade polo Teófilo Otoni- MG, (fig. 29). Situadas no nordeste mineiro ambos fazem parte do Vale do Mucuri.

Com 721 metros de altitude, as coordenadas geográficas de Malacacheta são: latitude 17° 4" 22" sul, longitude 42° 4" 22" oeste. O município é caracteristicamente montanhoso, porem não apresentam picos de grande altitude e ao longo das regiões apresentam planícies e lagos. Referindo a hidrografia, o município não é banhado por grandes rios, mas apresentam diversos córregos e ribeirões, o que beneficia Malacacheta com grande potencial agrônômico e favorecimento das lavouras.

De modo geral a temperatura em Malacacheta varia entre 14 °C a 31 °C, caracterizando um clima tropical úmido, o que também beneficia o agrosilvopastoril na região. No que refere a analisa dos ventos, que tem relação direta com a topografia e fatores já referenciados, as variações sazonais da velocidade média do vento em Malacacheta são pequenas e sua predominância durante o ano é na direção leste, e nas intermediarias nordeste, sudeste, sudoeste e noroeste, com ventos mais fortes entre agosto e novembro.

Figura 29: Localização Malacacheta-MG



Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MinasGerais_MesoMicroMunicip.svg- Adaptado pela autora (2020).

7. 2 LOCALIZAÇÃO E ASPECTOS DO TERRENO

O local escolhido para receber a nova proposta de mercado, localiza-se no centro da cidade, entre as ruas Sebastião Guedes Otoni e Rua Um próximo ao atual

Mercado Municipal Shozo Inao (fig. 30) que fica na AV. Pedro Arantes, principal da cidade, com fundo para Rua Sebastião Guedes Otoni. A escolha para uso desse novo terreno e não do atual se deu pela dimensão do espaço que é maior, pela localização, que apesar de ser no centro acontece em uma rua secundária, o que ira valorizar o entorno, e conseguinte pelo potencial de fluxo, uma vez que possibilita um projeto mais acessível e confortável, evitando confronto de espaço entre pedestres e veículos por ser menos movimentada, diminuindo a aglomeração da avenida principal.

Figura 30: Implantação terreno



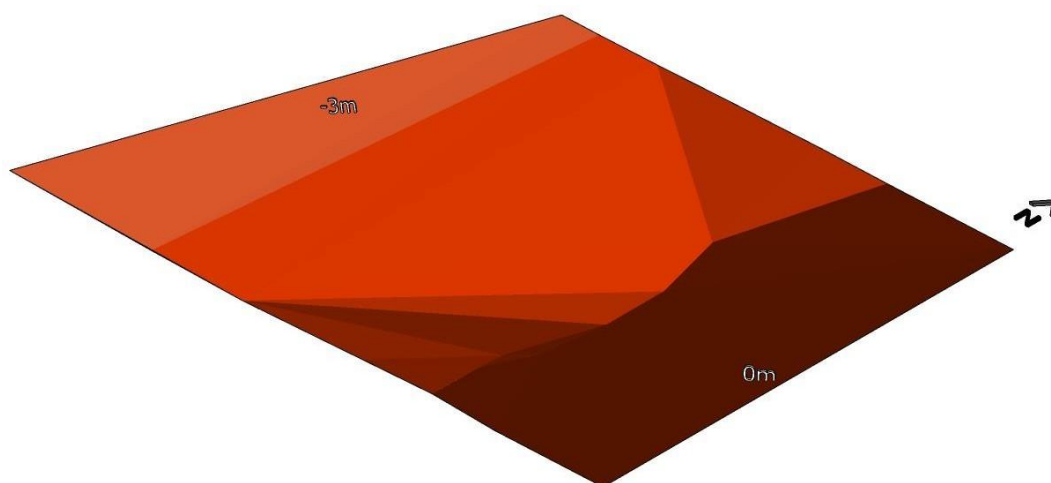
Fonte: Google Earth- Adaptado pela autora.

O terreno é usado como pátio de estacionamento da prefeitura e atualmente aos sábados recebe a feira livre. Contém uma área de 3.646.94 m², e sua forma irregular, apresenta todos os lados com dimensões diferentes, sendo 53.61 m² na fachada frontal, 56.48 m² na fachada posterior, 58.87 m² na lateral direita e 77.26 m² na lateral esquerda. A fachada lateral esquerda (sul) de maior dimensão faz divisa com um terreno não edificado e pelo lado direito (norte) com uma residência, a fachada frontal tem acesso pela Rua Sebastião Guedes Otoni e fachada posterior entre o Córrego dos Índios e a Rua Um. Formato esse que favorece a disposição do novo mercado, uma vez que sua localização casa com a proposta.

7.2.1 ASPECTOS NATURAIS

Referindo ao relevo onde a edificação está implantada, há um declive de 3m (fig. 31), entretanto devido à pavimentação com bloquetes de cimento e extensão considerável do terreno, a sensação que se tem é de um desnível suave como mostra na figura (32). Em relação à proximidade do Córrego dos Índios (fig. 33), seu pouco volume de água e nível abaixo do local, influencia a não causar impacto no local, uma vez que quando chega em períodos chuvosos ocorre alagamentos em alguns pontos nas suas proximidades. A vegetação no local é bem escassa e ao longo do córrego predomina a vegetação rasteira, apresentando nas margens árvores de médio à grande porte.

Figura 31: Topografia do terreno



Fonte: Acervo da autora (01/11/20)

Figura 32: Desnível terreno 0m e -3m



Fonte: Acervo da autora (19/10/20)

Figura 33: Córrego dos Índios

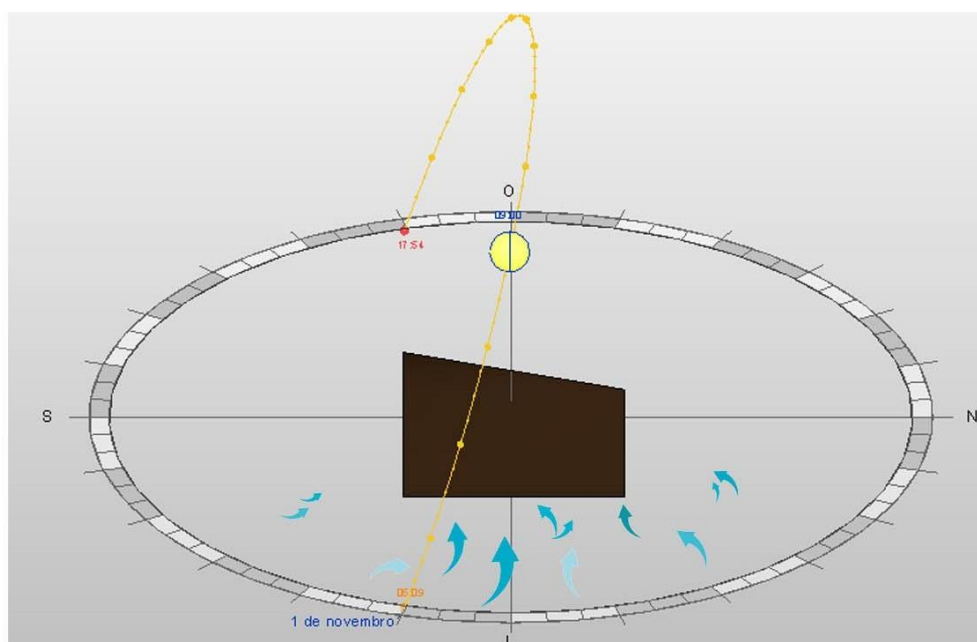


Fonte: Acervo da autora (18/10/20)

7.2.2. VENTOS E ORIENTAÇÃO SOLAR

Em relação a orientação solar o terreno recebe o sol da manhã na fachada frontal e sol da tarde na posterior (figura 34). No mesmo sentido (leste) apresenta a direção predominante do vento. Ressaltando que a temperatura da cidade é na maioria dos seus dias quente.

Figura 34: Orientação da ventilação e insolação no terreno



Fonte: Acervo da autora (1/11/20)

Observa-se o nascer e o por do sol para desenvolver uma proposta compatível em termos de conforto térmico da edificação proposta, visando um planejamento urbano de espaços que terão melhoria e qualidade de vida para população e desenvolvimento da cidade.

7.3 ANÁLISE DE ASPECTOS DE ENTORNO

A análise do entorno além de evitar erros no projeto e problemas futuros, respeitando os moradores já existentes, também permite a utilização do próprio entorno como inspiração para o partido arquitetônico. Nesse contexto os aspectos que formam a vizinhança podem contribuir para o projeto e para qualidade do próprio.

7.3.1 CARACTERÍSTICAS DAS IMEDIAÇÕES VIZINHAS

O terreno está situado no Centro de Malacacheta em um bairro comercial composto por edificações de baixo gabarito com até três pavimentos. Ao longo da via arterial (Avenida Pedro Abrantes) estão localizados a maioria dos estabelecimentos comerciais da cidade, como os principais supermercados, farmácias, lojas, padarias e lanchonetes. Esses aspectos fazem com que o fluxo tanto de pessoas, quanto de veículos seja bem acentuado. Uma vez que, além disso, na porção posterior à implantação está localizada a Rodoviária da cidade. Ademais, o terreno fica próximo à Praça Monsenhor Jorge Lopes de Oliveira, que é mais conhecida na cidade como “Praça da Matriz” por estar posicionada em frente à Igreja Santa Rita de Cássia que é a igreja Matriz da cidade.

8. PROPOSTA DO PROJETO

Malacacheta é uma cidade agrícola, e o mercado tem um grande potencial econômico e sociocultural, o que agrega no desenvolvimento da cidade. A proposta para o novo Mercado Municipal de Malacacheta tem como partido a aliança entre tradição e a modernidade, com o conceito que visa devolver a comunidade um espaço completo para lazer, comércio, cultura e integração de uma arquitetura mais moderna.

A proposta apresenta um espaço a fim de integrar as atividades e funções oferecidas pelo mercado, de modo a garantir um local adequado e funcional, que proporcione qualidade nos espaços de trabalho e serviços que serão prestados. Nesse contexto sua ocupação no centro da cidade, possibilita um fluxo mais acessível e confortável, que através do projeto arquitetônico, transmite a importância do espaço como um meio de sociabilidade e de realização de serviços públicos.

Com base no histórico analisado ao longo do trabalho, e no desenvolvimento arquitetônico o edifício apresenta um formato retangular aproveitando ao máximo o terreno sem perder suas características. Com área total de 2.842,03m² construídos, o edifício foi dividido em três pavimentos pensando na integração funcional e visual de todos os espaços, com o objetivo de dinamizar o conjunto oferecendo conforto e acessibilidade. Para isso foram utilizados alguns recursos projetuais como jardins externos e internos que ajudam no conforto térmico e acústico do ambiente,

fachada utilizando cortina de vidro e alvenaria em pontos estratégicos, o que permite entrada de luz natural para o ambiente interno, diminuindo os gastos com energia elétrica, utilização de brises móveis na sua composição para barrar o sol da tarde e permitir ventilação cruzada dentro do mercado. Como estratégia para conforto térmico e lumínico, a cobertura utilizada foi a tipo shed, com telha metálica, brises e placas fotovoltaicas voltadas para o leste onde é a maior incidência solar e ventilação. A estrutura escolhida para o mercado foi metálica, tendo em algumas áreas o uso misto com pilares de concreto embutidos. Essa permite vãos maiores, e possibilita melhor utilização dos espaços, praticidade e economia. A utilização de materiais, como bloco de concreto, madeira reflorestada, vidro, estrutura metálica aparente, e ambientações que proporcionam dinamismo aos espaços, permitem o contato com a arquitetura e reforçam a imagem do mercado, dando maior sensação de pertencimento e apropriação do espaço para os usuários.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa sobre a importância do mercado ao redor do mundo foi baseada nas informações extraídas da pesquisa bibliográfica do panorama histórico do mercado no mundo, no Brasil e na cidade de Malacacheta além de entrevistas, pesquisa de campo e pesquisas de projetos bem sucedidos e influentes que podem transformar um espaço sem desvalorizar sua história e sua cultura.

Com o passar dos anos e com a falta de manutenção, a edificação foi perdendo suas características históricas e culturais dentro da cidade. Novos usos vêm sendo requeridos, novos espaços e novas funcionalidades. As informações adquiridas evidenciam a necessidade que se tem de criar um novo espaço, sem atropelar a história e a cultura de quem convive diariamente com o espaço do Mercado, tanto para quem trabalha como quem busca os produtos oferecidos. A criação da nova proposta arquitetônica para o mercado municipal buscou privilegiar principalmente a sociabilidade e a valorização do comércio e economia local priorizando a acessibilidade, para que o edifício possa ser usado por todos uma vez que o poder público parece não enxergar a sua importância para gerar renda no município.

Ao falarmos sobre a importância de mercados públicos podemos ressaltar os grandes benefícios culturais, econômicos e até mesmo no que diz respeito à saúde,

pois este espaço público pode influenciar nas relações sociais, na troca de informações, das possibilidades de investimentos para os pequenos produtores, na promoção e criação de consumo de produtos saudáveis, frescos e da terra, o que pode favorecer uma melhor alimentação e conseqüentemente melhorar a saúde de seus frequentadores.

10. REFERÊNCIAS

COSME, Amélia Catarina Tavares. **Mercados municipais:** estruturas decadentes ou polos de animação. 2017. Dissertações (Mestrado em Engenharia Civil Especialização em Construção Urbana). ISEC - Instituto Superior de Engenharia de Coimbra, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.26/18519>. Acesso em: 28 de maio de 2020.

DANIELLI, Leonardo; MACKMILLAN, Vanderli Machado. **Mercado público: TIPOLOGIAS E SOCIABILIDADES DO AMBIENTE URBANO.** Trabalho inscrito no I Simpósio Nacional de Geografia e Gestão Territorial e XXXIV Semana de Geografia da Universidade Estadual de Londrina. 2018. Disponível em: <http://www.anais.uel.br/portal/index.php/sinagget/article/download/478/417>. Acesso em: 16 de abril de 2020.

DIAS, Emília Tomás; LETRAS, Pedro; COSTA, Elisa **“Mercados Municipais”.** **Cadernos DGCC nº 13.** Direção-geral do Comércio e da Concorrência (DGCC). Lisboa, 2001. Disponível em: <http://www.dgae.gov.pt/gestao-de-ficheiros-externos-dgae-anos-2007-e-2008-janeiro-a-maio/caderno-n-13-pdf.aspx>. Acesso em: 7 de agosto de 2020.

GOMES, Pedro Miguel Fernandes. **A revitalização dos mercados municipais e do espaço público na cidade contemporânea:** três casos de estudo no contexto português. Reabilitação do mercado municipal de Alenquer. 2017. Dissertação (Mestre em Arquitetura). ISCTE-IUL - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2017. Disponível em <http://hdl.handle.net/10071/15712>. Acesso em: 13 de agosto de 2020.

LOPES, Ricardo Ferreira; VASCONCELLOS, Lélia Mendes de. **Considerações sobre os Mercados Públicos:** relação de sociabilidade e vitalidade urbana nas cidades. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE COMÉRCIO E CIDADE, Nº 3, 2010, Rio de Janeiro, 2010. [s.n.]. 1-16. Disponível em: http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/032-ricardo-lopes.pdf. Acesso em: 16 de abril de 2020.

MALACACHETA (MG). **Decreto N° 58/2020, das alterações de 22 de julho de 2020.** Fixa Horário de funcionamento das atividades ou empreendimentos comerciais e empresariais no município de Malacacheta-MG para enfrentamento da pandemia da COVID-19 (novo coronavírus), nos termos que especifica. 2020. Disponível em: <https://digitaliza-institucional.s3.us-east-2.amazonaws.com/municipio-de-malacacheta/legislacao/Decreto-22-07-2020%20-%20tI4EO.pdf>. Acesso em: 2 de agosto de 2020.

NASCIMENTO, Juliana Camila Machado do. **Nova proposta para o mercado municipal de Bacabal-MA.** Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo). Centro Universitário UNINOVAFAPI, TERESINA, 2019. Disponível em: https://www.uninovafapi.edu.br/arquivos_academicos/repositorio_Biblioteca/arquitetura/20191/NOVA%20PROPOSTA%20PARA%20O%20MERCADO%20MUNICIPAL%20DE%20BACABAL-MA.pdf. Acesso em: 4 de março de 2020.

RASLAN. J.A. **Malacacheta História e Geografia do Município.** 1990.

OLIVERA, Juliana Delgado. **Novos usos do patrimônio cultural edificado:** análise da requalificação para uso cultural do Mercado Público Municipal de Jaguarão/RS. 45p. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Produção e Política Cultural) - Universidade Federal do Pampa, Campus Jaguarão, Jaguarão, 2017. Disponível em: <http://dspace.unipampa.edu.br:8080/jspui/handle/rii/2385>. Acesso em: 28 de maio de 2020.

OLIVEIRA JÚNIOR, José Vanildo de. **Fluxograma do processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos.** 2006. 147 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/5557/1/arquivototal.pdf>. Acesso em: 28 de maio de 2020.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana.** *Cidades.* v. 3, n. 5, 2006. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/505>. Acesso em: 16 de abril de 2020.

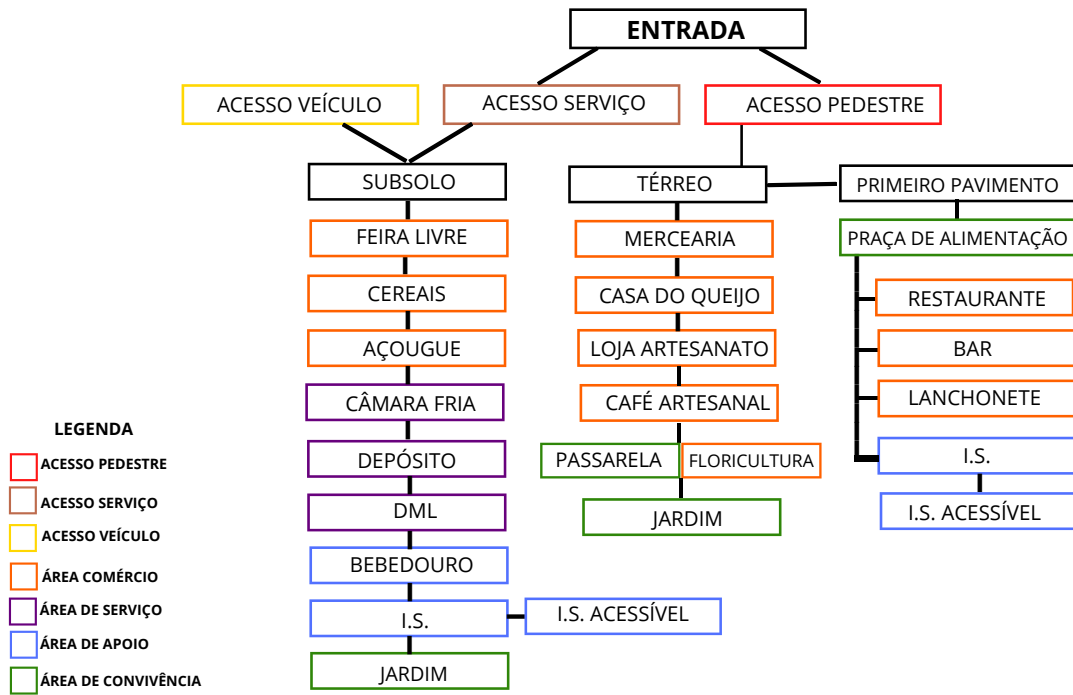
ROMANO, Leonora. **Edifícios de Mercados Gaúchos:** uma Arquitetura dos Sentidos. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2004. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6575/000443618.pdf?sequ>. Acesso em: 16 de setembro de 2020.

SILVA, Diego Vernilleda. **Mercados Públicos de São Paulo:** arquitetura, inserção urbana e contemporaneidade. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências, Programa de Arquitetura e Urbanismo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-22062017-144146/publico/DiegoVernilledaSilva_corrigida.pdf. Acesso em: 9 de setembro de 2020.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário:** o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001, 335p.

MEMORIAL JUSTIFICATIVO

O anteprojeto desenvolvido no trabalho tem como objetivo apresentar uma nova proposta para o Mercado Municipal de Malacacheta, criando um espaço amplo que integre todas as atividades e funções que um mercado deve oferecer, a fim de garantir um espaço adequado e funcional, o que proporcionará qualidade nos espaços de trabalho e nos serviços que ali serão prestados. Sua ocupação no centro da cidade de Malacacheta deve transmitir através do projeto arquitetônico, a importância do espaço como um meio de sociabilidade e realização de serviço público, aberto e transparente para todos que utilizam do espaço. Nesse contexto, o edifício apresenta um formato retangular aproveitando ao máximo o terreno sem perder suas características, de modo que a locação dos pavimentos se integre, sendo disposto em varias áreas jardins, investindo no paisagismo como meio de sustentabilidade e acolhimento visual. Com área total de 2.842,03m² construídos, o edifício foi dividido em três pavimentos pensando na integração funcional e visual de todos os espaços, com o objetivo de dinamizar o conjunto oferecendo conforto e acessibilidade. Para isso foram utilizados alguns recursos projetuais. Com acesso principal voltado para o Rua Sebastião Guedes Otoni, o edifício conta com uma fachada convidativa que instiga a curiosidade de quem passa, uma vez que os materiais utilizados permitem a visualização interna de algumas áreas do mercado. Ademais, por ter sua orientação virada para o leste, a fachada foi projetada para aproveitar a iluminação natural, utilizando cortina de vidro e alvenaria em pontos estratégicos, o que permite entrada de luz para o ambiente interno, diminuindo os gastos com energia elétrica. Adentrando o mercado, o térreo é o ponto de ligação entre os pavimentos, composto por áreas de vivência e comerciais que funcionam durante toda semana. Seu ponto de destaque é a passarela/floricultura que tem a intenção de incentivar a comercialização de plantas floríferas e ornamentais na cidade. Outrossim, o térreo tem ligação direto com o subsolo através de um acesso externo para serviço, e dois internos para pedestre, sendo uma rampa lateral que permite a visualização do mercado ao longo do seu trajeto e uma escada central com arquibancada, para área de vivência e aproveitamento do terreno. Já o subsolo está no nível da Rua Um entre o Córrego dos Índios, ligados por uma ponte que permite acesso de pedestre e de carga e descarga rápida de mercadorias, isso porque nesse pavimento acontecerá a feira livre, vendas de cereais e açougue.



ÁREA COMERCIAL	SUBSOLO	AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA TOTAL
		FEIRA LIVRE	01	767.24 m ²
		CEREAIS	09	90.12 m ²
	AÇOUGUE	10	145.4 m ²	
	TÉRREO	MERCEARIA	03	81.72 m ²
		CASA DO QUEIJO	01	33.95 m ²
		LOJAS ARTESANATO	01	23.52 m ²
		CAFÉ ARTESANAL	01	19.72 m ²
	1º PAVIMENTO	RESTAURANTE	06	137.23 m ²
		BAR	02	17.64 m ²
LANCHONETE		02	17.64 m ²	

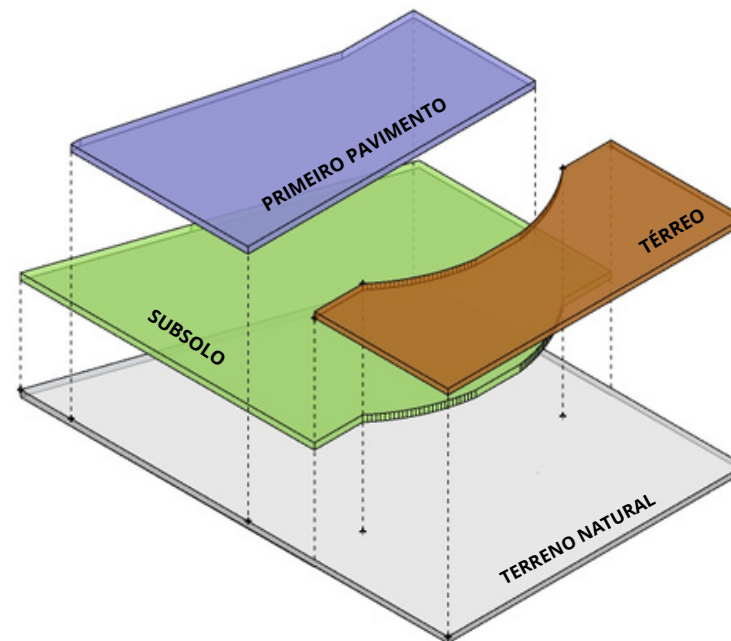
ÁREA DE COMERCIO/ CONVIVÊNCIA	TÉRREO	AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA TOTAL
		FOLRICULTURA/ PASSARELA	1	46.22 m ²

ÁREA DE CONVIVÊNCIA	SUBSOLO	AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA TOTAL
		JARDIM	2	110.76 m ²
	TÉRREO	JARDIM	5	127.55 m ²
	1º PAVIMENTO	PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO	1	854.01 m ²

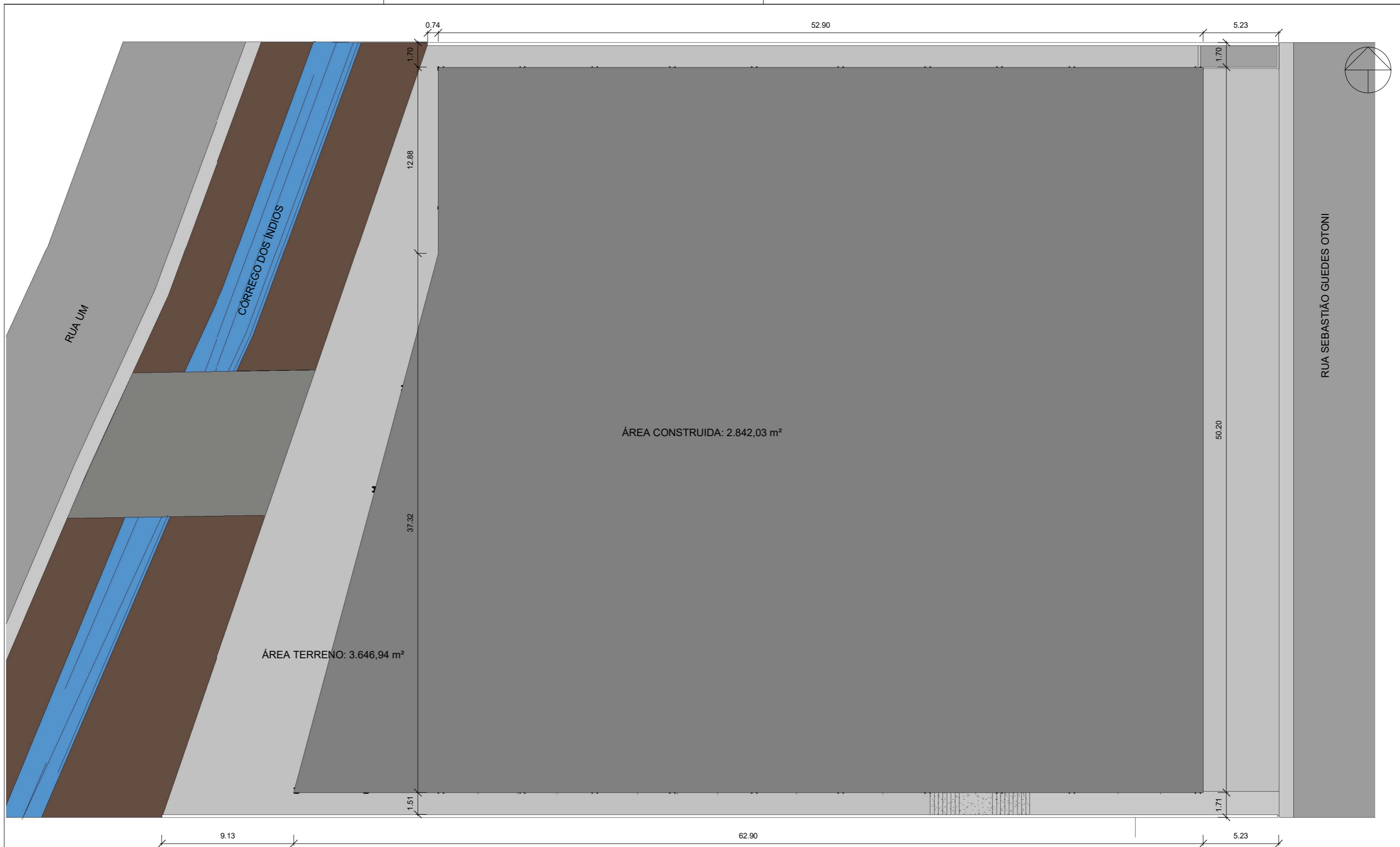
ÁREA DE SERVIÇO	SUBSOLO	AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA TOTAL
		CÂMARA FRIA	1	21.38 m ²
		DEPÓSITO	1	12.24 m ²
	DML	1	3.71 m ²	
	1º PAVIMENTO	DML	1	6.89 m ²

ÁREA DE APOIO	SUBSOLO	AMBIENTE	QUANTIDADE	ÁREA TOTAL
		BEBEDOURO	1	4.09 m ²
		I.S.	2	41.16 m ²
	I.S. PNE	2	6.00 m ²	
	1º PAVIMENTO	I.S.	2	42.03 m ²
I.S. PNE		2	6.01 m ²	

	SUBSOLO	TÉRREO	1º PAVIMENTO
ACESSO PEDESTRE	2	2	2
ACESSO SERVIÇO	1	1	-
ACESSO VEÍCULO	1	-	-



Se tratando do 1º pavimento que tem acesso através do térreo por duas rampas, o espaço foi destinado à praça de alimentação, com objetivo de acolher visitantes e aqueles que buscam um local de lazer na cidade, o qual é um mezanino com vista para dentro e fora do mercado, sendo utilizado brises móveis na sua composição para barrar o sol da tarde e permitir ventilação cruzada dentro do mercado. Como estratégia para conforto térmico e lumínico, a cobertura utilizada foi a tipo shed, com telha metálica e brises voltados a o leste onde é a maior incidência solar e ventilação. A estrutura escolhida para o mercado foi metálica, tendo em algumas áreas como na laje do subsolo/ 1º pavimento o uso misto com pilares de concreto embutidos. Essa permite vãos maiores, e possibilita melhor utilização dos espaços, praticidade e economia. A utilização de materiais, como bloco de concreto, madeira reflorestada, vidro, estrutura metálica aparente, entre outros, e ambientações que proporcionam dinamismo aos espaços, permitem o contato com a arquitetura e reforçam a imagem do mercado, dando maior sensação de pertencimento e apropriação do espaço para os usuários.



1

Implantação

1 : 250

INSTITUIÇÃO: FACULDADE ALFA UNIPAC -TEÓFILO OTONI - MG	NOME: KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO: ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA: 2/9
TEMA: ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA: NAIENE CARDOSO COSTA	DATA: 13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC: INDICADA

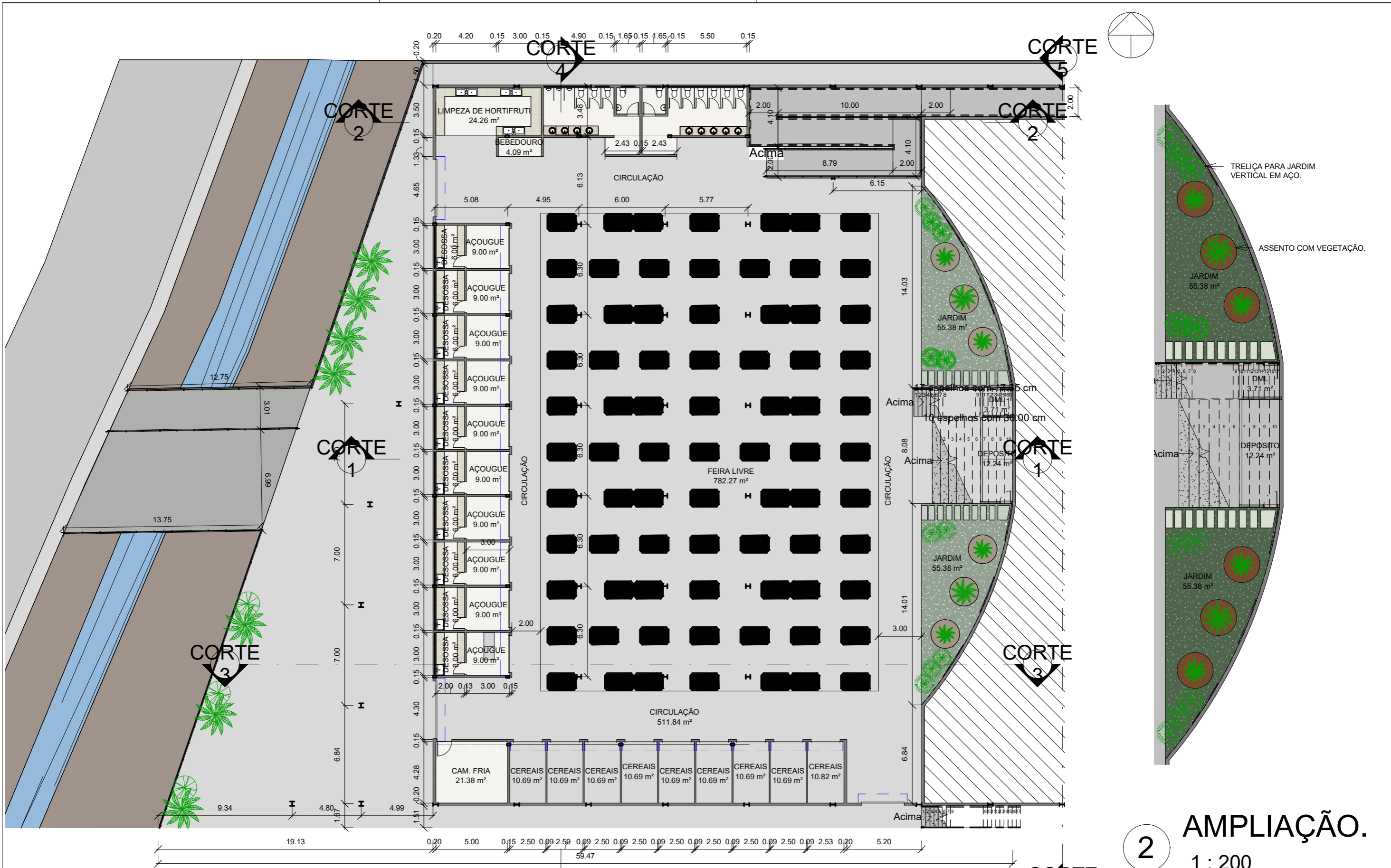


1

COBERTURA

1 : 250

INSTITUIÇÃO: FACULDADE ALFA UNIPAC -TEÓFILO OTONI - MG	NOME: KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO: ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA: 3/9
TEMA: ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA: NAIENE CARDOSO COSTA	DATA: 13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC: INDICADA



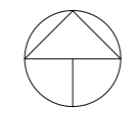
1 PLANTA BAIXA SUBSOLO
1 : 250

2 AMPLIAÇÃO.
1 : 200

INSTITUIÇÃO:	FACULDADE ALFA UNIPAC -TEÓFILO OTONI - MG	NOME:	KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO:	ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA:	4/9
TEMA:	ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA:	NAIENE CARDOSO COSTA	DATA:	13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC:	INDICADA



2 PLANTA BAIXA TÉRREO
1 : 250

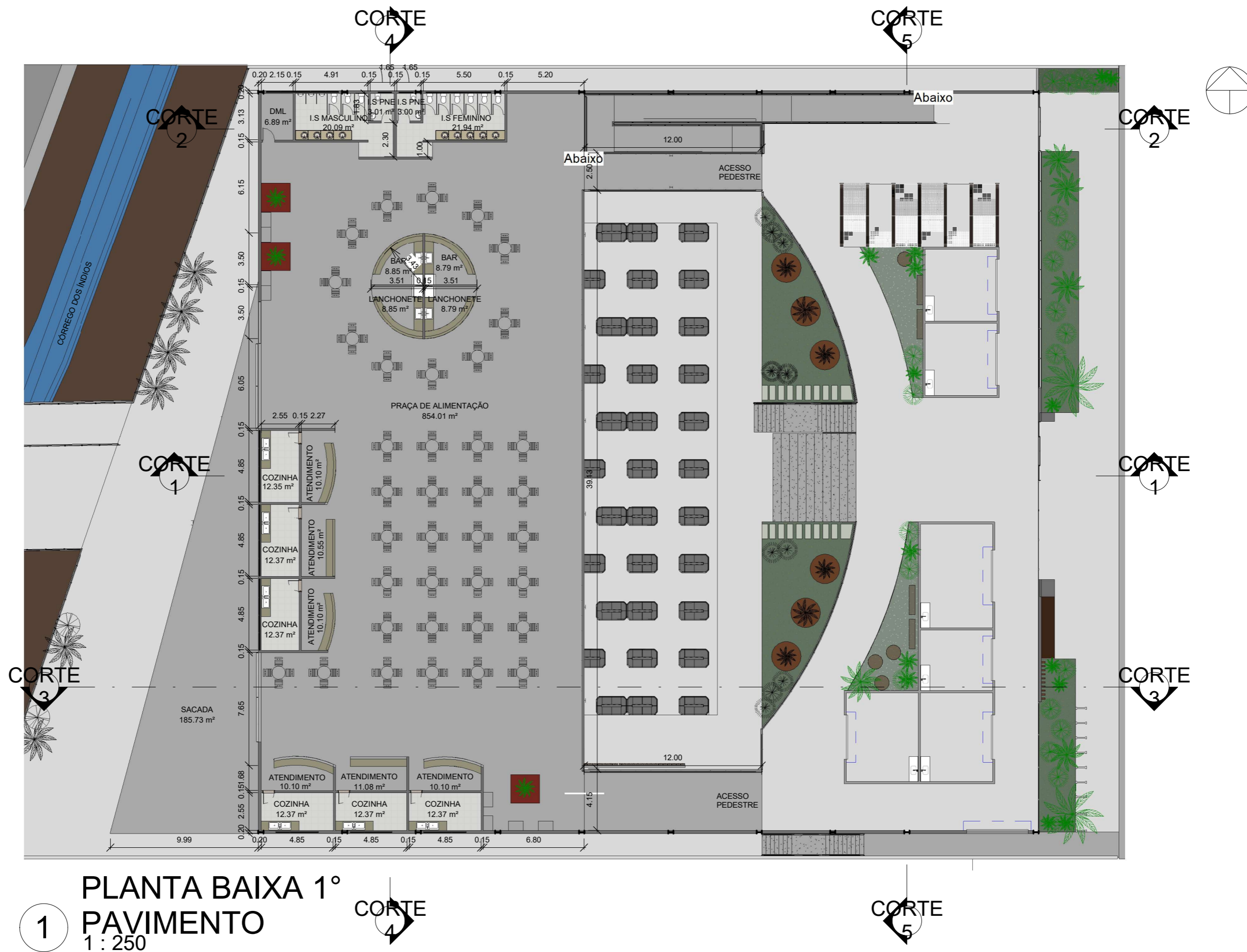


1 AMPLIAÇÃO
1 : 200



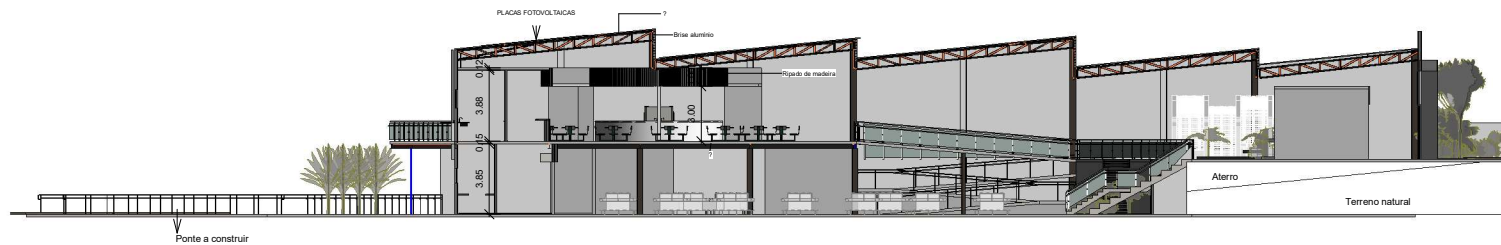
PASSARELA/ FLORICULTURA

INSTITUIÇÃO:	FACULDADE ALFA UNIPAC -TEÓFILO OTONI - MG	NOME:	KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO:	ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA:	5/9
TEMA:	ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA:	NAIENE CARDOSO COSTA	DATA:	13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC:	INDICADA



1 PLANTA BAIXA 1º PAVIMENTO
1 : 250

INSTITUIÇÃO: FACULDADE ALFA UNIPAC -TEÓFILO OTONI - MG	NOME: KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO: ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA: 6/9
TEMA: ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA: NAIENE CARDOSO COSTA	DATA: 13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC: INDICADA

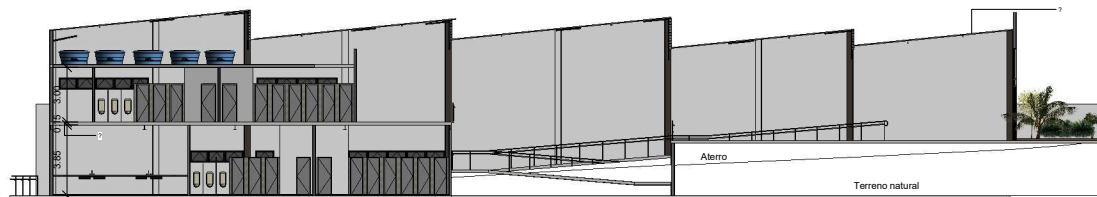


1 CORTE 1
1 : 250

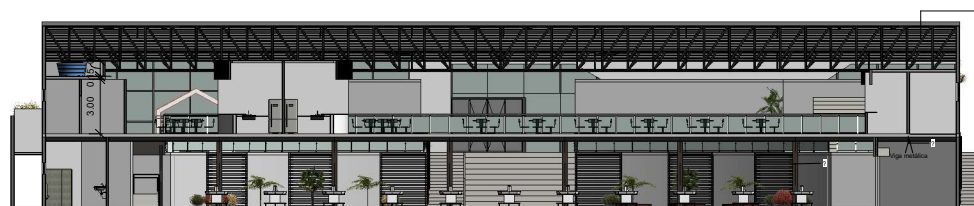


3 CORTE 3
1 : 250

INSTITUIÇÃO:	FACULDADE ALFA UNIPAC - TEÓFILO OTONI - MG	NOME:	KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO:	ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA:	7/9
TEMA:	ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA:	NAIENE CARDOSO COSTA	DATA:	13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC:	INDICADA



1 CORTE 2
1 : 250

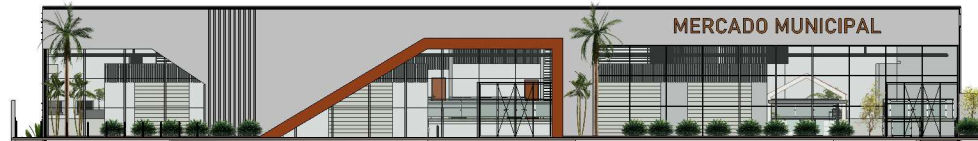


2 CORTE 4
1 : 250

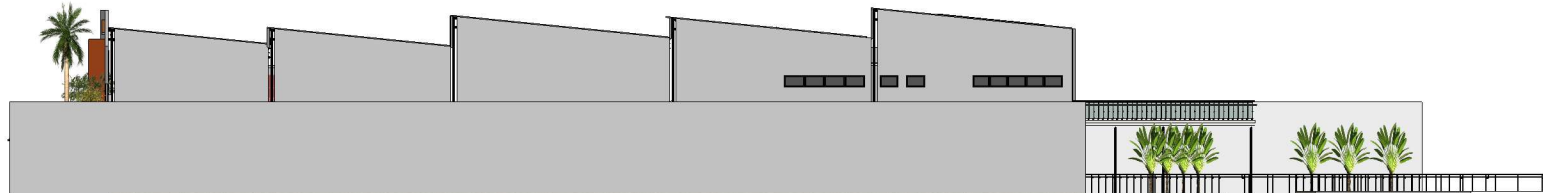


3 CORTE 5
1 : 250

INSTITUIÇÃO:	FACULDADE ALFA UNIPAC - TEÓFILO OTONI - MG	NOME:	KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO:	ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA:	8/9
TEMA:	ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA:	NAIENE CARDOSO COSTA	DATA:	13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC:	INDICADA



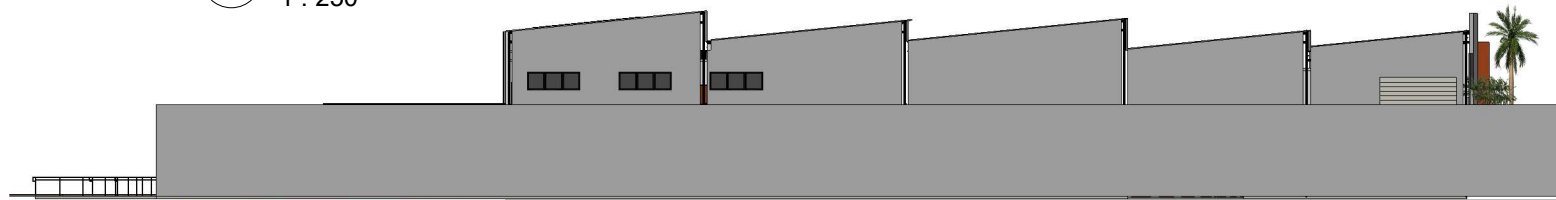
1 FACHADA LESTE
1 : 250



2 Norte
1 : 250



3 Oeste
1 : 250



4 Sul
1 : 250

INSTITUIÇÃO:	FACULDADE ALFA UNIPAC - TEÓFILO OTONI - MG	NOME:	KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS	CURSO:	ARQUITETURA E URBANISMO	PRANCHA:	9/9
TEMA:	ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- MG ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE	ORIENTADORA:	NAIENE CARDOSO COSTA	DATA:	13 DE SETEMBRO DE 2020	ESC:	INDICADA

FICHA DE ACOMPANHAMENTO INDIVIDUAL DE ORIENTAÇÃO DE TCC

Atividade: Trabalho de Conclusão de Curso – Monografia.
Curso: Arquitetura e Urbanismo **Período:** 10º **Semestre:** 2º **Ano:** 2020

Professor (a): Naiene Cardoso Costa

Acadêmico: KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS

Tema: ANTEPROJETO PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA- ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE.

Assinatura do aluno

Kellen Maria Alves Caminhas

Data(s) do(s) atendimento(s)	Horário(s)
10 / 09 / 2020	21:30 às 21:40
24 / 09 / 2020	19:50 às 20:30
08 / 10 / 2020	19:10 às 19:50
22 / 10 / 2020	20:30 às 21:20
26 / 10 / 2020	21:30 às 22:00

Descrição das orientações:

Orientações do TCC: Elucidação sobre o tema, fornecimento e indicação de material de pesquisa, acompanhamento e correção do material escrito. Orientação de gráfica e abordagem. As orientações ocorreram também através de email.

Considerando a concordância com o trabalho realizado sob minha orientação, **AUTORIZO O DEPÓSITO** do Trabalho de Conclusão de Curso dos (as) Acadêmicos (as) com título: Anteprojeto Para o novo Mercado Municipal de Malacacheta – Espaços públicos de sociabilidade.

Naiene Cardoso Costa

Assinatura do Professor



Relatório do Software Anti-plágio CopySpider

Para mais detalhes sobre o CopySpider, acesse: <https://copyspider.com.br>

Instruções

Este relatório apresenta na próxima página uma tabela na qual cada linha associa o conteúdo do arquivo de entrada com um documento encontrado na internet (para "Busca em arquivos da internet") ou do arquivo de entrada com outro arquivo em seu computador (para "Pesquisa em arquivos locais"). A quantidade de termos comuns representa um fator utilizado no cálculo de Similaridade dos arquivos sendo comparados. Quanto maior a quantidade de termos comuns, maior a similaridade entre os arquivos. É importante destacar que o limite de 3% representa uma estatística de semelhança e não um "índice de plágio". Por exemplo, documentos que citam de forma direta (transcrição) outros documentos, podem ter uma similaridade maior do que 3% e ainda assim não podem ser caracterizados como plágio. Há sempre a necessidade do avaliador fazer uma análise para decidir se as semelhanças encontradas caracterizam ou não o problema de plágio ou mesmo de erro de formatação ou adequação às normas de referências bibliográficas. Para cada par de arquivos, apresenta-se uma comparação dos termos semelhantes, os quais aparecem em vermelho.

Veja também:

[Analisando o resultado do CopySpider](#)

[Qual o percentual aceitável para ser considerado plágio?](#)



=====

Arquivo 1: TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx (8950 termos)

Arquivo 2: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-22062017-144146/publico/DiegoVernilledaSilva_corrigida.pdf (38509 termos)

Termos comuns: 560

Similaridade: 1,19%

O texto abaixo é o conteúdo do documento TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx. Os termos em vermelho foram encontrados no documento https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-22062017-144146/publico/DiegoVernilledaSilva_corrigida.pdf

=====

UNIPAC - FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS

KELLEN MARIA ALVES CAMINHAS

ANTEPROJETO **PARA O NOVO MERCADO MUNICIPAL DE MALACACHETA**
ESPAÇOS PÚBLICOS DE SOCIABILIDADE

Relatório gerado por: kellencaminhas@gmail.com

Arquivos	Termos comuns	Similaridade
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-22062017-144146/publico/DiegoVernilledaSilva_corrigida.pdf	560	1,19
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://pt.wikipedia.org/wiki/Mercado_Municipal_de_São Paulo	105	0,87
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/137923/roim_tpb_dr_mar.pdf?sequence=3&isAllowed=y	635	0,68
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/cha_madas/7_1555967715._anexo_iii_do_edital__memorial_descritivo_da_rea	64	0,58
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X http://pr60.com.br/especial/mercadao	89	0,57
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/aba_stecimento/mercado_paulistano/index.php?p=151237	43	0,44
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://pt.wikipedia.org/wiki/Grande Bazar	23	0,21
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://mejogueinomundo.com/turquia/istambul/grand-bazaar-istambul	14	0,12
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X http://condephaat.sp.gov.br/benstombados/mercado-municipal-paulistano	12	0,12
TCC mercado, Kellen C. (1) (2).docx X https://br.pinterest.com/pin/349873464780214180	0	0