



**MERCADO PÚBLICO  
EM PRESIDENTE PRUDENTE**

**Marcella Silva Fratantonio**



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

MARCELLA SILVA FRANTANTONIO

## MERCADO PÚBLICO EM PRESIDENTE PRUDENTE

Trabalho Final de Graduação apresentado ao Departamento de Planejamento, Urbanismo e Ambiente da Faculdade de Ciências e Tecnologia da UNESP, Campus de Presidente Prudente no curso de Arquitetura e Urbanismo.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cristina Maria Perissinotto Baron

**Coorientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Suzana Cristina Fernandes de Paiva

Presidente Prudente

2011

## DEDICATÓRIA

À minha família, por todo apoio nesses anos em que estive longe e por sempre acreditar em mim. O sucesso depende também de quem está ao seu lado. Obrigada por tudo.

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, por sua superação e luta diária, enfrentando a vida sempre com positividade e um lindo sorriso. Ao meu pai, por sua determinação e disciplina, traçando um caminho de sucesso. Ao meu irmão, grande companheiro e maior influência, pelo exemplo que procuro seguir.

À Juliana e Nathalia, por todos esses anos que moramos juntas, pela amizade, parceria, risadas e boas lembranças, pelo apoio e paciência nos momentos difíceis, pela família que formamos.

Aos meus amigos de Prudente, pelos melhores anos da minha vida, por alegrar meus dias e até mesmo as madrugadas de projeto. Aos meus amigos de Rio Preto, sempre carinhosos mesmo com a distância e ausência.

À todos que me ajudaram nesses anos, meus grupos de trabalho e amigos, principalmente nessa fase cansativa do TFG, em especial o Kazu.

À minha orientadora Cristina Baron e coorientadora Suzana Paiva pelo ensinamento, por acreditar no meu projeto. Ao professor Fernando Okimoto, por estar sempre disposto a ajudar. Ao professor Arthur Whitaker pelo embasamento inicial para o desenvolvimento do trabalho.

Obrigada, este trabalho também é de vocês!

*Se você encontrar um caminho sem obstáculos,  
ele provavelmente não leva a lugar nenhum.*

**FRANK CLARK**

## RESUMO

A cidade de Presidente Prudente conta com um pequeno mercado público de difícil acesso e poucos usuários, em um espaço que surgiu como um local provisório. Após 20 anos o edifício se encontra no mesmo lugar para a insatisfação dos comerciantes e usuários.

O trabalho propõe a criação de um novo mercado público próximo ao Centro Cultural Matarazzo e IBC, criando um eixo cultural para a cidade, na região da linha férrea. O novo edifício integra com o antigo silo das

Indústrias Anderson Clayton, cria praças com parque infantil, academia da terceira idade, teatro arena, ponto de ônibus, mesas e bancos.

O projeto se fundamenta em metodologias visando criar espaços públicos bem sucedidos, ressaltados pelos benefícios dos mercados públicos na atualidade. Procurando suprir as necessidades da população de Presidente Prudente e região.

**Palavras-chaves:** mercado público, mercado municipal, restaurantes, praças, cultura, lazer.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	2
<b>2. HISTÓRICO</b> .....	8
2.1. A importância das feiras livres e mercados públicos .....	8
2.2. Mercado Público no Brasil.....	11
2.3. A cidade de Presidente Prudente .....	20
2.3.1. Mercado Público .....	25
<b>3. ESCOLHA DO TERRENO</b> .....	30
<b>4. REFERÊNCIAS PROJETUAIS</b> .....	38
4.1. Mercado de São Miguel – Madrid .....	39
4.2. Museu do Pão - Ilópolis .....	40
4.3. Ginásio de Itanhaém – Itanhaém.....	43
<b>5. O PROJETO</b> .....	45
5.1. Diretrizes .....	45
5.2. Programa de necessidades .....	49
5.3. Pré-dimensionamento.....	49
5.4. Edifícios antigos.....	50
5.5. Edifício novo e acessos.....	54
5.6. Distribuição espacial .....	56
5.7 Praça e entorno.....	70
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	77
<b>Referências Bibliográficas</b> .....	79

## 1. INTRODUÇÃO

Esse trabalho propõe criar e desenvolver um projeto de Mercado Público para a cidade de Presidente Prudente. O novo mercado tem o intuito de ser um espaço que vai além da comercialização de produtos hortifrutigranjeiros, procura ser uma área pública com espaços culturais, aulas, exposições, artesanatos, restaurantes, bares e também atividades noturnas, unindo pessoas diversificadas.

A arquitetura de edifício públicos (terciária) apresenta, pelo menos, a visão oficial da sociedade e provê um conhecimento anterior com o qual seus membros, individualmente, vivem suas vidas. Em certa medida, isso informa sobre a maneira como eles gastam o seu tempo. É preciso lembrar, no entanto, que na grande maioria desses espaços públicos, externos ou internos, acontecia a troca e que esta é uma atividade que nasce com o homem e que, na maior parte da história da humanidade, para trocar era preciso acontecer o encontro (VARGAS, 2001, p. 95).

Historicamente, as feiras e mercados são conhecidos por suas relações comerciais, mas na atualidade têm recebido um destaque cultural e educacional. O ambiente público agrega todas as classes sociais e faixas etárias, se tornando um local de constante

aprendizagem e descoberta, que resulta em uma riqueza de atividades e diversidades culturais, que despertam o interesse do grande público. A presença do mercado pode ser observada desde a Antiguidade, onde era necessário haver o encontro para a troca e comercialização de mercadorias, assim como também estreitar as relações pessoais (SITTE, 1992) e é através desse encontro, da relação de troca de bens e serviços, do contato pessoal, relação entre vendedor e consumidor, as conversas, os laços criados nesse ambiente desfrutado por todos que se fundamenta essa aprendizagem.

No Brasil, é comum encontrar os primeiros mercados nas capitais litorâneas, devido à colonização. O acesso pelo mar facilitava o comércio (FREITAS, 2006). Contudo com o passar dos anos, os mercados foram se espalhando chegando as cidades do interior.

As feiras, na maioria das cidades, e os mercados públicos, onde eles existem, são pontos turísticos e um lugar fundamental para se visitar, para quem deseja conhecer e compreender melhor a cidade e a cultura local. Seja através de alimentos, artesanatos, vestimentas, ou expressões culturais, como música, dança ou literatura, traduzem o que a cidade tem para oferecer. Uma característica marcante e facilmente observada é o relacionamento vendedor e consumidor. Em sua maioria, os consumidores das feiras livres e mercados públicos frequentam por anos esses ambientes, criando um vínculo e até mesmo uma intimidade com os vendedores. Muitas vezes os comerciantes são tratados como amigos e não como funcionários, e

assim participam diretamente da vida de seus clientes. Além disso, pode-se observar a interação entre desconhecidos, algo que até então foi esquecido principalmente nas grandes cidades. Este espaço público proporciona aos usuários uma liberdade conseguindo reunir pessoas de distintas etnias, fazendo com que se sintam confortáveis, deixando de lado as diferenças.

Mercado pode ser compreendido como:

Lugar onde se comerciam gêneros alimentícios e outras mercadorias; Povoação, cidade ou país onde há grande movimento comercial; empório; Conjunto de atividades de compra e venda de determinado bem ou serviço, em certa região; comércio; O conjunto de compradores e vendedores e sua interação; Demanda por determinado bem, ou serviço (FERREIRA, 1999, p. 314).

Presidente Prudente é a cidade de maior importância do oeste paulista. Além de possuir mais de 200 mil habitantes (IBGE, 2010), encontra-se no entroncamento do Estado de São Paulo com Mato Grosso do Sul e Paraná. Mesmo com a evidência interestadual, a cidade possui apenas um pequeno mercado público, que é desconhecido e não utilizado por grande parte da população. O edifício está escondido

a algumas quadras do Quadrilátero Central<sup>1</sup>. E ainda apresenta um limitado número de boxes.

O mercado surgirá como um local de lazer, com eventos culturais e alimentícios, integrando a população prudentina, atraindo moradores de outras regiões e se tornando um ponto turístico.

Espaço público, por excelência, é o lugar onde uma pessoa pode estar sozinha sem dar impressão de estar solitária. Segundo Gastelaars, é importante saber que para ser considerado um “espaço público”, o espaço deve, a princípio, ser acessível a todos os moradores e visitantes, ao mesmo tempo em que esses cidadãos e visitantes devem ser capazes de interagir, livremente, na mesma base, independentemente de sua condição social (GASTELAARS apud VARGAS, 2001, p. 98).<sup>2</sup>

Presidente Prudente recebe inúmeros habitantes de outros municípios, muitas vezes motivados pelo comércio, reforçando assim a criação de um local que possa receber esse público oferecendo produtos de qualidade somados a um ambiente agradável. A presença cada vez maior de grandes supermercados na cidade acaba moldando os hábitos e relações da população, que passa a perder os antigos costumes, a convivência diária.

<sup>1</sup> Quadrilátero Central é uma área formada pelas quatro principais avenidas de Presidente Prudente: Avenida Manoel Goulart, Avenida Washington Luiz, Avenida Coronel José Marcondes e Avenida Brasil.

<sup>2</sup> GASTELAARS, R.V.E. Public life in Amsterdam, 1993, p. 107.

Diante disso, o trabalho se fundamenta no projeto de um novo mercado público para a cidade de Presidente Prudente, com base no papel desenvolvido pelos mercados públicos.

Assim como também:

- Atentar à necessidade da população ao que diz respeito à qualidade e ao custo dos produtos hortifrutigranjeiros;
- Propor um ambiente de fácil acesso, onde moradores de outras cidades possam encontrar com facilidade;
- Criar um local de encontro, de relações sociais e de aprendizagem;
- Tornar um ponto cultural de grande relevância para a cidade e região.

Para estruturar este trabalho primeiramente, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema, como, por exemplo, o mercado e a sociedade, as relações de troca nos mercados, o lugar de cultura e educação popular, o espaço de vitalidade, a sedução da instituição pública.

Foram realizadas pesquisas e entrevistas com os permissionários dos boxes para compreender os motivos pelos quais o mercado de Presidente Prudente é pouco frequentado, diferentemente da maioria das cidades. Para obter informações sobre o primeiro mercado público da cidade, construído na década de 50 e derrubado na década de 90, foram realizadas entrevistas e utilizada a

técnica da História Oral, com um permissionário e dois ex-vizinhos e frequentadores assíduos do mercado.

História oral é um processo de aquisição de entrevistas inscritas no “tempo presente” e deve responder a um sentido de utilidade prática, social, e imediata. Isso não quer dizer que ela se esgote no momento de sua apreensão, do estabelecimento de um texto da eventual análise das entrevistas (MEIHY; HOLANDA, 2010, p. 19).

Foram visitados três mercados de São Paulo, o principal, da Lapa e de Pinheiros, assim como os mercados públicos de São José do Rio Preto (SP), Piracicaba (SP) e Shangri-lá, em Londrina (PR) e o atual mercado modelo de Presidente Prudente.

E ainda, nos mercados da Lapa e Pinheiros foram realizadas entrevistas e aplicados questionários procurando captar os erros e necessidades fundamentais para a criação e bom funcionamento de um mercado. Enquanto mercado atual de Presidente Prudente ocorreu inúmeras visitas e entrevistas com os proprietários dos boxes.

Essa pesquisa teve como objetivo obter dados sobre as classes que fazem uso dos espaços comerciais, a frequência de uso, as necessidades, o grau de satisfação e as mudanças necessárias.

O estudo de caso é outro método de pesquisa qualitativa adotado para o projeto e pode ser definido:

É uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida, como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa ou uma unidade social. Visa conhecer o seu “como” e os seus “porquês”, evidenciando a sua unidade e identidade própria. É uma investigação que se assume como particularística, debruçando-se sobre uma situação específica, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico (MARTINS, 2002).

Para compreender o seu funcionamento, foi necessário conhecer pessoalmente os mercados nos quais foram desenvolvidos os estudos de casos (Mercado de Presidente Prudente, Lapa e Pinheiros), estudar suas histórias, desenvolvimentos até a atualidade. Conhecer e conversar com o público que consome essa área, saber das necessidades e assim poder comparar e melhorar com o projeto desenvolvido.

Utilizando os fundamentos teóricos, as informações do *Project for Public Spaces* (PPS)<sup>3</sup>, que em 2002, associados à Fundação Ford<sup>4</sup>, procurou estudar os impactos dos mercados públicos nas comunidades. O resultado pode ser observado no quadro ao lado:

<sup>3</sup> É uma organização não governamental, fundada 1975 que incentiva a criação de espaços públicos eficientes nas comunidades.

<sup>4</sup> Fundação americana que apóia líderes visionários e organizações na linha de frente da mudança social em todo o mundo.



Figura 01 – Esquema sobre os benefícios dos Mercados Públicos  
[Fonte: <http://www.pps.org/articles/the-benefits-of-public-markets>. Traduzido pela autora.]

De acordo com o PPS, os mercados conectam as economias rurais e urbanas, aumentam o acesso a alimentos frescos e saudáveis, ampliando o fluxo de renda local e ainda proporcionam oportunidade de negócio de baixo risco para pequenos produtores. Em sua maioria, os mercados são constituídos por pequenos comerciantes, ocasionado pelo baixo investimento inicial, no qual é necessário arcar apenas com a infraestrutura mínima. Os mercados públicos também podem auxiliar para recuperar o sistema local de alimentação, já que grande parte das cidades não possui sistema local de produção, ou seja, a agricultura da região não é o que abastece os moradores e sim produtos de lugares

distantes, até mesmo de outros estados. Esses locais incentivam o cultivo de pequenos produtores locais, comercializando diretamente com os consumidores, desenvolvendo a economia regional.

Ainda segundo o *Project for Public Spaces*, na área da saúde, podem desempenhar um papel fundamental para combater as doenças relacionadas aos hábitos alimentares (principalmente obesidade), melhorando o acesso a alimentos frescos e saudáveis e ainda por ser um local de reunião pública reduzir o isolamento social e depressão. Por fim, podem infundir nas cidades com atividades sociais e econômicas. Esses mercados além de atrair uma nova vida aos locais onde se instalam, normalmente reativam espaços não muito utilizados ou centros já defasados, assim como também incentivam consumidores a gastarem mais tempo e dinheiro com estabelecimentos comerciais e empresas do entorno (PPS, 2002).

Para a elaboração do projeto, envolvendo a escolha do terreno, entorno e espaço, o *Project for Public Spaces* auxilia e lista uma série de fatores que deve se considerar para criar um espaço público bem sucedido (Figura 02). São nos grandes espaços públicos que acontecem as celebrações, trocas, encontros e quando essas áreas funcionam corretamente se tornam o palco da vida pública. Em pesquisa, o PPS descobriu que os lugares públicos bem sucedidos possuem quatro principais quesitos de qualidade:

- Eles são acessíveis;
- Possuem pessoas comprometidas em atividades;

- O espaço é confortável e possui uma boa apresentação;
- É um lugar sociável.



Figura 02 – Diagrama do espaço no julgamento de um espaço público [Fonte: <http://www.pps.org/articles/the-benefits-of-public-markets>. Traduzido pela autora.]

No diagrama (Figura 02), o círculo central representa o lugar específico, que pode ser avaliado de acordo com quatro critérios (em laranja): acessos e ligações; conforto e imagem; usos e atividades; e

sociabilidade. Em verde estão listados os aspectos intuitivos ou qualitativos e por fim, em azul, aspectos que podem ser obtidos por estatísticas ou pesquisas.

De acordo com a pesquisa, ao se tratar dos acessos e ligações, o local deve possuir conexão visual e física com os arredores, sendo fácil de chegar e de passar e ainda visível de perto e longa distância. A visibilidade envolve também a facilidade em enxergar o interior quando se observa de fora do edifício. O entorno é fundamental, pois é mais interessante circular em ruas movimentadas, por exemplo, com estabelecimentos comerciais do que grandes paredões de muros ou lotes vazios, somados a frequência de uso dos moradores vizinhos, passam maior segurança a área. Esses espaços ainda devem contar com inúmeros lugares de estacionamento de modo que não interfiram no tráfego de veículos juntamente com áreas para o sistema de transporte público, proporcionando acesso a todos os usuários. Para os pedestres, calçadas que ligam diretamente ao espaço público facilitando a chegada e saída, assim como a travessia em ruas movimentadas. Por fim, todas as áreas do espaço devem ser acessíveis para pessoas de necessidades especiais (PPS, 2002).

O PPS ainda afirma que o conforto e a imagem são a chave para o sucesso de um lugar. Referindo-se ao conforto está implícitas a sensação de segurança, limpeza, disponibilidade de lugares e opção de

escolha para se sentar. Muitas vezes a primeira imagem é a que permanece, portanto é essencial possuir uma boa impressão. A presença feminina é um ponto positivo nesses locais, pois as mulheres tendem a serem mais críticas em relação ao conforto e imagem dos espaços que usufruem. É necessário também áreas de descanso, com assentos bem localizados, tanto na sombra quanto ao sol, permitindo ao usuário a opção de escolha. A limpeza, manutenção e segurança devem ser evidentes, desde funcionários necessários para manter e vigiar o espaço público, quanto ao comportamento dos usuários, respeitando a área.

As atividades desenvolvidas em um local são fundamentais e muitas vezes dão identidade à área, pois quando se tem o que fazer dá motivos para visitar a região e retornar. Lugares onde não há atividades permanecem vazios, apontando que existe algo errado. Quanto mais das diversas atividades forem desenvolvidas simultaneamente, atingindo um número maior de pessoas de diferentes idades e culturas, de preferência ao longo de todo o dia, mais o espaço é valorizado (PPS, 2002).

Por fim, o estudo aponta a sociabilidade como o atributo marcante de um local. Quando os usuários observam encontro de amigos, vizinhos conversando e até mesmo estranhos interagindo com naturalidade, tende a aumentar o senso de espaço e ligação com a

comunidade. Muitas vezes há intimidade entre os outros usuários, conhecendo pelo nome. Ao conseguir tornar uma área sociável, essa característica se torna inconfundível e os usuários têm orgulho de apresentar a parentes e amigos, ressaltando as qualidades.

O trabalho surge com a proposta de projetar um novo mercado, procurando preenchendo aos quesitos listados acima, baseados nas necessidades e características citadas pelo PPS.

## **2. HISTÓRICO**

### **2.1. A importância das feiras livres e mercados públicos**

A agricultura foi a principal responsável pela transição da sociedade nômade para a sedentária. Juntamente com a pecuária, fez com que o ser humano se estabelecesse em um lugar e neste produzisse alimentos para o consumo próprio. Essa transição ocorreu lentamente, passando de nômade para seminômade e, por fim, sedentário. Com o passar dos anos, as técnicas de agricultura se aprimoraram permitindo a fixação do homem em um lugar. Porém, com o tempo, a criação simultânea dessas atividades se tornou inviáveis e, conseqüentemente, foram separadas. Surgindo, deste modo, o agricultor e o pecuarista. Contudo, o agricultor necessitava

dos produtos dos pecuaristas e vice-versa, o que acarretou a necessidade da troca de excedentes.

Essa troca deveria ser realizada em um local específico, um ponto de encontro, de fácil acesso aos cidadãos e aos viajantes, ou seja, próximo às estradas e vias navegáveis. Geralmente em lugares abertos, com fácil visibilidade e disposição das mercadorias, equidistantes dos diversos centros, pois facilitaria a negociação de diferentes culturas e proporcionaria neutralidade e segurança (VARGAS, 2001). Esses lugares originaram uma organização social emergente, vindo de um processo econômico. Assim, a necessidade de organizar, armazenar e comercializar os produtos trouxe o surgimento da escrita, códigos e leis. Conseqüentemente, muitas cidades tiveram o ponto de origem dessas localidades onde era realizado o comércio de produtos.

Na Antiguidade, as praças movimentavam a vida pública, utilizadas para grandes festas e uso cotidiano. O mercado era a segunda praça principal, ao ar livre, diferentemente do que ocorre na atualidade, onde os mercados acontecem em pavilhões fechados. Já na Idade Média e na Renascença, pode ser observado na região sul da Europa, que muitas dessas praças e dos costumes foram conservados. A vida pública continuou a ocorrer nessas áreas, assim como as construções mais eminentes, parcialmente até os dias de hoje. As praças eram orgulho para as cidades, sediando desde exposições artísticas até anúncios de leis. A Prefeitura se localizava na praça do

mercado, onde também havia um chafariz e seu espelho d'água (SITTE, 1992).

Em Paris, assim como em muitos outros locais, o mercado cresceu junto com a cidade. Inicialmente as feiras se realizavam nas quartas e sábados, se tornando diárias com o passar dos anos. Os mercados multiplicaram-se de tal maneira que explodiram os espaços urbanos, criando novas áreas, como a feira na Praça Saint-Bernard (1643). Contudo os antigos pontos de encontro ainda existem e é complicado alterar ou deslocar, já que o novo não expulsa o velho (BRAUDEL, 1979).

Segundo Braudel, a polícia parisiense, o Parlamento, escabinos, procuram conter as feiras dentro dos limites, como na Rua Saint-Honoré, onde se estabeleceu uma feira atrapalhando uma das principais passagens da cidade (1678). Ainda mais escandalosa há a Feira do Toucinho, que ocorre durante a semana santa no adro de Notre-Dame. Nesse mesmo período, com a balança do peso instalada embaixo do pórtico da catedral, as provisões de presunto e tiras de toucinhos são comercializados para a classe baixa da cidade, cheio de empurra-empurra e furtos. Mesmo com toda a confusão, em 1669, uma nova feira é estabelecida próxima a igreja de Notre-Dame e a ilha do Palácio, acontecendo todos os sábados, gerando enormes engarrafamentos. É comum espaços livres serem apoderados pelas feiras.

As transformações na vida pública foram inúmeras e resultaram na renúncia de muitos movimentos artísticos, fazendo com que grande parte das antigas formas de edificação perdesse o seu sentido, como por exemplo, a vida pública que era discutida em praça pública, passou a ser impressa em jornais. Os mercados desapareceram das praças e migraram para edifícios, muitos deles sem importância artística e até mesmo foram substituídos por entregas a domicílio (SITTE, 1992).

O principal responsável pelo declínio dos mercados públicos foram os supermercados, que surgiram há 80 anos, quando o empresário norte-americano Michael Cullen inaugurou o *King Kullen*, um galpão adaptado, em 1930. O local comercializava comida e as próprias pessoas se serviam, inaugurando assim o auto-atendimento, o que tornava os preços dos produtos mais baixos nestes locais que os armazéns da época. Em poucos anos o negócio se expandiu de modo assustador levando os supermercados para outros lugares do mundo. Nos anos 1950 o primeiro supermercado chega ao Brasil, mais especificamente em São Paulo (KNOKE, 1963).

O *Super Market Institute* define um supermercado como “um empório organizado em departamentos, com volume de vendas não inferior a 1 milhão de dólares por ano, e onde pelo menos a seção de bebidas e comestíveis é inteiramente de auto-serviço”. A adotar essa

definição, teríamos de concluir pela inexistência de supermercados no Brasil.

No Brasil como nos Estados Unidos, não existe uma definição, universalmente aceita, de supermercado. Entretanto, o Estado da Guanabara oficialmente reconheceu a instituição e a definiu como “uma loja de auto-serviço que vende produtos alimentícios e artigos domésticos de limpeza e manutenção, com uma área de, pelo menos, 500m<sup>2</sup>” (KNOKE, 1963, p. 92).

Entendem-se também por supermercados locais que se comercializam aproximadamente oito mil itens. Já os hipermercados possuem um fluxo de 20 mil a 50 mil produtos e apareceram pela primeira vez no país apenas na década de 80 (KNOKE, 1963).

Com a epidemia dos supermercados e hipermercados, o comércio alimentício sofreu drásticas mudanças. Esses novos modelos de mercados foram se espalhando ao longo dos bairros e introduzindo um novo conceito de compras, onde se encontra todas as necessidades em um mesmo local, desde produtos alimentícios, de limpeza, de papelaria, de cama, mesa e banho, até produtos eletrônicos, brinquedos, itens para automóveis, etc (KNOKE, 1963). Assim o mercado público foi perdendo consumidores para os grandes mercados, que além da comodidade de encontrar tudo em um só lugar, possuíam preços mais em conta, devido economia de escala.

A tecnologia é outro fator que tem dificultado o encontro social. A internet tem revolucionado o modo em se fazer compras,

fazendo com que as pessoas não precisem sair de casa para conseguir obter os produtos desejados. É só acessar determinados sites, clicar e logo os produtos chegam até sua porta e assim cada vez mais ocorre um isolamento, uma falta de contato físico, aumentando a segregação. A diversidade cultural que lugares públicos como os que mercados proporcionam, é colocado em segundo plano em função do comodismo e até mesmo preconceito de conhecer e se relacionar com as diferenças. No entanto esse shopping virtual atinge quase por excelência os mais jovens. Não porque os mais velhos não saibam se conectar a internet, mas sim, porque conhecem os prazeres proporcionados pelos ambientes públicos, pelo contato, pelas conversas, pelo conhecimento trocado.

Ainda com todas essas mudanças e novos meios de consumo, muitas feiras sobreviveram. Em dias fixos da semana e com toda sua desordem, odores e frescor caracterizam locais habituais da cidade.

Se esse mercado elementar, igual a si próprio, se mantém, através dos séculos é certamente porque, em sua simplicidade robusta, é imbatível, dado o frescor dos gêneros perecíveis que fornece, trazidos diretamente das hortas e dos campos das cercanias. Dados também seus preços baixos, pois esse mercado elementar, onde se vende sobre tudo “sem intermediários”, é a forma mais direta, mas transparente de troca, a mais bem vigiada, protegida contra embustes (BRAUDEL, 1979, p. 15).

A identidade criada em um mercado público não pode ser comparada com a dos grandes mercados ou compras on-line. Os supermercados são indiferentes às regiões que estão instaladas, possuem os mesmos materiais, disposição interna e por muitas vezes as mesmas fachadas, tornando cada vez mais impessoal, não relacionando em nada com a cultura local, ao contrário dos mercados públicos, que além de possuir um toque pessoal, cria laços de amizade e convivência jamais vistos em grandes mercados.

## 2.2. Mercado Público no Brasil

Desde a época colonial, a economia no Brasil foi baseada na exportação de matérias-primas, controlada pelos grandes proprietários rurais, com mão de obra escrava. Com o tempo, essas áreas rurais se organizaram e formaram as cidades, em sua maioria, próximas ao litoral, tornando-se intermediadoras entre o campo e o mercado consumidor externo (FREITAS, 2006).

As grandes cidades, na faixa litorânea brasileira e no interior, desenvolveram, a partir do século XVII, as suas 'praças do comércio', não apenas como entrepostos de sua atividade mercantil com a Metrópole, mas também como dispositivos de abastecimento, e, ainda, como importantes centros de sua vida social (FREITAS, 2006, p. 37).

A partir da segunda parte do século XIX, essas praças se transformaram nos primeiros mercados municipais (Tabela 01) e procuravam ser um marco arquitetônico, baseados nos padrões das metrópoles européias. Porém, esse período de evidência não durou muito tempo, e resultou em uma decadência e certo abandono desses edifícios, principalmente com o surgimento dos supermercados. No entanto, ao final do século XX, iniciou-se uma era de revitalização e reformas desses antigos mercados, ganhando evidência novamente, movida principalmente pelo turismo, surgindo alguns até mesmo com novas funções e usos (FREITAS, 2006).

Tabela 01 – Tabela cronológica dos Mercados Públicos  
Quadro Cronológico dos Mercados Centrais

Cidade	Fundação	Reforma
São Luís – MA	1855	1982
Porto Alegre – RS	1869	1991
Recife – PE	1875	1999
Manaus – AM	1882	2004?
Belém – PA	1901	2004
Rio de Janeiro – RJ	1907	não houve
Salvador – BA	1912	1983
Campos dos Goytacazes – RJ	1921	não houve
Belo Horizonte – MG	1929	1998
São Paulo – SP	1933	2003

[Fonte: FREITAS, 2006.]

De acordo com a Fundação Joaquim Nabuco, em Belém, no ano 1688, onde se localizava o porto do Rio Piri foi criado o lugar de Ver-o-Peso (Figura 03) ou seja, local onde fiscalizava as mercadorias e

cobravam os impostos para a coroa portuguesa. No final do século XIX a área sofreu algumas mudanças e em 1901 foi construído um mercado na margem da baía. Inicialmente chamado por Mercado de Ferro, o Mercado Ver-o-Peso recebeu todas as estruturas de ferro da Europa, procurando seguir a tendência francesa da época. Considera-se que foi através da inauguração do mercado que a cidade começou a se desenvolver.

Ao decorrer do século XX a região ao redor do mercado, com mais de 26 mil metros quadrados, se transformou no Complexo do Ver-o-Peso, formado pelo Mercado de Ferro ou de Peixe, o Mercado Municipal de Carne, pelo Palacete de Bolonha e pelas praças do Pescador, do Relógio e dos Velames, somados a duas mil barracas e casas comerciais populares. Mesmo situado no Centro Histórico de Belém e com reconhecimento patrimonial e histórico, o mercado passou por momento de abandono, superado pelas grandes reformas que o colocaram em evidência novamente. Atualmente traduz a história arquitetônica da cidade e a tradição bicentenária, que todo mês de outubro, reúne milhares de fiéis no altar dedicado a Virgem de Nazaré através de um cortejo. Foi tombado em 1977 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e venceu o concurso realizado em 2008 pelo banco HSBC e Revista Caras como uma das sete maravilhas do Brasil.



Figura 03 – Complexo Ver-o-Peso

[Fonte: <http://www.feriasbrasil.com.br/pa/belem/mercadoveropeso.cfm>.]

Já o principal Mercado de São Paulo (Figura 04) foi inaugurado em 1933, projeto de Francisco Ramos de Azevedo. Com 12.600 metros quadrados, encontra-se no Parque Dom Pedro II, às margens do rio Tamandateí e sua arquitetura monumental se destaca até os dias de hoje. Os vitrais que chamam a atenção foram produzidos pelo artista russo Conrado Sorgenicht Filho, responsável também pelos vitrais da Catedral da Sé (GUIDOLIN; LAMBERT; AVELLA; MATTÁ; HATUSHIKANO, 2003). Com mais de 290 boxes, o mercado abriga 1.500 funcionários e segundo estimativas extraoficiais chega a 40.000 mil usuários nos dias mais movimentados (GIRANDI, 2011).

Ao longo dos anos o mercado sofreu com as enchentes, abandono, descaracterização do entorno, vandalismo e com a popularização do CEAGESP<sup>5</sup>. Entretanto em 2003 com o movimento de revitalização do centro de São Paulo, inicia-se uma reforma no edifício, que juntamente com a concentração de novos produtos, principalmente importados, o mercado muda o enfoque e ganha destaque turístico internacional. A reforma, realizada por Pedro Paulo de Melo Saraiva, procurou adaptar o edifício aos novos usos, implantando uma plataforma metálica para a instalação de lanchonetes e restaurantes, ressaltando o “turismo gastronômico”, famoso pelos pastéis de bacalhau e pão com mortadela. Esse mezanino, além de atender as necessidades atuais dialoga perfeitamente com o edifício já existente, valorizando tanto a arquitetura antiga como a nova.

Contudo não é apenas a área gastronômica que atrai o número elevado de usuários, a relação entre o comerciante e consumidor cria laços e diálogos, pois muitas vezes o público se depara com frutas diferentes ou desconhecidas e imediatamente o vendedor explica o que é, o modo de consumo e oferece para ser provada, diferentemente dos supermercados que não há ninguém para auxiliar os consumidores e caso queira experimentar devem comprar e consumir em casa. Muitos hotéis e restaurantes vão até o mercado para saber as novas tendências, experimentar e descobrir como os

<sup>5</sup> Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo.

produtos podem ser consumidos, porém não são comercializados no momento dessas visitas, mas sim posteriormente através do *telemarketing* e *delivery*, chegando a ser enviado para outros estados (GIRANDI, 2011).



Figura 04 – Interior do Mercado de São Paulo  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

São Paulo ainda conta com mercados menores, que abrangem um público menor, mas ainda assim usuários de muitos anos. O mercado municipal Engenheiro João Pedro de Carvalho Neto,

popularmente conhecido como mercado municipal de Pinheiros (Figura 05), por se localizar no bairro de mesmo nome, foi fundado em 1910. Naquele tempo era conhecido como “mercado dos caipiras”, pois era utilizado por muitos comerciantes e produtores do interior de São Paulo.



Figura 05 – Vista do Mercado de Pinheiros  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

Conta com uma área de aproximadamente 4.200 m<sup>2</sup> distribuídos em 52 boxes em dois pavimentos e com estacionamento para 50 veículos. Diariamente cerca de 400 pessoas passam pelo

mercado, no entanto o movimento era bem maior na década de 80 (ENCONTRA SP, 2010).

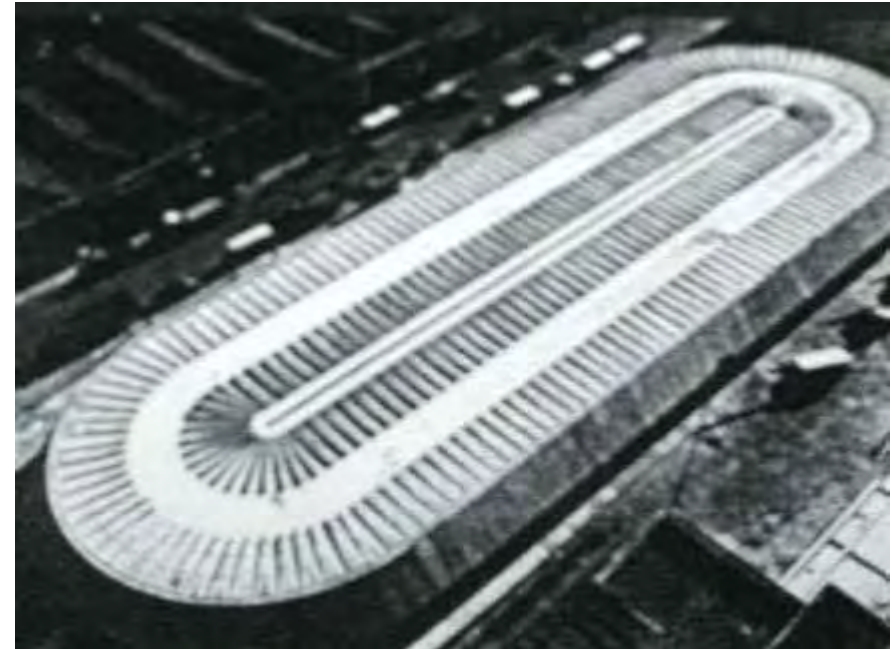


Figura 06 – Foto aérea do Mercado de Pinheiros  
[Fonte: <http://blogs.band.com.br/areceitanapraticaeoutra/category/sul-da-franca.>]

O mercado encontra-se atrás de um velho esqueleto de obra e rodeado por imóveis antigos, o que acaba escondendo o edifício, fazendo com que grande parte da população não saiba da existência do mercado. A maior parte do público que usufrui do mercado é moradora da redondeza, não atraindo o restante da população. O prédio possui um telhado de vidro (Figura 06), o que permite a

iluminação natural praticamente todo o expediente, possui a parte central aberta, fazendo com que o térreo seja visto de todo o 2º andar e uma rampa monumental ligando os dois pavimentos (Figura 07). Há ainda dois estacionamentos gratuitos, a poucas quadras da estação de metrô Pinheiros.



Figura 07 – Interior do Mercado de Pinheiros a partir do 2º pavimento  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

O bairro Pinheiros possui aproximadamente 63 mil habitantes, porém a subprefeitura de Pinheiros atende os bairros Pinheiros, Jardim Paulista, Alto Pinheiros e Itaim Bibi, totalizando 273 mil pessoas (LEVANTAMENTO CENSITÁRIO, 2010). Como diferencial o mercado

possui um deck com mesas ao ar livre no 2º andar e serviço *delivery* oferecido para todo o bairro de Pinheiros e alguns adjacentes, que atualmente é o que ainda sustenta o mercado.

Ainda na cidade paulistana, o mercado municipal Rinalvo Rivetti, mais conhecido como o mercado da Lapa (Figura 08) devido ao bairro em que se localiza, inaugurou-se em 1954.



Figura 08 – Fachada Principal do Mercado da Lapa  
[Fonte: <http://www.nossacozinha.com/blog/wp-content/uploads/2009/06/mercado-da-lapa1.jpg>.]

O prédio possui uma forma triangular (Figura 09), considerada moderna na época e muito elogiada por engenheiros. O mercado tem uma área construída de 4840m<sup>2</sup> com 160 boxes. Primeiramente o público que utilizou o mercado foram os imigrantes europeus, que procuravam por produtos de sua terra natal. É um dos mercados com localização mais privilegiada, pois se encontra próximo a linha de

transporte coletivo que liga São Paulo a Santos e Jundiaí (SITE OFICIAL DO MERCADO, 2011).

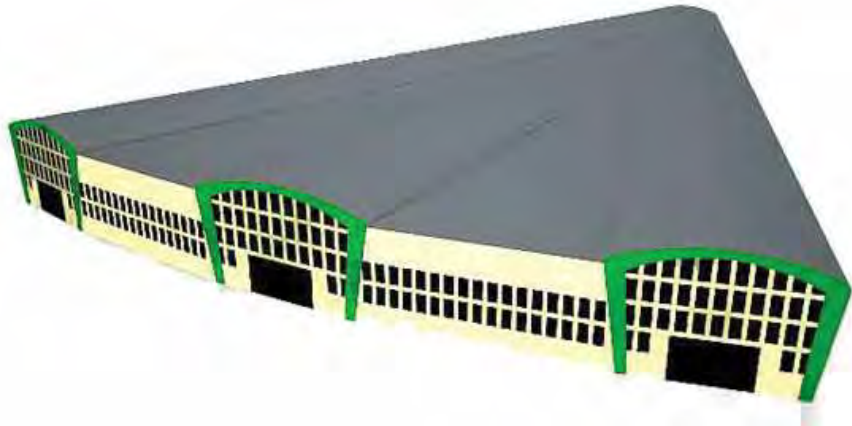


Figura 09 – Imagem em 3D da vista área do Mercado da Lapa  
[Fonte: <http://www.flickr.com/photos/kiyoto/2439499616>.]

Localizado em frente à Praça Miguel Del’Erba que é altamente arborizada e está ao lado do Terminal da Lapa. Essa configuração atrai o público, não somente pelo mercado, mas por seu entorno que facilita o acesso e possui áreas verdes de estadia. Os clientes do mercado não se restringem apenas aos moradores do bairro. Sua localização, ponto forte do mercado, facilita com que moradores de outras áreas, e até mesmo de outras cidades consumam do mercado diariamente. O edifício com arquitetura moderna é amplo, bem ventilado e possui iluminação natural (Figura 10).



Figura 10 – Interior do Mercado da Lapa  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

O bairro Lapa possui cerca 60 mil habitantes, no entanto, a subprefeitura da Lapa atende os bairros Lapa, Barra Funda, Jaguará, Jaguaré, Perdizes e Vila Leopoldina, totalizando 271 mil pessoas (LEVANTAMENTO CENSITÁRIO, 2010). E ainda, devido sua localização privilegiada muitos habitantes de outras regiões usufruem do mercado diariamente. Oficinas gastronômicas são oferecidas gratuitamente.

Já em Londrina foi estudado mercado Shangri-lá (Figura 11), construído em 1954, quando a Prefeitura adquiriu um pavilhão construído em área estratégica, no renomado bairro-jardim Shangri-lá.

Esta área já na época continha ruas curvas asfaltadas e sem cruzamentos, com praças em meia lua e arborização estética que definiam uma nova paisagem. Este pavilhão possui uma linguagem modernista, pois era uma construção em formato “V”, com corredores laterais e três acessos e um pátio a céu aberto, onde ficavam enfileiradas as bancadas de produtos agrícolas. Possui próximo, em frente ao vértice do “V” uma pequena praça com ligação direta ao mercado. Chegou a abrigar a 1ª feira agrícola da cidade (ExpoLondrina). Atualmente o mercado possui mais de 80 boxes em funcionamento (FOLHA DE LONDRINA, 2010).



Figura 11 – Fachada Principal do Mercado Shangri Lá  
[Fonte:[http://v8.cache4.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/10920895.jpg?redirect\\_counter=1](http://v8.cache4.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/10920895.jpg?redirect_counter=1).]



Figura 12 – Interior do Mercado Shangri Lá  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

O bairro Shangri Lá é um dos mais renomados da cidade, com muitas áreas verdes. O mercado está em um ponto estratégico do bairro, podendo ser acessado facilmente por seis ruas. É o mercado mais influente da cidade, diariamente recebe um público significativo. Depois de muitas décadas de existência, o mercado passou por fases. Mesmo com o declínio de alguns anos atrás, atualmente o mercado

vive um momento de vitalidade, com corredores cheios e ainda oferecendo um diferencial, a cozinha experimental no mercado.



Figura 13 – Fachada e acesso do Mercado Shangri Lá  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

Muitas ruas dão acesso ao mercado, porém não possui estacionamento próprio, mas apenas algumas vagas em frente ao edifício (Figura 13). O acesso ao pedestre também é complicado, devido as inúmeras ruas que cercam o prédio, apenas uma pequena praça em frente à fachada principal facilita esse contato do pedestre (Figura 11). Londrina assim como Presidente Prudente possui um Quadrilátero Central formado pela Rua Brasil, Juscelino Kubitschek, Higienópolis e Leste/Oeste localizado próximo ao mercado.

Por fim, foram visitados dois mercados de cidades médias, onde procurou observar os problemas atuais e os aspectos positivos, além de conversas com os comerciantes.

São José do Rio Preto está localizado na região noroeste do estado de São Paulo e possui aproximadamente 410 mil habitantes (IBGE, 2010). A cidade conta com um antigo mercado municipal inaugurado em 1944, com área central altamente privilegiada de 4200m<sup>2</sup>, próximo a Prefeitura, calçadão e terminal rodoviário. O edifício ocupa 1700m<sup>2</sup> e possui características Art Déco, com corpo central como elemento verticalizante, volumes e pilares arredondados, platibandas em níveis diferentes e marquises (Figura 14). É um patrimônio tombado pelo município e eleito por voto popular uma das sete maravilhas da cidade (DIARIOWEB, 2007).



Figura 14 – Fachada Principal de Mercado de São José do Rio Preto  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011]

O acesso é proporcionado por duas entradas laterais e uma na fachada principal, ainda há uma quarta porta de acesso mas apenas para os comerciantes onde ocorre a carga e descarga. Atualmente possui 138 boxes, entre eles hortifruti, açougue, grãos, produtos naturais, mercearia, rotisseria, empório, flores e plantas, lanchonetes, pastelarias e até mesmo uma lotérica (Figura 15). Assim como na maioria dos mercados antigos o estacionamento é um ponto baixo, já que não comporta o número de usuários e torna um caos nas ruas de acesso, atrapalhando e até mesmo interrompendo o trânsito.



Figura 15 – Interior do Mercado de São José do Rio Preto  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

Já Piracicaba é uma cidade do interior, próximo a região central do estado de São Paulo, que de acordo com o IBGE possui 365 mil habitantes. O município conta com um Mercado Municipal (Figura 16) inaugurado no ano de 1888 e ampliado 1958 (TV BEIRARIO, 2009).

Com aproximadamente 3000m<sup>2</sup>, o edifício é tombado pelo CODEPAC (Conselho Deliberativo Municipal do Patrimônio Cultural) devido à importância histórico-cultural, possuindo ainda alguns boxes administrados pelas mesmas famílias há décadas (TV BEIRARIO, 2009).



Figura 16 – Fachada Principal do Mercado de Piracicaba  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 17 – Interior do Mercado de Piracicaba  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

Nas visitas aos mercados de São Paulo (Lapa e Pinheiros) foram aplicados 20 questionários em cada, nos dias 20 e 21 de janeiro de 2011, sendo 10 com comerciantes e outros 10 com usuários, assim como conversas informais a fim de obter mais informações e opiniões dos usuários (detalhes dos gráficos nos APÊNDICES). Já na cidade de Presidente Prudente nas inúmeras visitas, procurou conversar com diversos proprietários, que constantemente se mostravam insatisfeitos com o edifício, com a localização e descaso da Prefeitura.

Tanto nos mercados que foram aplicados os questionários quanto nos que foram apenas visitados com conversas informais

(Londrina, São José do Rio Preto e Piracicaba), pode-se perceber que o estacionamento é um problema constante (Gráfico 03, APÊNDICES). Como os edifícios foram projetados há décadas atrás, quando o fluxo de veículos pessoais era imensamente menor, a área destinada ao estacionamento é muito pequena perto do necessário para atender a demanda atual.

### 2.3. A cidade de Presidente Prudente

Presidente Prudente surgiu da união de dois núcleos urbanos que foram criados para favorecer as vendas de terras feitas por Francisco de Paula Goulart e José Soares Marcondes. Como era necessário um centro de ligação entre o sertão e as áreas mais povoadas, Goulart ficou responsável pela fundação, ocorrida em 14 de setembro de 1917, enquanto Marcondes pela sistemática colonização. Devido à importância histórica, poder político, econômico e social, ambos ostentaram o título de coronel, mesmo não tendo participado da Guarda Nacional (ABREU, 1972).

O Coronel Goulart era proprietário da gleba Pirapó-Santo Anastácio, por sua vez, o Coronel Marcondes tinha a posse de Montalvão, surgindo assim os povoados da Vila Goulart e Vila Marcondes, englobados na cidade de Presidente Prudente e separados pela Estrada de Ferro Sorocabana. E foi a partir das proximidades da estação férrea que a cidade começou a se desenvolver (ABREU, 1972).

Hoje, com seus 94 anos, Presidente Prudente possui uma população de 207.725 habitantes em uma área geográfica de 562,11km<sup>2</sup> (IBGE, 2010). Está situada entre os rios Paraná, Paranapanema e do Peixe e é a principal cidade do oeste paulista (Figura 18) e sede regional da Região Administrativa de Presidente Prudente (Figura 19). Ainda conecta os Estados de São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul. Ambos Estados estão a menos de 100 quilômetros da cidade, portanto é comum encontrar moradores de pequenas cidades próximas a divisa estadual em Presidente Prudente (FUNDAÇÃO SEADE, 2009). As atividades desenvolvidas por esses visitantes são diversas, mas potencialmente movidas pelo comércio central, shoppings centers, aeroporto, serviços e lazer.

A cidade também se destaca no ensino, pois conta com grandes instituições de ensino superior e atrai um número significativo de estudantes de diversas localidades, tornando-se um pólo estudantil, contando com a Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Faculdade de Ciências e Tecnologia), as Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo, a Faculdade de Presidente Prudente (UNIESP) e a Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE), Faculdade de Tecnologia (FATEC) e duas instituições de cursos técnicos (SENAC e SENAI), somando aproximadamente 30 mil alunos (PÉRICO, 2010).



Figura 18 – Localização de Presidente Prudente no Estado de São Paulo  
[Fonte: <http://www.portalprudente.com.br/prudente.htm>.]

A região administrativa de Presidente Prudente conta com 53 municípios e é rota de escoamento e passagem de produtos, pois tem como principais vias de acesso a Rodovia Raposo Tavares, que liga a cidade de São Paulo ao Estado do Mato Grosso do Sul; a Assis Chateaubriand que o noroeste do Estado ao Paraná; a Júlio Budisk, que conecta Presidente Prudente à SP-294 e por fim a Comandante João Ribeiro de Barros, que se liga ao rio Paraná e, no sentido oposto, com Bauru e a Marechal Rondon. E ainda Presidente Prudente está em uma área de influência da hidrovia Tietê-Paraná, o que a torna um corredor de escoamento para os países do MERCOSUL (FUNDAÇÃO SEADE,

2009). Por todos os motivos citados anteriormente, a cidade possui uma vida social intensa.



Figura 19 – Região Administrativa de Presidente Prudente  
[Fonte: Instituto Geográfico e Cartográfico, 2007.]

Para atender esse público, além dos supermercados e sacolões, a cidade ainda conta com as feiras e CEAGESP para comercialização de produtos alimentícios.

O dia de feira é sempre cercado de intenso movimento, barracas sendo montadas, produtores descarregando mercadorias, comerciantes expondo os produtos para atrair o consumidor e em

poucos minutos o público lota as ruas e assim se iniciam as trocas de produtos e informações.

A feira era sobretudo o encontro de mercadores, frequentemente vindos de muito longe, que durava muitas semanas. O século XII viu surgir ciclos de feiras regionais e inter-regionais que formavam uma espécie de mercado contínuo, exceto no período de mau tempo (FOURQUIM apud VARGAS, 2001, p. 146).<sup>6</sup>

Presidente Prudente possui 20 feiras livres<sup>7</sup> em funcionamento, que agregam cerca de 430 feirantes, alternando dias e horários diferenciados, em sua maioria das 6h15 às 12h. Nas terças-feiras, acontecem na Vila Industrial, Jardim Eldorado, Parque Alvorada e Maré Mansa. Nas quartas-feiras, os feirantes se concentram no Jardim Paulista, Vila Formosa e Vila Brasil. Nas quintas-feiras, são realizadas na Vila Marcondes, Cohab e Conjunto Habitacional Ana Jacinta. Todas as sextas-feiras, na Vila Dubus, Jardim Planalto e Jardim Vale do Sol. Já, aos sábados, são realizadas na Vila Tabajara, Jardim Estoril, Cecap e Parque Cedral. E, por fim, a principal feira da cidade é realizada aos sábados das 16h às 21h e, aos domingos pela manhã, localizada na Avenida Manoel Goulart.

<sup>6</sup> FOURQUIM, G. História econômica do Ocidente medieval, 1981.

<sup>7</sup> Segundo o site da Prefeitura <http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/>



Figura 20 – Feira na Avenida Manoel Goulart  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

A feira da Avenida Manoel Goulart (Figura 20) é a mais famosa, pois além dos dias estratégicos (sábado e domingo), quando a grande parte da população não trabalha, a sua localização privilegiada, em uma das principais avenidas, facilita e atrai um grande número de pessoas. Ainda que alguns habitantes questionem e até discordem com a localização da feira, por fechar parte da avenida por horas durante os finais de semana, sendo registrados alguns acidentes, a feira da Manoel Goulart é a mais frequentada da cidade. Não são apenas os moradores das proximidades, muitos vêm de longe em busca de produtos de qualidade e com preços acessíveis. A relação

social criada por esse ambiente é um aspecto marcante. Pode-se observar, com frequência, crianças, estudantes, adultos e idosos se relacionando, aproveitando o espaço público. A existência de estabelecimentos alimentícios, como boxes de pastéis, espetinhos, tapiocas, doces, entre outros, aumentam o tempo de permanência da população na feira.

Além dos alimentos hortifrutigranjeiros, a feira oferece peixes e especiarias. Muitos temperos são encontrados apenas na feira e moídos na hora. Pode-se encontrar pão caseiro, pamonha e até mesmo comida oriental. Ainda há artigos como roupas, bolsas, tapetes, produtos para enxoval, CDs e DVDs, brinquedos, plantas e animais (peixes). A população tem grande identificação com esse modelo de comércio. Na inauguração da 20ª feira da cidade, no bairro Brasil Novo, houve um registro de 1.500 pessoas. Essa feira surgiu de uma reivindicação dos moradores frente à SEDEPP (Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Presidente Prudente), que é a responsável por estas feiras e ainda há perspectiva de criação de novas para suprir a cidade. No entanto, pode-se observar que elas não estão disponíveis a todo o momento, existem dias específicos para a realização destas, em diferentes áreas da cidade, portanto, limitando o acesso a toda a população.

Na cidade há também o entreposto do CEAGESP - Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo - que é uma autarquia ligada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e possui

34 unidades de armazéns, silos e graneleiros da rede pública do Estado. As estruturas de armazenamento procuram diminuir as perdas de alimentos oferecendo serviços como expurgo, limpeza e secagem. O armazém está localizado na Rodovia Raposo Tavares, em frente ao Posto Policial Federal. A área possui um armazém convencional para 15 mil toneladas e um silo vertical para cinco mil toneladas.

A CEAGESP também mantém um complexo de 13 entrepostos atacadistas responsáveis por grande parte do abastecimento do Estado de São Paulo. Entreposto é onde armazenam e comercializam os produtos agrícolas. Nos complexos se destacam produtos e serviços de varejões e feiras de flores. Na cidade se situa na Avenida Presidente Juscelino Kubitchek, no bairro Jardim Jequitibás (Figura 21). O local aluga espaço para 120 permissionários (produtores ou empresas que ofertam) estocarem seus produtos (Figura 22) e são os comerciantes que vão até a área para negociar. A comercialização funciona de segunda-feira a sábado das 7 horas às 15 horas enquanto a Feira de Flores apenas nas quintas-feiras das 6 horas às 11 horas. O entreposto da cidade possui um volume médio de comercialização mensal de 4,5 mil toneladas, totalizando aproximadamente 55,8 mil toneladas por ano, correspondendo a 1,5% do total da rede CEAGESP. Esse volume está próximo ao comercializado pela cidade de Bauru, que possui 54,6

mil toneladas por ano, contudo muito além de Marília com 9,2 mil toneladas anuais<sup>8</sup>.



Figura 21 – Administração da CEAGESP  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

Porém a maior parte dos produtos comercializados na cidade vem de outros estados como Goiás e Paraná. Da região do oeste paulista apenas estão presentes produtos como batata doce, melancia e tomate, mas em quantidades pouco expressivas<sup>9</sup>. Juntamente a área do entreposto, situa-se o banco de alimentos da cidade, no qual os permissionários doam alimentos para empresas municipais e entidades

<sup>8</sup> Dados obtidos no site da CEAGESP - <http://www.ceagesp.gov.br/>

<sup>9</sup> Dados coletados com Thiago Pereira da Silva, encarregado do escritório da CEAGESP de Presidente Prudente.

filantrópicas, produtos que não estão aptos à venda, contudo ainda podem ser consumidos.



Figura 22 – Armazenamento da CEAGESP  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

### 2.3.1. Mercado Público

Praticamente não existem informações escritas sobre o antigo edifício do mercado público de Presidente Prudente, porém é fundamental entender o desenrolar da história. Através de uma série de entrevistas, com Maciel Siqueira, proprietário da peixaria Navio, localizado no atual mercado e com os professores da UNESP de Presidente Prudente Doutor José Roberto Fernandes Castilho e a

Doutora Neide Barrocá Faccio, que, na época de funcionamento do antigo mercado, eram vizinhos e frequentadores constantes, (através da metodologia de História Oral), podemos entender o começo do mercado público na cidade e ao decorrer das décadas.

História oral é um processo de aquisição de entrevistas inscritas no “tempo presente” e deve responder a um sentido de utilidade prática, social, e imediata. Isso não quer dizer que ela se esgote no momento de sua apreensão, do estabelecimento de um texto da eventual análise das entrevistas (MEIHY; HOLANDA, 2010, p. 19).

De acordo com os relatos, o primeiro mercado de Presidente Prudente surgiu no final da década de 1950 e ocupava uma quadra inteira próxima a Associação Prudentina de Esportes Atlético (APEA). Sua localização (Figura 23) em uma das principais avenidas, Coronel Marcondes, era um dos pontos fortes do mercado, juntamente com o grande número de boxes de produtos alimentícios. Tanto os prudentinos, quanto os moradores de outras cidades, encontravam facilmente o edifício.

Contudo no começo da década seguinte houve um desmoronamento parcial, impedindo o funcionamento de inúmeros boxes e diminuindo drasticamente o mercado. Mesmo com o passar dos anos a Prefeitura nada fez para reerguê-lo, fazendo com que o mercado nunca mais fosse o mesmo. A área afetada se tornou

esconderijo para usuários de drogas e encontros amorosos. Além disso, a Prefeitura que inicialmente alugava os boxes decide vender os espaços para os comerciantes.



Figura 23 – Antigo mercado público e Quadrilátero Central  
[Fonte: Google Earth, 2011. Editado pela autora.]

No início dos anos 90, a Prefeitura decide demolir o que ainda restou do edifício e transformar a área em uma praça, que atualmente é também sede de um centro odontológico (Figura 24). Alguns comerciantes foram indenizados, outros preferiram manter os estabelecimentos e foram desalojados para a área do mercado atual.



Figura 24 – Praça atual na área do antigo mercado  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

Em 1993 surge o atual Mercado Modelo Municipal Luiz Maurício Sandoval de Presidente Prudente que está localizado na Vila Bôscoli, entre as ruas Djalma Dutra e José Dias Cintra, próximo ao centro, a dois quarteirões da Avenida Coronel José Soares Marcondes e a três quarteirões da Avenida Manoel Goulart, cerca de 500 metros do Quadrilátero Central (Figura 25).



Figura 25 – Mercado Modelo Atual (amarelo) e Quadrilátero Central (cinza)  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

O Mercado Modelo encontra-se em uma ZCS1 (zona comercial e serviço central, de ocupação vertical), onde pode se deparar com alguns estabelecimentos de usos comerciais e de serviços nas proximidades. No entanto, está muito próximo a ZR3 (zona residencial de alta densidade populacional de interesse social, de ocupação horizontal e vertical), o que explica o grande número de residências em seu entorno, dificultando o acesso principalmente de moradores de outras localidades, por compreenderem que é apenas mais uma área residencial da cidade. Em frente à entrada principal do Mercado possui uma ZE (zona especial de recreação e lazer), o Parque de Uso Múltiplo Coronel Miguel Brizola de Oliveira (PUM).



Figura 26 – Entrada do Mercado Modelo pela Rua Djalma Dutra  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

O Mercado Modelo possui uma área de aproximadamente 870m<sup>2</sup> construídos, contendo serviços de depósito e lixo, dois banheiros e apenas 14 boxes em funcionamento, sendo quatro rotisserias, três quitandas, dois açougues, dois empórios, uma peixaria, um salão de cabeleireiro e uma loja de roupas. Sua entrada principal é realizada pela Rua Djalma Dutra, onde existe um desnível de aproximadamente 2 metros, escondendo o Mercado, afastando do público, relatado na Figura 26. Já a entrada pela Rua José Dias Cintra é secundária (Figura 27), pois é utilizada como acesso de carga e descarga e retém o depósito de lixo.



Figura 27 – Entrada do Mercado Modelo pela Rua José Dias Cintra  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

O prédio foi inaugurado, com a promessa de ser um local provisório para os comerciantes do antigo mercado público, pois os proprietários não estavam satisfeitos com a nova área cedida, que ao contrário da área do antigo mercado que o colocava em evidência na Avenida Coronel Marcondes, o novo mercado dificultava o acesso ao público. Os comerciantes que migraram do antigo mercado obtiveram preferência de escolha nos boxes escolhidos, até mesmo ocupando área três vezes maior que os demais.

Atualmente os proprietários não pagam aluguel a Prefeitura. Conseguem direito aos boxes por meio de licitação e quando obtida se tornam responsáveis pela área e por pagar o condomínio, além de

arcar com os custos de segurança e reformas do mercado. Ainda assim há ocorrência de furtos a boxes e veículos, e necessidade de melhorias principalmente referentes ao conforto térmico. Em conversas com os proprietários, reclamam do descaso da Prefeitura, que não incentiva o uso, nem promove eventos para divulgar e atrair o público. E ainda não há placas ao longo da cidade indicando os caminhos para se chegar ao mercado, do mesmo modo que no próprio mercado não há identificação. A Prefeitura apenas auxiliou em uma reforma com a mão de obra, enquanto os proprietários arcavam com os custos dos materiais.



Figura 28 – Pátio e entrada principal do Mercado Público em Presidente Prudente  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]



Figura 29 – Estacionamento do Mercado Modelo na Rua José Dias Cintra  
[Fonte: FRATANTONIO, 2010.]

Os permissionários julgam a localização (área residencial, com ruas não movimentadas e com o edifício escondido no terreno) um agravante refletido no pequeno número de usuários. Já a distribuição do prédio não agrada aos proprietários e usuários. O pátio central aberto por ser pouco arborizado, como se pode observar nas Figuras 27 e 28, torna a área extremamente quente, assim como o interior dos boxes. As chuvas são outro problema agravados com o pátio descoberto, espantando os clientes e por inúmeras vezes molhando os alimentos dos comerciantes. O mercado ainda não possibilita que automóveis entrem para descarregar as mercadorias, ou seja, os funcionários vão até a área reservada para carga e descarga na Rua

José Dias Cintra e com carrinhos de mão levam os produtos até os boxes, a qualquer hora do dia. O estacionamento está no quarteirão ao lado e possui acesso pela Rua José Dias Cintra (Figura 29).

Alguns boxes procuravam estar abertos um pouco além do horário comercial, depois das 18 horas e nos fins de semana, mas com a ocorrência de assaltos, devido ao pouco movimento e iluminação artificial ruim, os proprietários estão optam por não manter o mercado aberto ao anoitecer.

Em Presidente Prudente, foram feitas inúmeras visitas e entrevistas com os permissionários. A insatisfação está presente em todas as conversas, seja sobre o descaso da Prefeitura, localização ou baixo público. Proprietários dos boxes que vieram do antigo mercado relatam que na época da mudança para a área atual, existia um desejo se instalar no início do Parque do Povo, próximo ao Prudenshopping. Uma das proprietárias até mesmo sugere o Centro de Eventos<sup>10</sup> como um local em potencial para se instalar o mercado, pois é evidente que necessita de uma área bem maior do que a atual. Sobre o descaso, os comerciantes reivindicam que o mercado apareça na página online da Prefeitura<sup>11</sup> e nas placas indicativas de trânsito da cidade.

Os produtos comercializados no Mercado Modelo possuem um público específico, mas não numeroso. O pequeno número de boxes

<sup>10</sup> O Centro de Eventos SEDEPP se encontra na Avenida Joaquim Costantino, no bairro Vila Formosa, próximo ao posto 400, nas margens da Rodovia Raposo Tavares.

<sup>11</sup> Site: <http://www.presidenteprudente.sp.gov.br>

dificulta ainda mais para que esses produtos se tornem mais acessíveis, pois praticamente não há concorrência. A peixaria, que era originalmente do antigo mercado, é o principal atrativo do local, principalmente por ser tradicional e pela baixa concorrência nesse tipo de produto na cidade. Mesmo praticando preços mais elevados obtém um fluxo considerável de pessoas, diferentemente dos demais boxes, que apresentam uma demanda maior apenas nos fins de semana. Um atrativo do mercado é oferecer entregas à domicílio, e este serviço é que ainda mantém muitos dos boxes em funcionamento.

As ruas de acesso ao Mercado também são responsáveis pela pouca utilização do mesmo. Estas não são convidativas, pelo contrário, praticamente não possuem movimentos e isso dificulta a circulação de pedestres, limitando o acesso apenas aos motoristas.

### 3. ESCOLHA DO TERRENO

Tendo em vista todos os estudos realizados, para a escolha do terreno foram levados em consideração fatores fundamentais para a implantação de um mercado. Primeiramente o acesso, o terreno deve estar em uma área onde tanto os moradores de Presidente Prudente, quanto os de outras cidades consigam encontrar facilmente, assim como os caminhões que abastecem o mercado possam transitar por avenidas, ligadas as rodovias.



Figura 30 – Área escolhida e bairros adjacentes  
[Fonte: Base 10, FRATANTONIO, 2011.]

A área escolhida para implantação do mercado está nas proximidades do bairro Vila Furquim, próximo a linha férrea (em vermelho, Figura 30).

O terreno está situado em uma ZR2 (zona residencial de média densidade populacional, de ocupação horizontal). As características de uso estão detalhadas na Tabela 02 enquanto na Tabela 03 especifica os parâmetros e índices urbanísticos.

Tabela 02 – Características de uso da área

ANEXO I PRESIDENTE PRUDENTE / ZONEAMENTO CARACTERÍSTICAS DE USO			
ZONAS	Permitidos	Tolerados	Proibidos
ZR2	Residencial unifamiliar Residencial multifamiliar horizontal e vertical Comércio e serviço vicinal Comércio e serviço de bairro Comércio e serviço de geral	Comércio e serviço específico Indústria não poluitiva	os demais

[Fonte: Secretaria de Planejamento de Presidente Prudente – mapa de zoneamento 2008.]

Tabela 03 – Coeficientes da Lei de Uso e Ocupação do Solo

ANEXO II PRESIDENTE PRUDENTE / ZONEAMENTO PARAMETROS E ÍNDICES URBANÍSTICOS									
Zonas	Tamanho mínimo do lote	Fronteiras Mínimas do lote normal/esquina	Coefficiente de aproveitamento máximo	Taxa de ocupação máxima	Recuo Frontal mínimo	Área mínima do terreno por unidade habitacional	Taxa de permeabilidade Mínima	Cobertura de altura máxima	
ZR2	250	12 / 14	2	70	4	60	10	3 (8)	

[Fonte: Secretaria de Planejamento de Presidente Prudente – mapa de zoneamento 2008.]

O terreno proposto se encontra a aproximadamente 730 metros do Quadrilátero Central e nove quarteirões do calçadão de Presidente Prudente, além de estar na continuação da Avenida Brasil, uma das principais da cidade com acesso a rodovia (Figura 34). Essa aproximação do centro é um atrativo para o público que usufrui diariamente a área, que não se limita apenas aos moradores de Presidente Prudente.

Os bairros vizinhos, Bosque, Vila Maristela, Parque Furquim e Residencial Jarina, não possuem grandes referências de locais para a comercialização de produtos alimentícios, restaurantes e bares, apenas uma padaria desempenha papel de destaque (Figura 31).



Figura 31 – Estabelecimento alimentício de maior relevância na área  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

O novo terreno não se destoa da área do mercado modelo atual e do primeiro mercado da cidade (Figura 32).



Figura 32 – Estabelecimento alimentício de maior relevância na área  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]





Figura 34 – Principais avenidas e Quadrilátero Central de Presidente Prudente  
 [Fonte: Base 10, FRATANTONIO, 2011.]

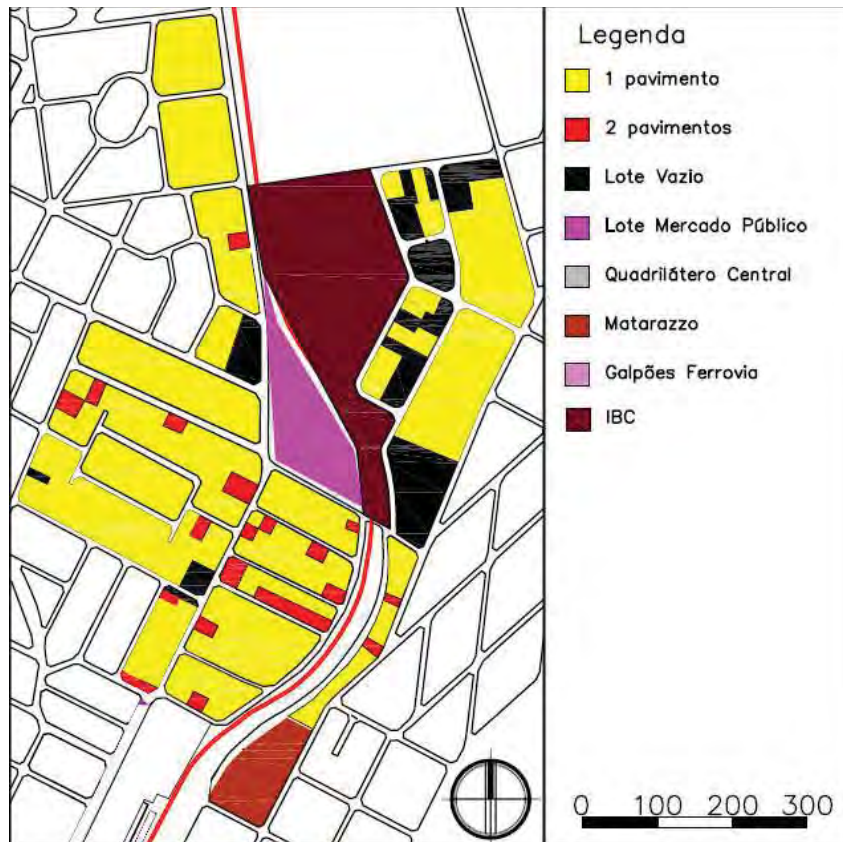


Figura 35 – Gabarito do entorno  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]

O entorno é basicamente formado por edifícios de um pavimento e alguns lotes vazios (Figura 35). Sobre o uso e ocupação, a maior parte da área é residencial porém com inúmeros comércios e serviços, como pode ser observado na Figura 36.

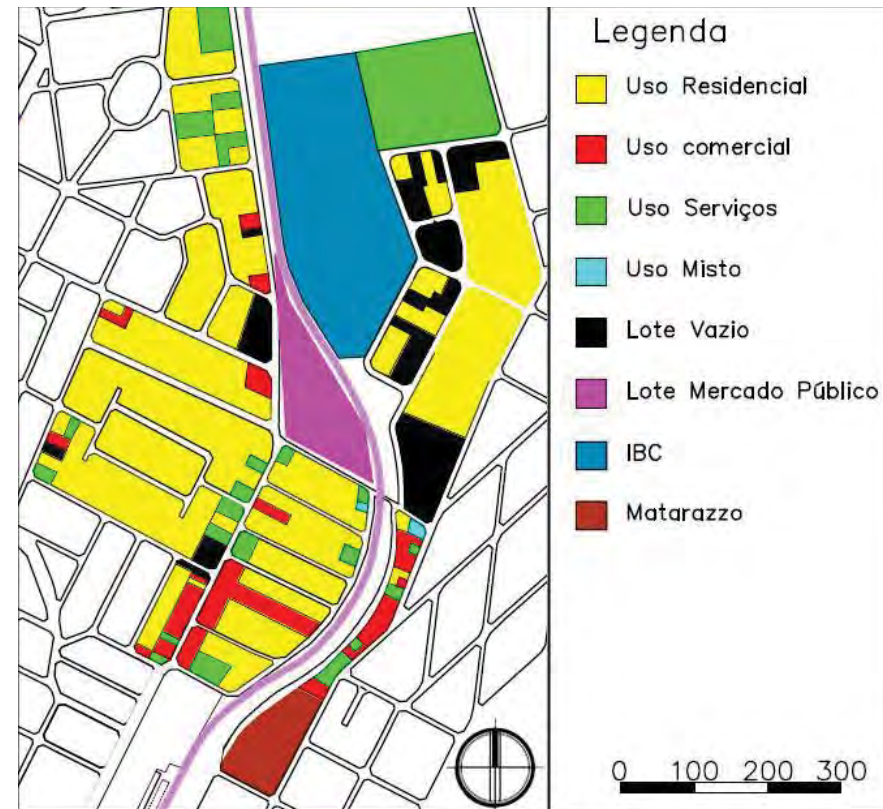


Figura 36 – Uso e Ocupação do entorno  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]

O entorno ainda conta com dois edifícios de relevância para a cidade, o Centro Cultural Matarazzo e a antigo pavilhão do Instituto Brasileiro do Café (Figura 37).

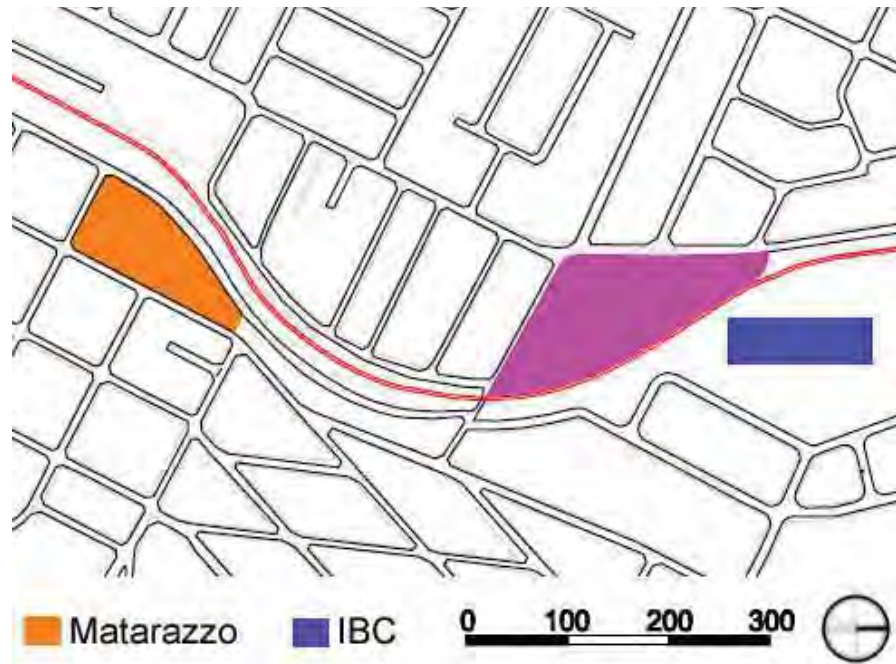


Figura 37 – Eixo Cultural Proposto  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]

De acordo com a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Presidente Prudente, as indústrias Matarazzo surgiram em 1937 com sede nos galpões da Companhia Marcondes de Colonização, Indústria e Comércio. Foram referências na mudança econômica, do café para o algodão, mas com o declínio industrial iniciado na década de 1970, a indústria fecha suas portas e os galpões ficam abandonados. Contudo a comunidade cultural começa a lutar para recuperar o espaço,

consegue o tombamento em 1987, mas ainda assim o local persiste abandonado e em péssimo estado de conservação.



Figura 38 – Centro Cultural Matarazzo  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

Em 2007 que o Centro Cultural Matarazzo (Figura 38) nasce oferecendo para toda a população oportunidades artísticas. O espaço conta com teatro, galeria, auditório, cinema, ateliê, estúdio áudio visual, coreto, praça, restaurante e café, abertos ao público, além de

ser sede da Biblioteca Municipal, Escola Municipal de Artes e Secretaria de Cultura.

O Instituto Brasileiro do Café (Figuras 39 e 40) é um pavilhão da década de 1950 com valor histórico, patrimonial e arquitetônico. Funcionou até o fim dos anos de 1980 e sendo extinto em 1990. Após anos não utilizado, em 2007 a Prefeitura negociou junto ao Ministério do Planejamento (responsável pelo edifício) tornando o espaço em um centro de eventos, que abriga na sua maioria festas, exposições e quermesses (PÉRICO, 2010).



Figura 39 – IBC  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

A área readquiriu vida e movimento e se tornou valorizada pela população. Essa recuperação do IBC somado ao Centro Cultural Matarazzo, devolveu à região histórica da linha férrea a evidencia até então esquecida.



Figura 40 – Galpão e IBC  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

Junto aos outros dois equipamentos, o mercado público surgiria como um terceiro elemento integrando à área e formando um eixo cultural para a cidade, como um ponto de referência, um local turístico peculiar. Atraindo um o público distante que almeja o que o

mercado tem a oferecer, juntamente com população que já usufrui do Matarazzo e IBC.

A área possui vegetação significativa (Figura 42), com seringueiras centenárias durante grande parte da Rua José Claro (Figura 41). No entanto elas estavam presentes também na Rua Dr. Hugo Vitale, mas devido a um projeto da Prefeitura em duplicar a rua, foram retiradas e “compensadas” com uma Alameda dos Ipês (SITE PREFEITURA, 2010).



Figura 41 – Seringueiras  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 41 – Vegetação  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]

Essa alameda foi criada na Rua Hugo Vitale, com mudas de ipês roxos plantados em frente à área das seringueiras retiradas e ainda surgiram duas rotatórias e alguns canteiros (Figura 43).



Figura 43 – Projeto da duplicação da Rua Hugo Vitale  
[Fonte: Prudenco, 2011.]

Sobre a insolação na cidade de Presidente Prudente, de acordo com o Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, os raios solares incidem cerca de 8 horas diárias. Já a característica básica do hemisfério sul, o trajeto solar de leste para oeste levemente inclinado para o norte, faz com que as fachadas norte e oeste sejam as mais afetadas, observada na Figura 44. Os ventos da cidade são predominantemente leste – oeste, contudo nos últimos anos tem incidido em direção nordeste para sudoeste (Boletim Climatológico – FCT UNESP, 1996).

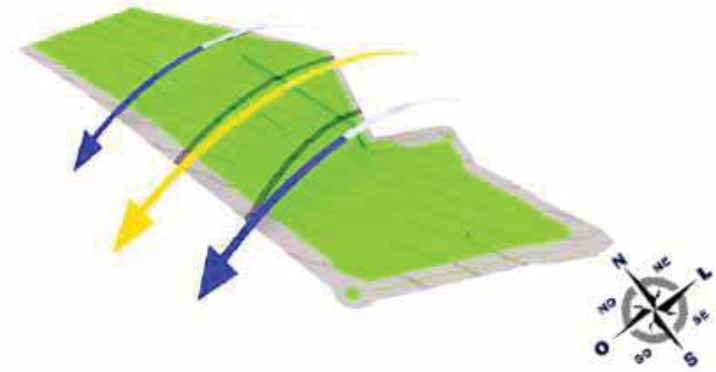


Figura 44 – Representação topográfica, estudos de ventilação (azul) e insolação (amarelo)  
[Fonte: PÉRICO, 2010.]

#### 4. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

As referências projetuais são uma seleção de projetos e obras que influenciam e embasam fundamentos e conceitos para o projeto proposto. Através dos estudos das referências, pode-se melhor avaliar, extraindo os pontos positivos procurando repetir no futuro projeto.

Para este projeto, foram utilizados:

- Mercado de São Miguel, em Madrid, Espanha;
- Museu do Pão, Ilópolis, Rio Grande do Sul;

- Ginásio Itanhaém, Itanhaém, São Paulo.

#### 4.1. Mercado de São Miguel – Madrid



Figura 45 – Interior do Mercado de São Miguel  
[Fonte: <http://teveoenmadrid.files.wordpress.com/2010/11/mercado-san-miguel-madrid-lanetro.jpg>.]

O mercado de São Miguel está localizado na área central de Madrid, onde está a parte mais importante, com comércio, cultura e lazer. O edifício é o único mercado de ferro existente e é considerado um monumento (Figura 45). No século XVIII existia um mercado ao ar livre nessa mesma área, por isso foi decidido construir um mercado

coberto para que não dependesse do clima e para maior conforto a população. Assim no ano de 1916 o mercado foi concluído. Atualmente é o mercado de maior importância para a cidade, atraindo um grande número de moradores e turistas, além de estar situado na Praça de São Miguel facilitando o acesso.



Figura 46 – Mercado de São Miguel no período noturno  
[Fonte: <http://www.tuomaquia.com/2010/01/passeando-por-madri-ao-vivo-e-cores.html>.]

Podem ser encontradas iguarias de muitos locais do mundo, mas é o lugar certo para encontrar produtos da culinária espanhola, apresentando para os turistas os costumes e tradições do país. Ainda

possui bares que lotam o mercado até altas horas (Figura 46). Nos fins de semana o mercado fica aberto até as 2 horas da manhã<sup>12</sup>.



Figura 47 – Fachada principal do Mercado de São Miguel

[Fonte:

[http://3.bp.blogspot.com/\\_fnkly2Gds6Q/S93uNp75Lal/AAAAAAAAAIA/TohkZN1CKrs/s1600/8oopx-Mercado\\_de\\_San\\_Miguel\\_%28Madrid%29\\_04.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_fnkly2Gds6Q/S93uNp75Lal/AAAAAAAAAIA/TohkZN1CKrs/s1600/8oopx-Mercado_de_San_Miguel_%28Madrid%29_04.jpg).]

É composto por estruturas de ferro, proporcionando uma leveza ao edifício, e fachadas de vidro (Figura 47), mostrando para quem apenas passa em frente, tudo que acontece dentro do mercado.

Sua localização central facilita o acesso de pedestres, motoristas e até mesmo quem utiliza o transporte público. Possui uma livraria de culinária e mesas de degustação comunitária.

As referências projetuais do mercado de Madrid são através da relação do mercado com a praça em frente ao prédio, proporcionando uma ligação e continuidade da área pública, juntamente a transparência, resultado do uso de vidros que transformam as fachadas em vitrines, exibindo os seus produtos, tornando-se ainda mais atrativas. A vida noturna que o mercado possui, aberto aos fins de semana até altas horas, sendo utilizado como bar e restaurante, atraindo tanto turistas como moradores da cidade é também referência para a elaboração do projeto em Presidente Prudente.

#### 4.2. Museu do Pão - Ilópolis

A cidade de Ilópolis possui um moinho Colognese do começo do século XX construído por uma família de imigrantes italianos. Inteiramente de madeira (pinho do Paraná), o moinho foi abandonado no final dos anos 90 após o falecimento do moleiro. No entanto, a partir de lá se deu o primeiro passo para criar uma rota turística e cultural na região, chamado de Caminho dos Moinhos.

<sup>12</sup> Site do Mercado de San Miguel - <http://www.mercadodesanmiguel.es/>



Figura 48 – Museu do Pão  
[Fonte: Brasil Arquitetura, 2011]

O moinho (200m<sup>2</sup>) foi restaurado pelo escritório Brasil Arquitetura, que procurou manter os elementos e funções originais. Com o intuito de integrar com a comunidade, o antigo depósito de sacos se tornou uma padaria e café. E ainda foram projetados dois novos volumes (que somam 330m<sup>2</sup>), o Museu do Pão e a Oficina de Panificação, que procuram não se impor ou anular o moinho. O museu é fechado com panos de vidro, ou seja, totalmente transparente, mas ao mesmo tempo há painéis de madeira corrediços externos que protegem da incidência solar. Seguindo o mesmo estilo do moinho, o

museu flutua sobre palafitas seguindo o declive do terreno (Figura 48). Assim como a cobertura que sobre três pilastras com delgados capitéis de madeira e afina de acordo com a proximidade das bordas (REVISTA AU, 2008).



Figura 49 – Vista noturna do Museu do Pão  
[Fonte: Brasil Arquitetura, 2011]

Já a oficina necessita de mais privacidade, pois é onde se encontram os banheiros e uma cozinha-escola, então optaram por um bloco monolítico, impermeável, cravado no terreno de brejo, contudo

a noite as aberturas do subsolo iluminadas aparentam um navio estacionado na areia (Figura 49).



Figura 50 – Croqui Museu do Pão  
[Fonte: Brasil Arquitetura, 2011.]

Tanto a ausência de muros, quanto a abundante transparência atraem curiosidade do público. Assim como o fato de todo o museu estar na mesma cota de nível, torna o conjunto uma extensão da calçada, convidando o público a interagir com o espaço. E mesmo os

volumes terem sido construídos em épocas diferentes, consegue se integrar ao todo, a paisagem.

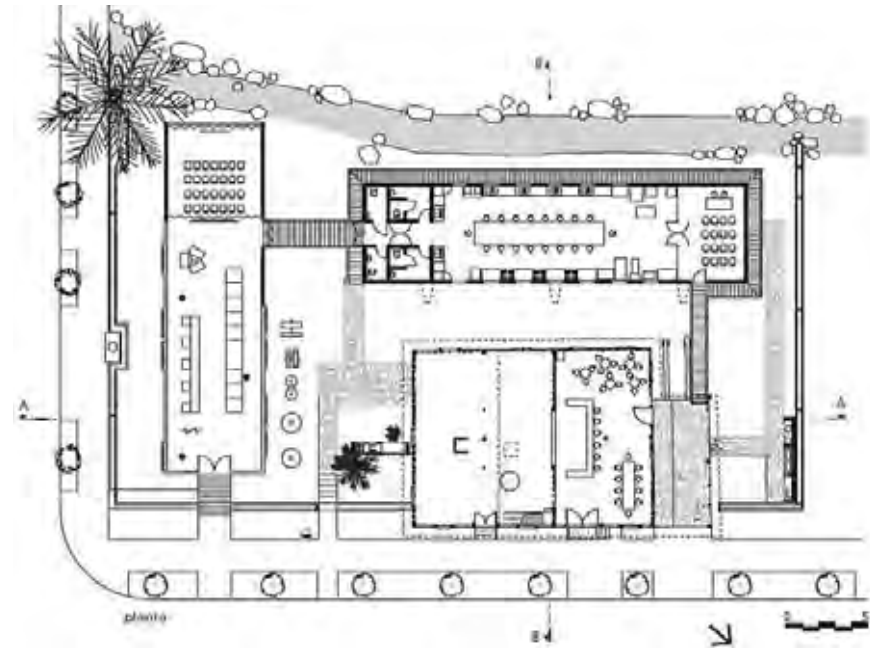


Figura 51 – Planta baixa do Museu do Pão  
[Fonte: Piniweb, revista AU, 2008]

Nesse projeto é analisado e utilizado como referência o seu sistema construtivo, juntamente com a relação entre prédios de diferentes épocas que dialogam ente si e com o entorno, ou seja, a edificação antiga com a contemporânea, sem causar impactos ou se imporem (Figura 50). E ainda a relação do conjunto com a região, que

auxiliado pelas transparências e igualdade de nível, transformam o museu a continuação da calçada, ou seja, extensão do espaço público.

### 4.3. Ginásio de Itanhaém – Itanhaém

Em 1959, Vilanova Artigas projeta uma escola com o primeiro ginásio a adotar o pátio coberto, deixando de lado o sistema de galpão. Devido todo edifício estar sobre única cobertura, cria recintos abertos que permitem abrigar festas e atividades esportivas. O edifício é organizado de acordo com suas funções, colocando as salas de aula enfileiradas de um lado, a secretaria e diretoria do outro e a cantina e os sanitários dispostos no meio do ginásio delimitando perfeitamente o acesso público do privado (Figura 52).



Figura 52 – Elevação do ginásio  
[Fonte: Vilanova Artigas, 1994.]

O edifício chama a atenção pelos pilares triangulares (Figura 52 e 53) que transmitem uma regularidade e promovem sombreamento nas fachadas longitudinais. Ainda há um painel de Francisco Brennand, que lembra a figura de Anchieta (Figura 54).



Figura 53 – Ginásio Itanhaém  
[Fonte: Vilanova Artigas, 1994.]

Depois de analisadas e até mesmo implantadas algumas estruturas mais rebuscadas, pode-se observar com para dialogar com o antigo edifício de modo a não competir com o grande galpão existente, o edifício pede a simplicidade. Ao concluir o layout interno, com organização espacial bem definida e o desejo de criar um edifício

com uma única cobertura e inteiramente aberto, aproximou diretamente das escolas de Artigas. O desejo de proporcionar a sensação de continuidade e repetição presente na estrutura existente encontra-se no Ginásio de Itanhaém. Assim como grandes painéis que utiliza em suas escolas, estudados também para a colocação no novo edifício do mercado.

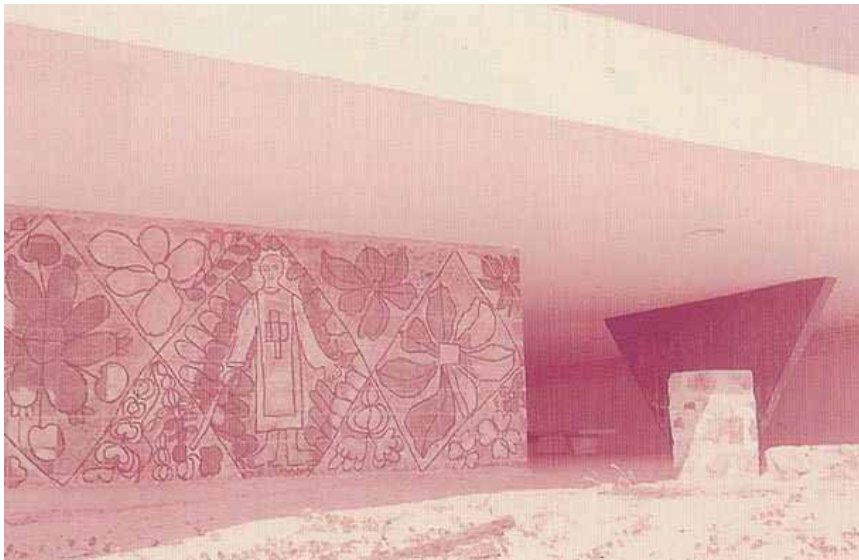


Figura 54 – Painei “Anchieta”  
[Fonte: Vilanova Artigas, 1994]

Outras concepções adotadas por Artigas influenciam o projeto do mercado público, como utilização da iluminação zenital e do

concreto. O concreto além de ser uma solução econômica, lança mão da estrutura do edifício por meio da expressão artística com elegância de grandes vãos e formas leves (ARTIGAS, 1994).

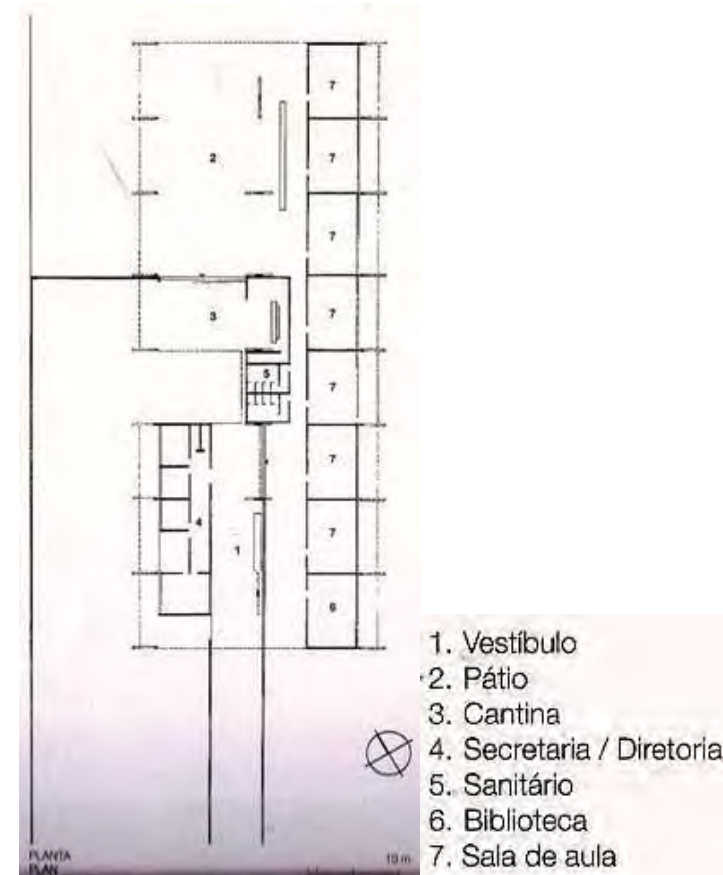


Figura 55 – Planta baixa do ginásio  
[Fonte: Vilanova Artigas, 1994]

## 5. O PROJETO

O projeto já se inicia na escolha do tema, quando procura solucionar uma problemática da cidade. A carência do mercado modelo atual leva a elaboração de um novo espaço para abrigar os boxes existentes e a criação de inúmeros outros, procurando ampliar os setores comerciais. Após estudar o que é necessário para a elaboração de um espaço bem sucedido e os benefícios dos mercados, a escolha do terreno se torna a principal diretriz do projeto.

Ao escolher a região da linha férrea, atualmente defasada, procura recuperar a parte histórica da cidade, ressaltando o Centro Cultural Matarazzo e Centro de Eventos IBC, próximos ao terreno. O restauro e adaptação do antigo silo para o desenvolvimento do mercado induz a procura de projetos que seguirem a mesma linha. Sendo assim, o Museu de Pão aparece como referência projetual de grande importância para a elaboração do novo edifício integrado com o existente. Procurou elaborar um edifício na cota de nível da calçada, de modo que o usuário se sinta convidado a adentrar o espaço, como uma continuação da área público. Assim o novo prédio fica a quatro metros abaixo do silo, mantendo a imponência do galpão. Marquises ligam o pavimento superior do novo edifício ao térreo do antigo galpão a fim de fazer o mercado acontecer sem interrupção.

Inicialmente a nova estrutura surgiu de forma rebuscada, com inúmeros pórticos cortando o edifício em um estilo influenciado por Santiago Calatrava<sup>13</sup>. Contudo a elaboração de uma estrutura marcante voltaria às atenções ao novo edifício, exatamente o contrário da proposta inicial. Após alguns estudos e a elaboração do layout interno, o projeto se assemelha a organização espacial e cobertura única presente nas escolas de Vilanova Artigas<sup>14</sup>. Sendo assim, Artigas se torna influente em outros aspectos como no uso do concreto, iluminação zenital e grandes painéis ao longo do edifício.

Além dos edifícios, o espaço procura criar um ambiente agradável atraindo público diverso, com praças equipadas fazendo com que aconteçam diferentes atividades simultaneamente e por fim funcionando no período noturno com restaurantes abertos aos usuários.

### 5.1. Diretrizes

Como diretrizes para a elaboração do projeto algumas alterações no sistema viário serão feitas. Primeiramente a Rua José

---

<sup>13</sup> Arquiteto e engenheiro espanhol conhecido pela complexidade de suas estruturas, criando formas orgânicas como esqueletos e pássaros.

<sup>14</sup> Arquiteto e engenheiro brasileiro com destaque na elaboração de inúmeras escolas, utilizando o concreto, organização espacial bem definida, cobertura única e espaços abertos.

Claro será duplicada (Figura 57), se transformando em uma avenida, facilitando a circulação de grandes automóveis, que abastecerão o mercado, assim como o acesso dos consumidores. No trecho final da rua, próximo aos antigos galpões da Sanbra, já está duplicado (Figura 59), então o alargamento da via seria um prolongamento (Figura 60), recuado em direção a linha férrea (Figura 56). Apenas quando estiver próximo ao terreno do mercado, o alargamento se dará para o lado do bairro, devido ao antigo galpão Anderson Clayton estar muito próximo da via e possuir lotes vazios na área em frente (Figura 58).



Figura 56 – Área proposta para a duplicação  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 57 – Proposta da Rua José Claro duplicada  
[Fonte: Google Earth, 2011. Editado pela autora.]



Figura 58 – Área proposta para a duplicação em frente ao mercado  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 59 – Rua José Claro duplicada e simples  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 60 – Rua José Claro duplicada  
[Fonte: Google Earth, 2011. Editado pela autora.]

Ainda se tratando de vias, o início da Rua José Claro se tornará o prolongamento da Avenida Brasil até a rotatória situada em frente ao mercado (Figura 61). A avenida termina quando se encontra com a Florindo Coelho, rua que conduz paralelamente a via férrea. A Prefeitura de Presidente Prudente já desenvolveu um estudo sobre esse prolongamento e para a implantação do mercado ocorrer é fundamental esse acesso criado pela Avenida Brasil.



Figura 61 – Prolongamento da Avenida Brasil (roxo)  
[Fonte: Google Earth, 2011. Editado pela autora.]



Figura 62 – Alterações no sistema viário (área retirada em azul)  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]

## 5.2. Programa de necessidades

- Boxes verduras / frutas / legumes
- Boxes de flores
- Boxes mercearia
- Boxes produtos importados (queijos e vinhos)
- Boxes produtos regionais
- Boxes de frios
- Tabacaria
- Boxes de grãos e temperos
- Box de informação
- Rotisseries
- Boxes carnes / aves / peixes
- Boxes pequenos de alimentação / bebidas
- Restaurantes
- Bares
- Praça de alimentação
- Sanitários para o público
- Sanitários / vestiários para funcionários
- Área de carga / descarga
- Cozinha para aulas
- Recepção

- Administração
- Centro de triagem de lixo
- Depósito de lixo
- Área de exposição
- Área de apresentação / shows
- Garagem
- Estacionamento

## 5.3. Pré-dimensionamento

Para a elaboração do dimensionamento foi visitados inúmeros mercados e levado em consideração as dimensões de três mercados de cidades médias (Tabela 04).

<b>Mercado</b>	<b>área (m<sup>2</sup>)</b>	<b>boxes</b>
Londrina	2000	80
São José do Rio Preto	1500	138
Piracicaba	3000	152

Tabela 04 – Área construída e número de boxes  
[Fonte: Diárioweb e Encontra Piracicaba. Modificado pela autora, 2011.]

Contudo não se pode esquecer que esses edifícios foram construídos há décadas, quando o mercado era o principal meio de

distribuição de alimentos. Atualmente os mercados atraem o público com atividades diferenciadas, muitas vezes movidas pelas praças de alimentação, fazendo assim com que os novos mercados que ainda estão por surgir possuam uma área bem maior.

#### 5.4. Edifícios antigos

Encontra-se no terreno um grande galpão (Figura 63) de 18 metros de altura e alguns edifícios adjacentes (Figuras 65, 66 e 67). O galpão utilizado como silo, pertencia a Anderson Clayton & Cia Ltda., uma unidade beneficiadora de algodão importante para a cidade, fundado em 1937 (ABREU, 1972). Já os demais edifícios foram construídos ao longo dos anos, de acordo com a necessidade dos novos usos, desenvolvidos na área. Atualmente o local pertence à família Pontalti, contudo aluga para a Pruden Móveis, que utiliza apenas como depósito de móveis. Por se tratar de um edifício com valor histórico e patrimonial optou-se por manter o galpão, procurando alterar o mínimo possível, apenas para solucionar os problemas de conforto térmico, acústico e recuperar a estrutura de aço desgastada pelo tempo (Figuras 69 e 71) e retirar o mezanino de madeira, criado apenas para a empresa locatária atual armazenar os móveis (Figura 70).

A estrutura de aço foi restaurada, retirando a ferrugem e protegendo uma pintura, procurando manter o mais próximo da original.



Figura 63 – Galpão Anderson Clayton de 1937  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 64 – Galpão Anderson Clayton e edifício adjacente  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 66 – Edificação adjacente  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 65 – Edifícios adjacentes  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 67 – Edificação adjacente  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 68 – Revestimento Galpão  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 69 – Estrutura interna de aço e mezanino de madeira  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 70 – Mezanino de madeira  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]



Figura 71 – Estrutura de aço  
[Fonte: FRATANONIO, 2011.]

Para resolver o problema termoacústico, optou-se pela remoção de todo revestimento metálico, trocando por telhas sanduíches com poliuretano (Figura 72), pois possui baixo coeficiente de condutividade térmica, elevada densidade dificultando a difusão do som, não propaga o fogo, é de fácil montagem, entre outros (MET@LICA, 2011).

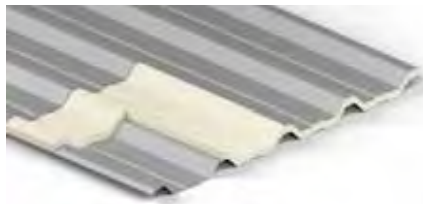


Figura 72 – Telha sanduíche  
[Fonte:<http://colunistas.ig.com.br/dicasdaarquitectura/files/2011/05/poliuretano.jpg>.]

Porém nas laterais o revestimento retirado não é substituído, deixando o galpão totalmente aberto. Para que essa abertura aconteça sem prejudicar a estrutura de aço, uma proteção externa é feita, parecido com um beiral (Figura 73). A estrutura que sustenta as telhas de proteção é paralela ao montante interno, como pode ser observado em azul na Figura 74. Com o intuito de mostrar que é uma intervenção de outra época, toda essa proteção foi pintada de branco, diferenciando do restante, que procura manter próximo do original.

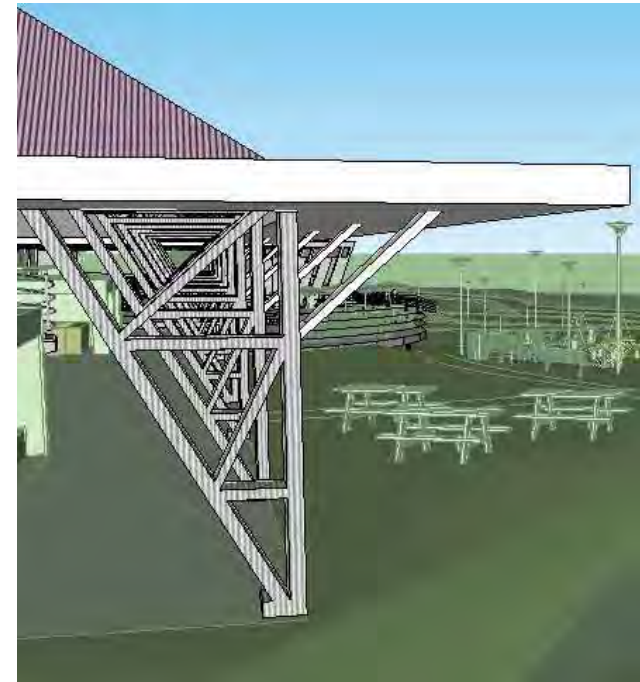


Figura 73 – Proteção diferenciada do galpão

Para o recolhimento de água, foi necessário colocar uma calha de 30 cm, com tubos de 10 cm de diâmetro descendo encostados na estrutura aparente. As telhas de proteção também possuem uma leve inclinação fazendo com que a água escorra para a calha (Figura 74).

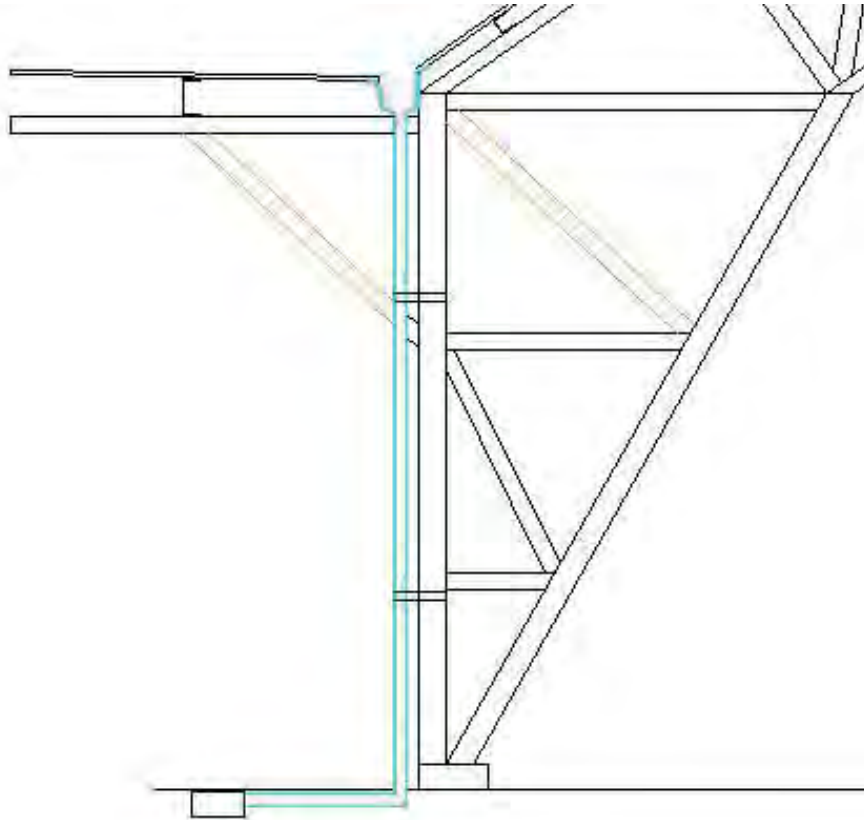


Figura 74 – Sistema de recolhimento de águas pluviais

### 5.5. Edifício novo e acessos

Mesmo mantendo o antigo galpão, os 1350m<sup>2</sup> são insuficientes para abrigar todas as necessidades do mercado. Para isso foi proposto um novo edifício, complementando conjunto. Este novo edifício não poderia competir com o já existente e sim dar continuidade, além de atrair o público para a área. Para manter uma proporcionalidade, inicialmente o novo edifício possuía a mesma largura do galpão, mas essa medida foi parcialmente alterada devido às marquises e ainda no comprimento o novo edifício é 1/3 maior que o antigo (Figura 75).

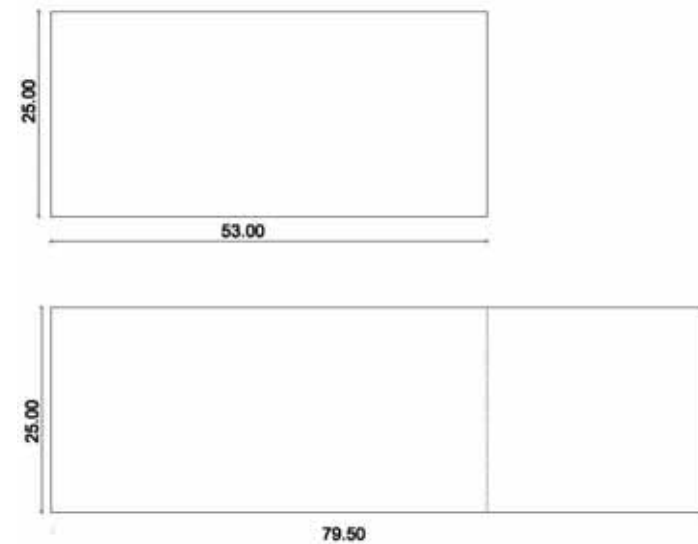


Figura 75 – Proporção inicial

Primeiramente, este novo edifício está na cota de nível do passeio, para dar a sensação de continuidade da calçada, assim como no Museu do Pão, fazendo com que o público se sinta confortável a entrar o usufruir do local. Além do acesso pelo passeio, pode-se contar com marquises e rampas. Para se mover de um edifício para o outro, há uma marquise ligando o térreo do edifício antigo ao segundo pavimento do novo e ainda procurou integrar a área com a do outro lado da via férrea, próxima ao IBC, ligando através de uma rampa.

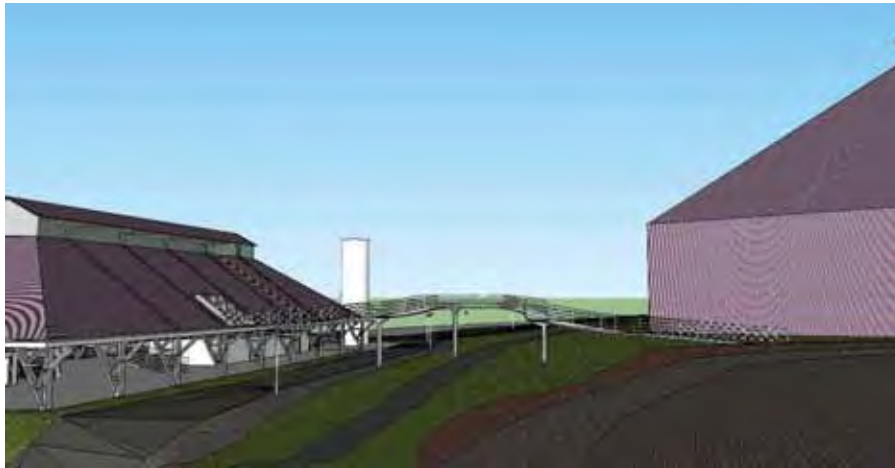


Figura 76 – Rampa de acesso próximo ao IBC

A rampa se inicia na área do principal estacionamento, próximo ao IBC, fazendo com que os usuários apreciem o caminho e vista do

grande pavilhão (Figura 76). O caminho prossegue passando por cima da via férrea adentrando o silo e por fim, descendo até encontrar o térreo.

Para se chegar ao segundo pavimento do novo edifício há duas rampas externas continuando os caminhos da praça, outra grande rampa dentro do edifício (Figura 77), duas escadas rolantes (Figura 78), uma escada convencional e um elevador. Os produtos que chegam ao mercado sobem por um elevador interno central e são distribuídos para os boxes, enquanto o lixo desce por outro elevador, mais periférico, chegando diretamente ao centro de triagem.



Figura 77 – Rampa interna

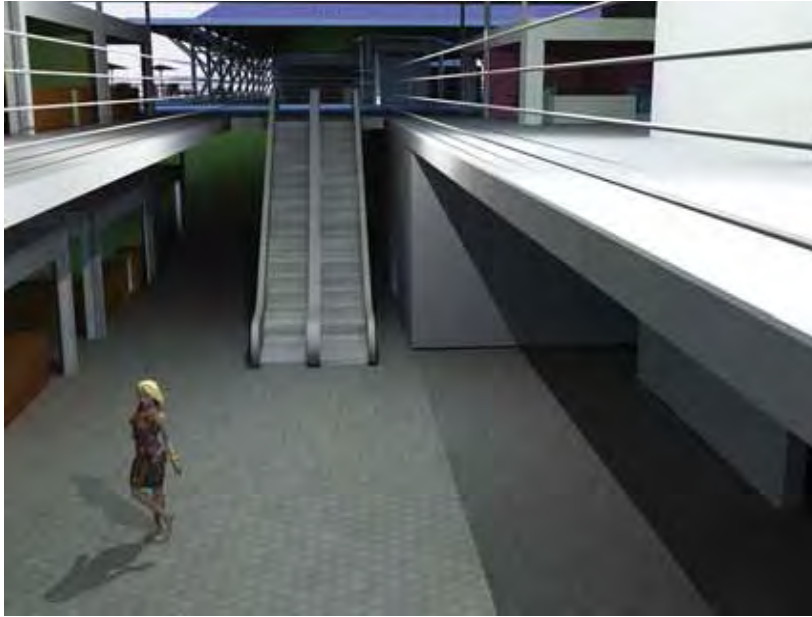


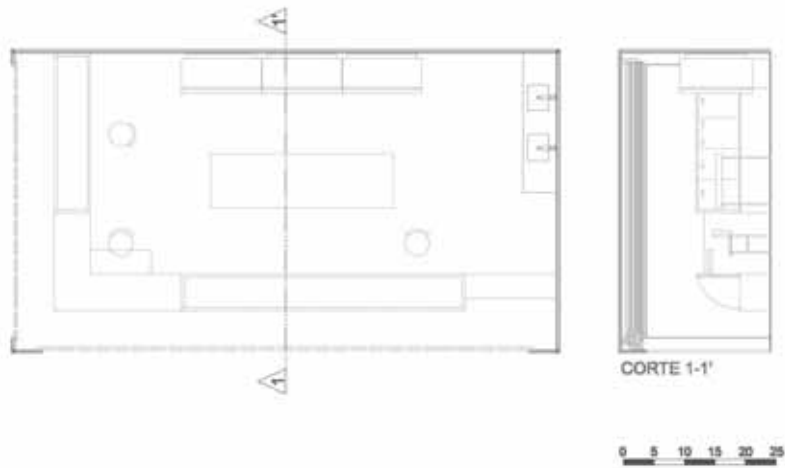
Figura 78 – Escadas rolantes

## 5.6. Distribuição espacial

Primeiramente os boxes foram divididos em:

- **15 m<sup>2</sup> (1 box)** - composto por hortifruti (Figuras 78 e 79), ; Flores; Loja de roupas, rotisseria, tabacaria, artesanato (Figura 80); produtos naturais, grãos, laticínios, temperos (Figura 81); produtos regionais, livraria, utensílios domésticos, lotérica (Figura 82);
- **30 m<sup>2</sup> (2 boxes)** - para boxes de alimentação - café, pastelaria, doceria, lanchonete – (Figuras 74 e 75); pequenos de bebidas (choperia e petiscos); Mercaria e Salão de Beleza (Figura 76); Produtos importados e Restaurantes em geral (Figura 77);
- **45 m<sup>2</sup> (3 boxes)** - apenas para a comercialização de carnes, aves ou peixes (Figuras 79, 80, 81 e 82);
- **9 m<sup>2</sup>** - box de informação.

Box 9m x 5m - MODELO 1

Figura 79 – Boxes de 45m<sup>2</sup> (carnes / aves / peixes) – Layout e corteFigura 81 – Boxes de 45m<sup>2</sup> (carnes / aves / peixes)

Box 9m x 5m - MODELO 2

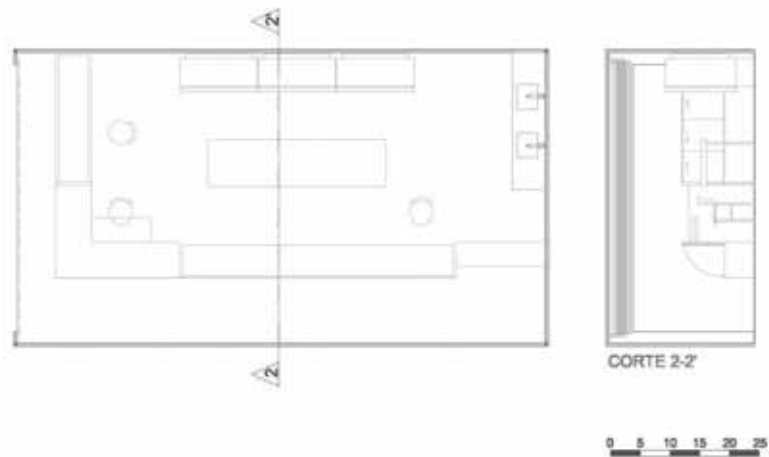
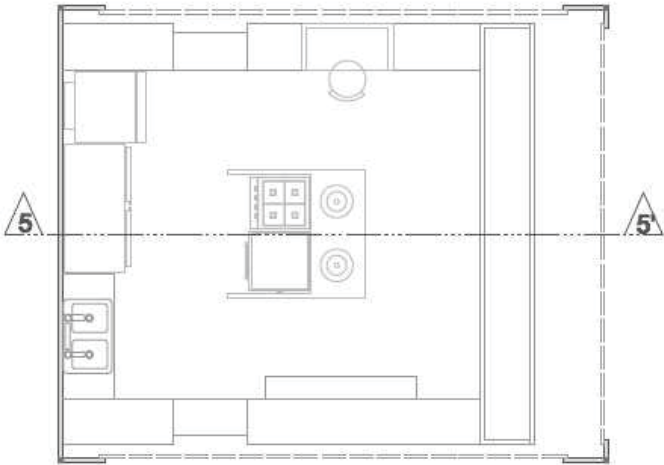
Figura 80 – Boxes de 45m<sup>2</sup> (carnes / aves / peixes) – Layout e corteFigura 82 – Boxes de 45m<sup>2</sup> (carnes / aves / peixes)

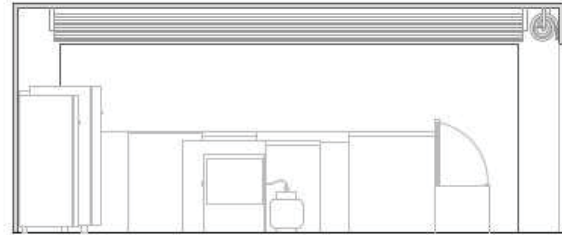
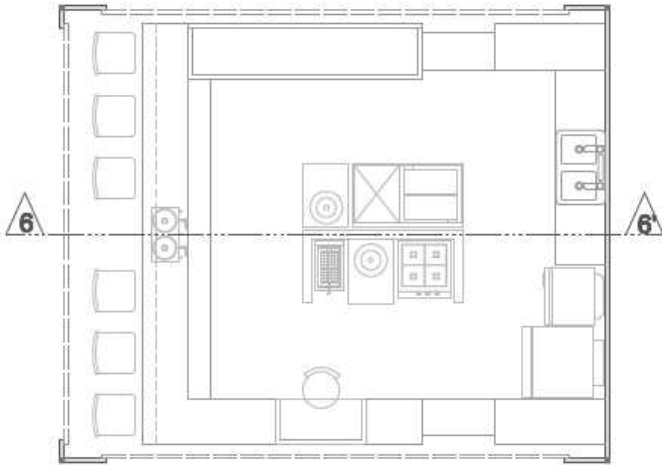
Figura 83 – Boxes de 30m<sup>2</sup> (alimentício) – Layout e corte

**Box 6mx5m - Alimentício**

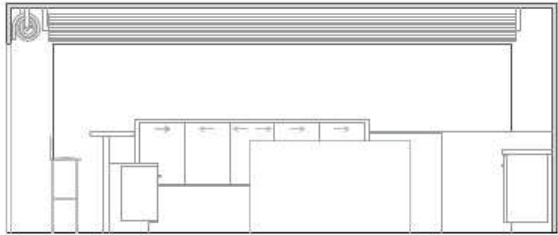
**DOCERIA**



**CAFÉ**



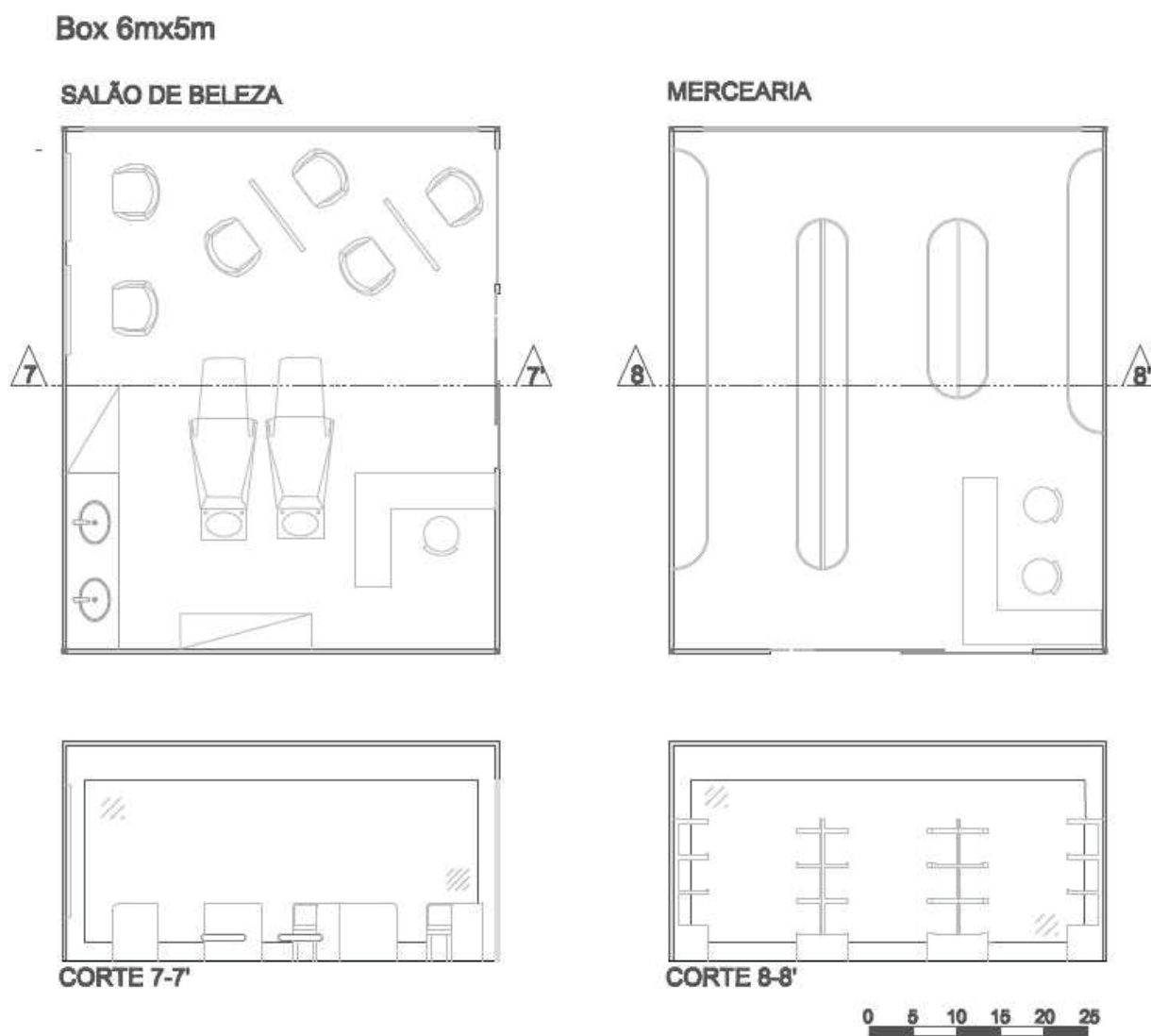
**CORTE 5-5'**



**CORTE 6-6'**



Figura 84– Boxes de 30m² (alimentício) – Layout e corte

Figura 85 – Boxes de 30m<sup>2</sup> - Layout e corte

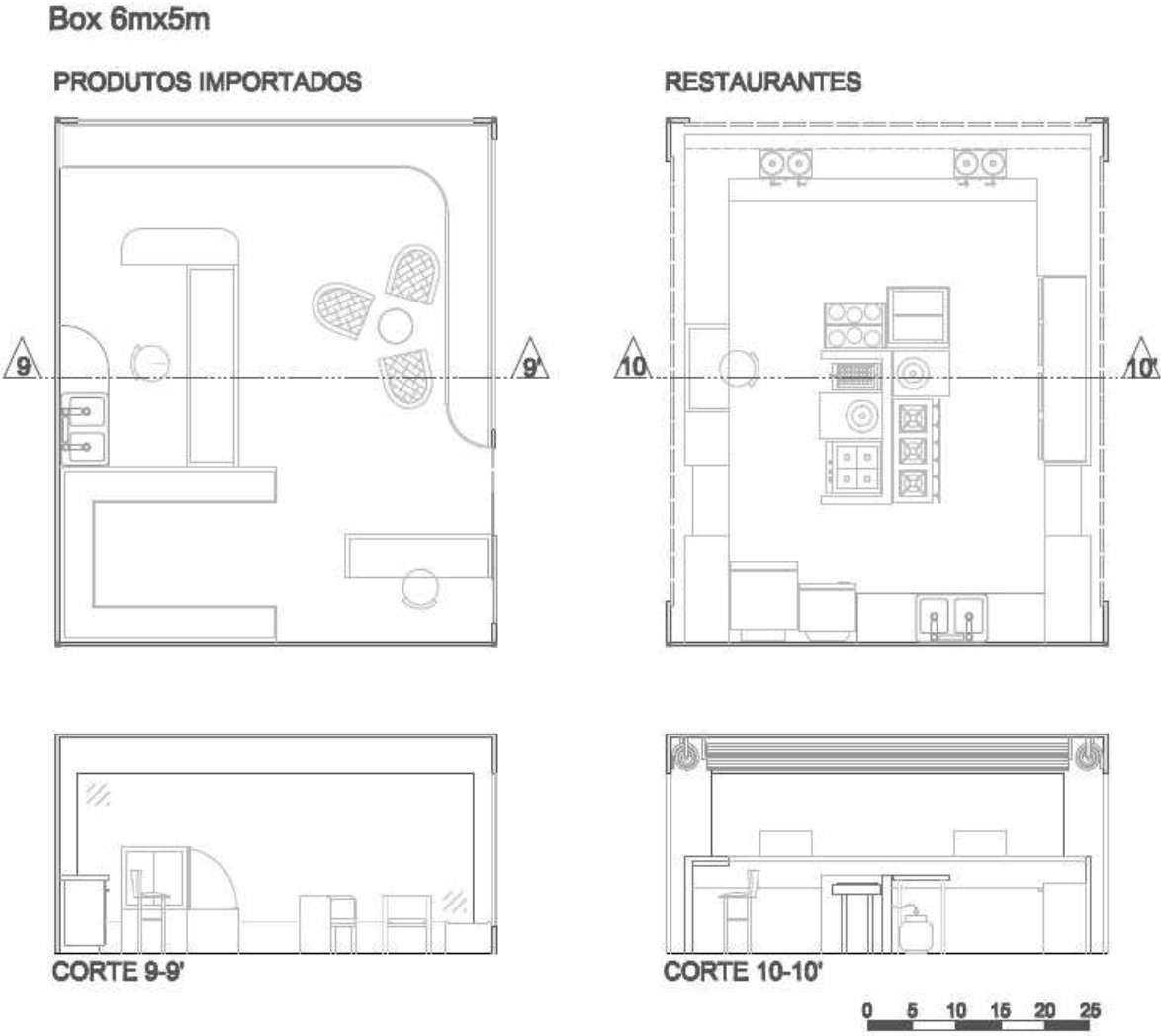
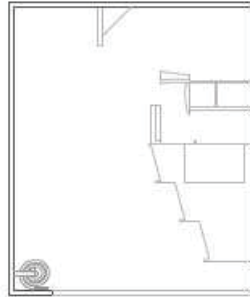
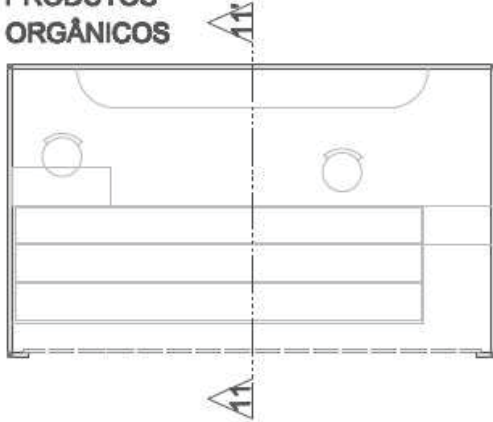


Figura 86 – Boxes de 30m<sup>2</sup> - Layout e corte

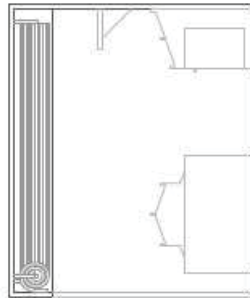
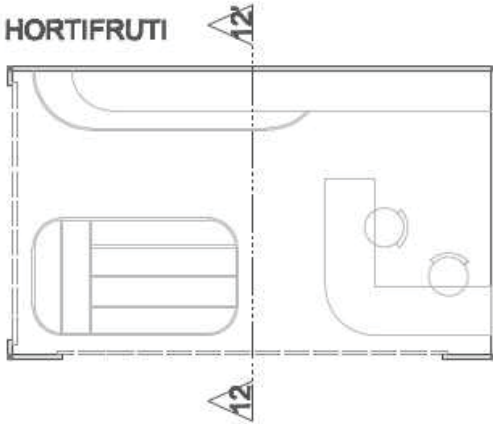
Box 3m x 5m

PRODUTOS  
ORGÂNICOS



CORTE 11-11'

HORTIFRUTI



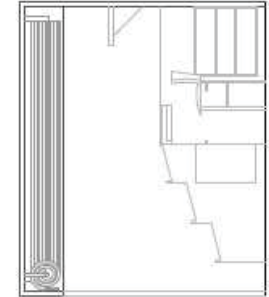
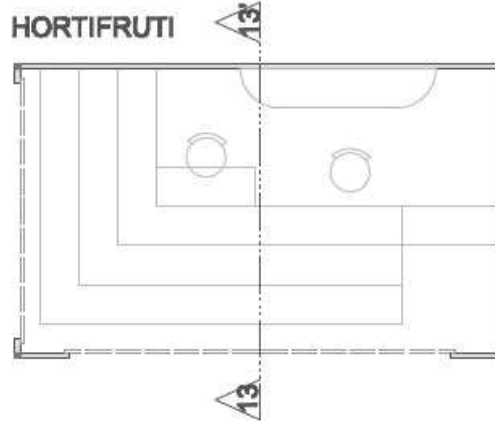
CORTE 12-12'



Figura 87- Boxes de 15m<sup>2</sup> - Layout e corte

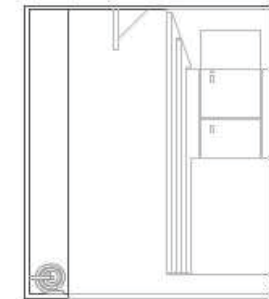
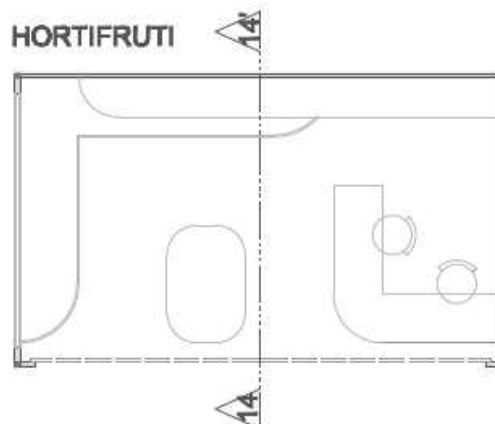
Box 3m x 5m

HORTIFRUTI



CORTE 13-13'

HORTIFRUTI



CORTE 14-14'



Figura 88 - Boxes de 15m<sup>2</sup> - Layout e corte

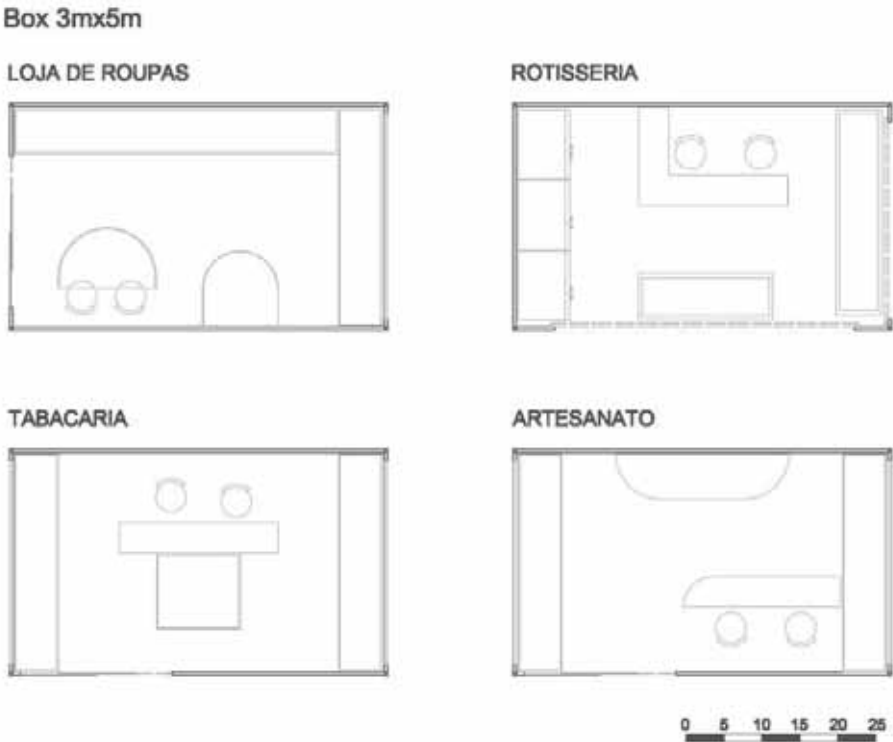


Figura 89 – Boxes de 15m<sup>2</sup> - Layout

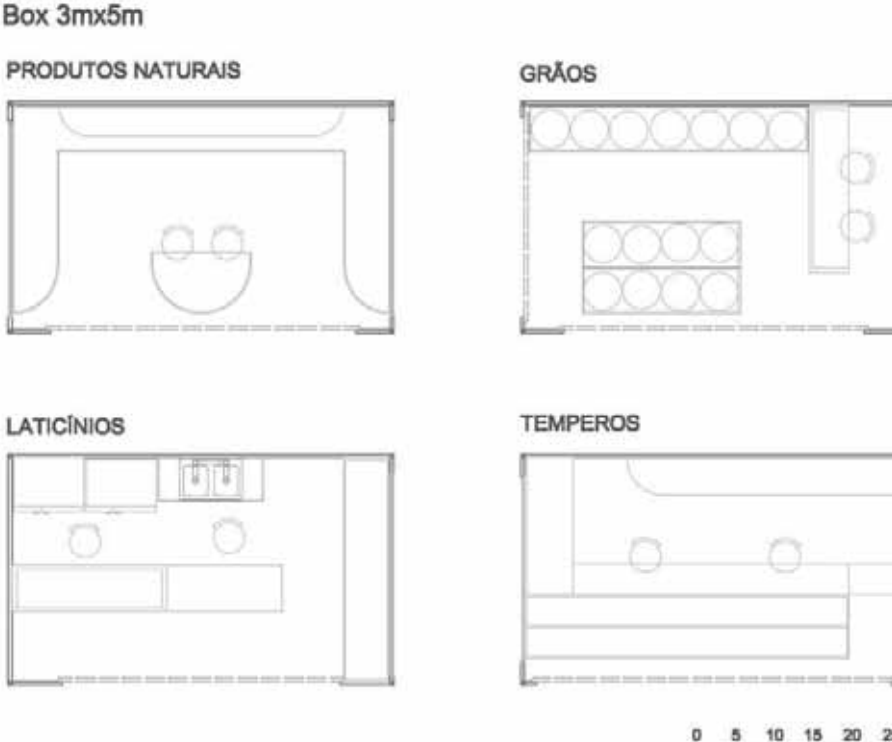
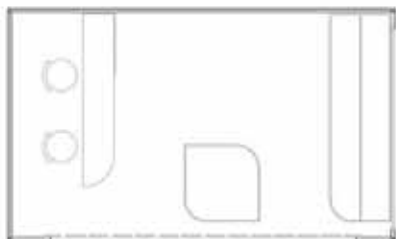


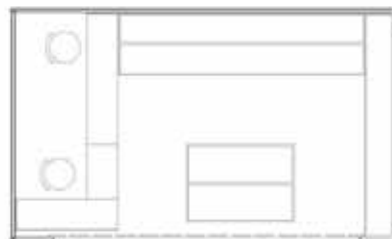
Figura 90 – Boxes de 15m<sup>2</sup> - Layout

Box 3mx5m

PRODUTOS REGIONAIS



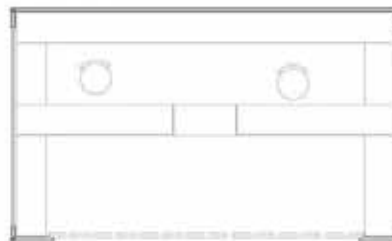
LIVRARIA



UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS



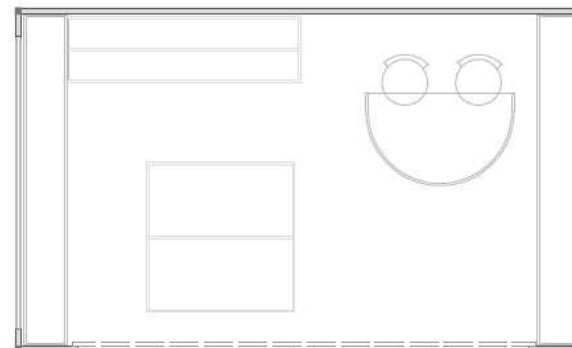
LOTÉRICA



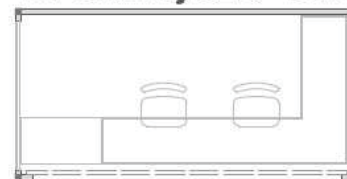
0 5 10 15 20 25

Figura 91 – Boxes de 15m<sup>2</sup> - Layout

BANCA DE JORNAL - Box 3m x 5m



INFORMAÇÕES - Box 3m x 1,5m



0 5 10 15 20 25

Figura 92 – Boxes de 15m<sup>2</sup> e 4,5m<sup>2</sup> - Layout



Figura 93 – Box hortifruti de 15m²



Figura 95 – Box de grãos de 15m²



Figura 94 – Box alimentício de 45m²

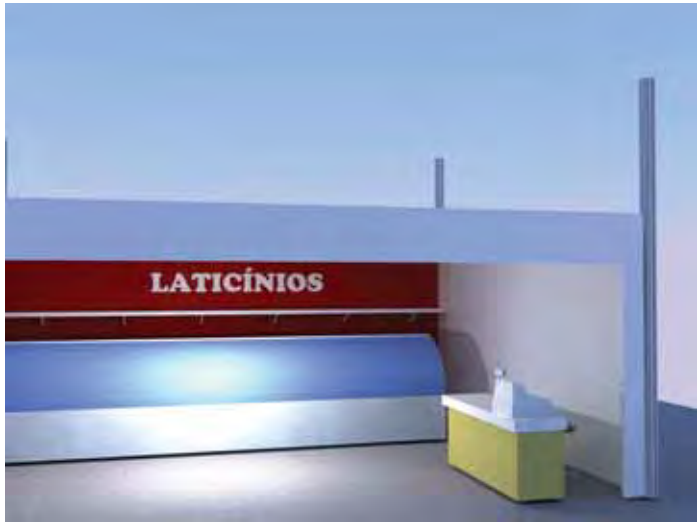


Figura 96 – Box laticínios de 45m²

Os boxes possuem 2,5m de altura e são compostos por placas cimentícias (Figura 97), que são possuem alta resistência a impactos, bom isolamento termoacústico, elevada durabilidade, rapidez na execução além de serem 100% reciclável (BRASILIT, 2011). As placas são presas a perfis de aço steel frame. No caso dos boxes do edifício novo, além das peças verticais (montantes), o frame está fixado no chão e teto, por isso possui uma espessura de 5cmx5cm (Figura 98), enquanto no antigo galpão está fixado apenas no chão devido ao pé direito muito elevado, aumentando a espessura do perfil para 10cmx10cm (Figura 99).



Figura 97 – Placas cimentícias

[Fonte: <http://www.brasilite.com.br/produtos/paineis/placa-cimenticia.php>.]

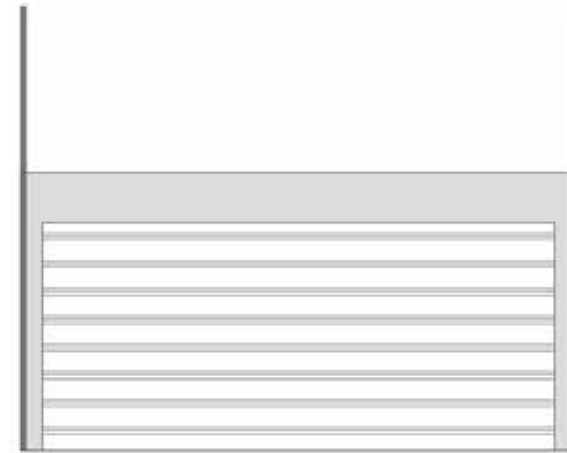


Figura 98 – Frame vertical fixado no chão e teto

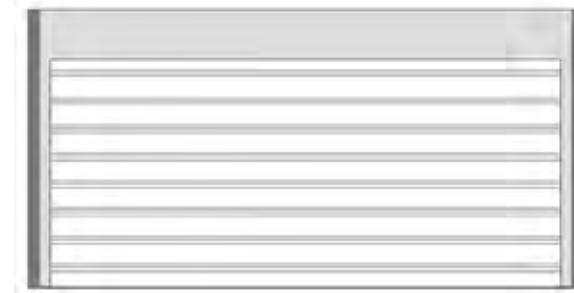


Figura 99 – Frame vertical fixado no chão

Devido ao mercado ser inteiramente aberto, sem portas ou qualquer outro tipo de fechamento, os boxes abaixam suas portas ao fim do horário de funcionamento (Figura 101). Essas portas são de aço

e automáticas (Figura 100), comumente usadas em lojas de shopping center.



Figura 100 – Porta de aço automática

[Fonte: <http://belohorizonte.olx.com.br/fashion-door-portas-de-aco-automaticas-iid-158813867>.]

O projeto propôs realocar os 14 boxes em funcionamento no mercado modelo para o novo edifício e criar inúmeros outros para atender a demanda da cidade e região assim como criar concorrência entre os comerciantes.



Figura 101 – Fechamento dos boxes

No grande silo, foram distribuídos os boxes de mercearia, produtos importados (queijos e vinhos), rotisseries, frios, salão de beleza e roupas (ambos do antigo mercado) e tabacaria. Ainda conta com banheiros, fraldário, depósito de materiais de limpeza, copa e a cozinha experimental para aulas de culinária (Figura 106), com eventos e degustação acontecendo em uma das marquises que liga ao outro edifício (Figura 102). Próximo a entrada do silo, na Rua José Claro, se localiza a caixa d'água, com volume de 40 mil litros, calculados com base em mercados e restaurantes.

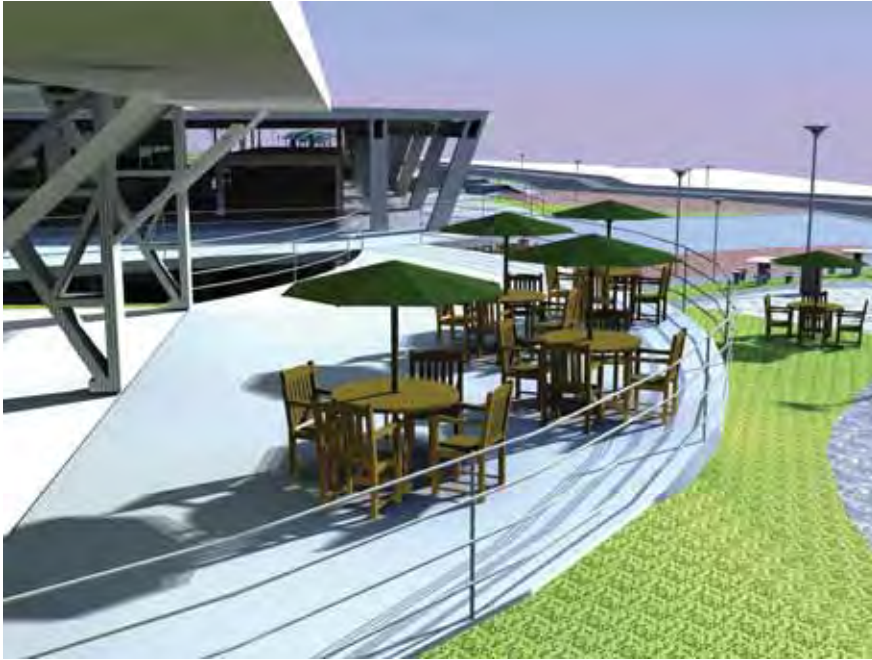


Figura 102 – Marquise da cozinha experimental

Já no novo edifício, no térreo estão localizados os restaurantes (abertos também no período noturno), ampla área para mesas e assentos (Figura 103), sanitários, fraldário, depósito de material de limpeza (Figura 105), alguns boxes diferenciados, como lotérica, banca de jornal, artesanato, utensílios domésticos e a áreas dos caixas eletrônicos. Ainda no pavimento inferior está a área reservada do complexo, com a recepção e administração, e ainda há para os funcionários sanitários e vestiários específicos, assim como uma

cozinha (Figura 107). Esta área restrita está diretamente ligada à área de carga e descarga. Um pouco mais distante se encontra o espaço destinado para o armazenamento e separação de lixo (Figura 104).



Figura 103 – Área externa dos restaurantes

No segundo pavimento além dos sanitários, fraldário e depósito de material de limpeza, estão os grandes boxes de açougue, peixaria e frangonete, outra praça de alimentação com lanchonete, pastelaria, doceria e café, com mesas ao longo da marquise e boxes de

hortifruti, grãos, produtos regionais, orgânicos, naturais e até mesmo uma pequena livraria.

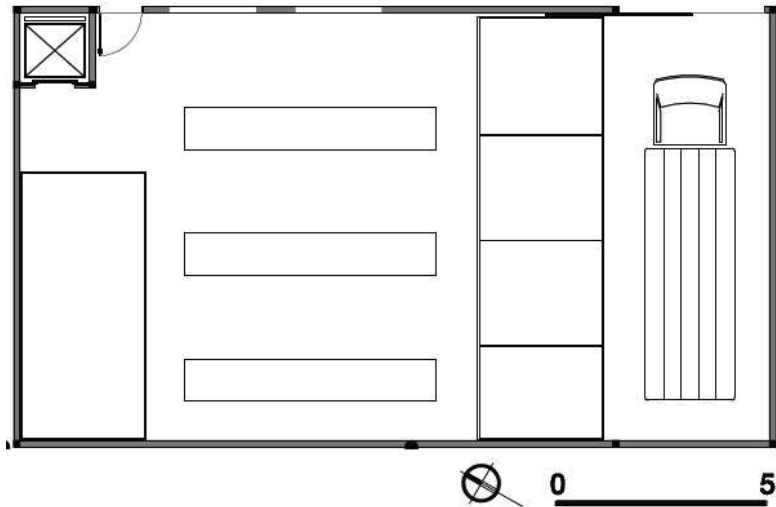


Figura 104 – Depósito de lixo e triagem (191,10m<sup>2</sup>)

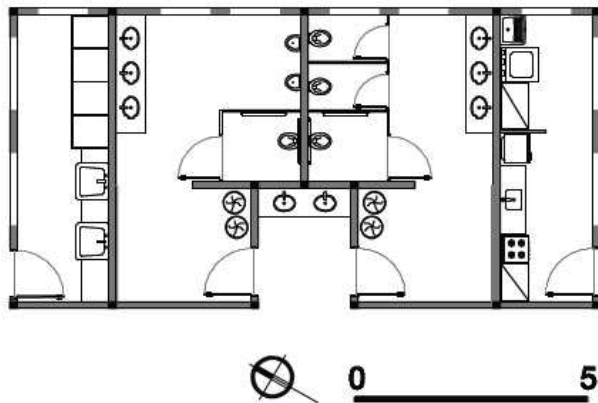


Figura 105 – Sanitários, Fraldário e Depósito de materiais de limpeza (82,90m<sup>2</sup>)

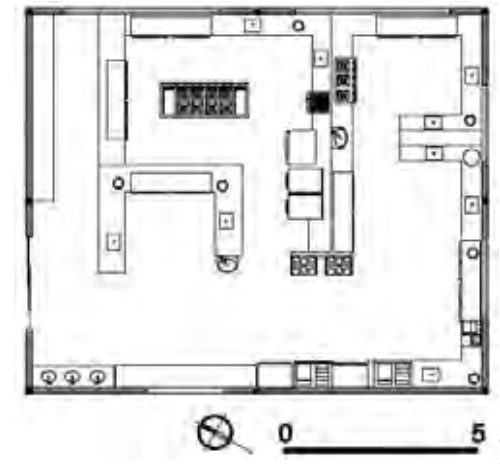


Figura 106 – Cozinha experimental (120m<sup>2</sup>)

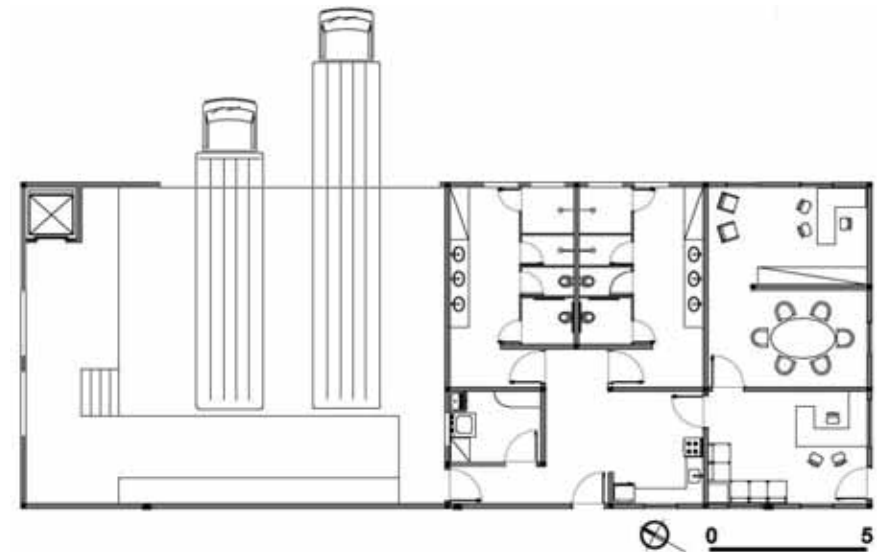


Figura 107 – Área de descarga, vestiários, cozinha, secretária e administração (287,7m<sup>2</sup>)

Com grande influência das escolas de Artigas o novo edifício conta com iluminação zenital, única cobertura e inteiramente aberto. A estrutura conta com pilares que formam triângulos, mas ao contrário do Ginásio de Itanhaém, esses pilares não se fecham, liberando a visão e proporcionando sensação de leveza. O sistema de escoamento de águas pluviais é feito por canos que descem em uma capa de concreto encostados nos pilares, chegando ao solo e levados a uma caixa de areia. Por fim, a cobertura é proporcionada por laje de concreto revestida com telhas metálicas.

### 5.7 Praça e entorno

O espaço do mercado não é formado apenas pelos edifícios, mas sim por toda a concepção do que é público:

Do, ou relativo, ou pertencente ou destinado ao povo, à coletividade; Que é do uso de todos; comum; Aberto a quaisquer pessoas; Conhecido de todos; manifesto, notório; Que se realiza em presença de testemunhas, em público; não secreto. Agregado ou conjunto instável de pessoas pertencentes a grupos sociais diversos, e dispersas sobre determinada área, que pensam e sentem de modo semelhante a respeito de problemas, gostos ou movimentos de opinião (FERREIRA, 1999, p.391).

Por esse motivo a área conta com praças, ligando os edifícios e acessos, possuindo equipamentos infantis (Figura 109), academia da terceira idade (Figura 108), mesas e bancos e ainda um teatro arena (Figura 110) para manifestações públicas. As praças são compreendidas como locais livres de edificações, que reúnem a população e permitem manifestações culturais e cívicas.

Os benefícios trazidos pelas praças públicas decorrem tanto da vegetação que pode ser abrigada por elas, quanto de aspectos subjetivos relacionados à sua existência, como a influência positiva no psicológico da população, proporcionada pelo contato com a área verde e/ou pelo uso do espaço para o convívio social (BARBOSA FILHO; VIERO, 2009, p.2).



Figura 108 – Praças (academia da terceira idade)



Figura 109 – Praças (parque infantil)

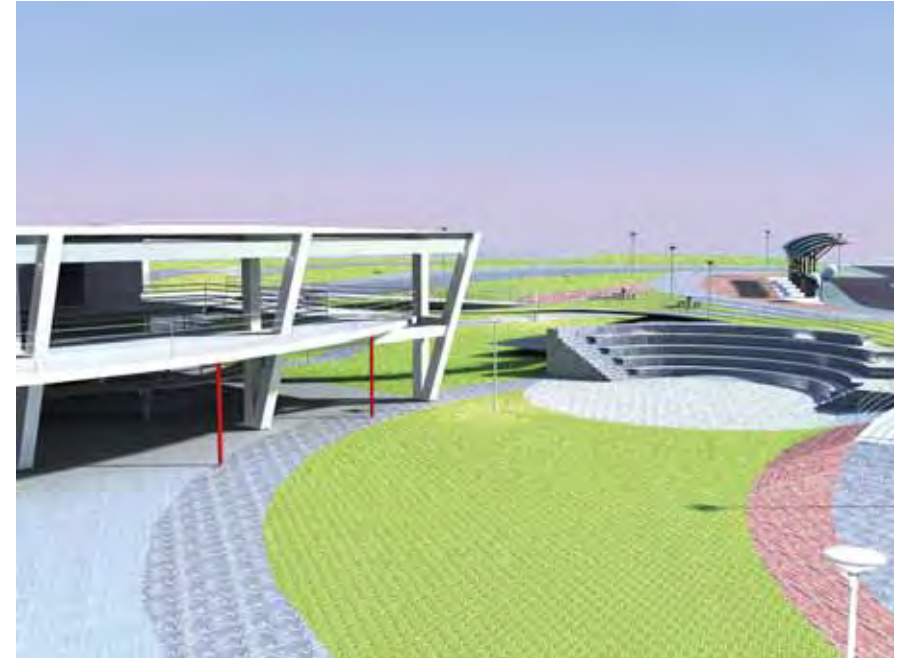


Figura 110- Teatro arena

E ainda foram propostos três calçadões, sendo dois deles próximo ao Centro Cultural Matarazzo (um de cada lado da linha férrea) que conduzem até o espaço do mercado. E o terceiro, no sentido oposto, do Bairro Vila Maristela em direção ao mercado (Figura 92). Esses calçadões, que terminam na praça ou nas entradas do mercado, têm o intuito de facilitar e tornar mais agradável os caminhos percorridos pelos pedestres.



Figura 111- Praças e equipamentos



Figura 112 – Calçadas propostas (vermelho escuro)  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]

Por fim, três ruas próximas contam com um ponto de ônibus em cada, são elas: Rua José Claro, Quintino Bocaiúva e na Gaspar Ricardo, mas ainda assim um novo ponto de ônibus é criado na área do mercado (Figura 114), seguindo o mercado de São José do Rio Preto,

que possui um ponto de ônibus de grande importância no seu passeio (Figura 115), de modo adequado, onde possuía área de recuo não interferindo no tráfego de veículos.



Figura 113 - Ruas dos entorno  
[Fonte: Base 10, 2011. Editado pela autora.]



Figura 114 – Ponto de ônibus em São José do Rio Preto  
[Fonte: FRATANTONIO, 2011.]

- *Paisagismo*

O paisagismo é de grande importância para o projeto do mercado, tendo o papel de integrar as diversas áreas, edifícios com as praças e rampas, ligar ao outro lado da via férrea, indicar os caminhos. Primeiramente, o novo edifício que está na cota de nível da calçada possui piso intertravado (Figura 116), pois permite a passagem de parte da água da chuva. Esse piso começa logo ao fim da calçada e adentra o edifício, convidando o usuário a entrar no mercado, até mesmo sem que ele perceba (Figura 117 – item 1).

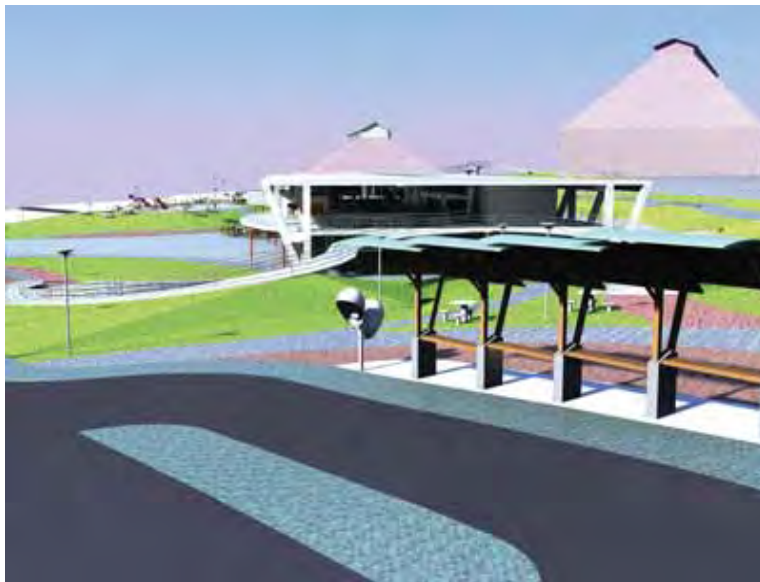


Figura 115 – Ponto de ônibus do mercado

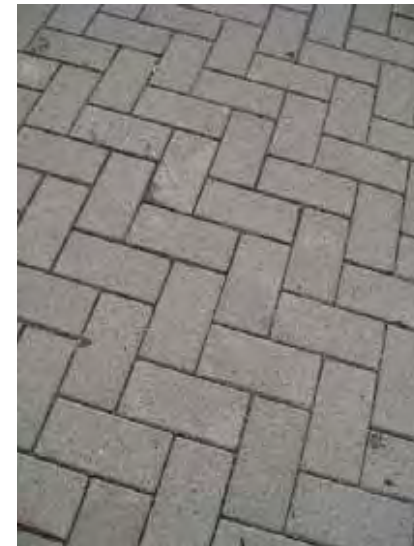


Figura 116 – Ponto de ônibus do mercado

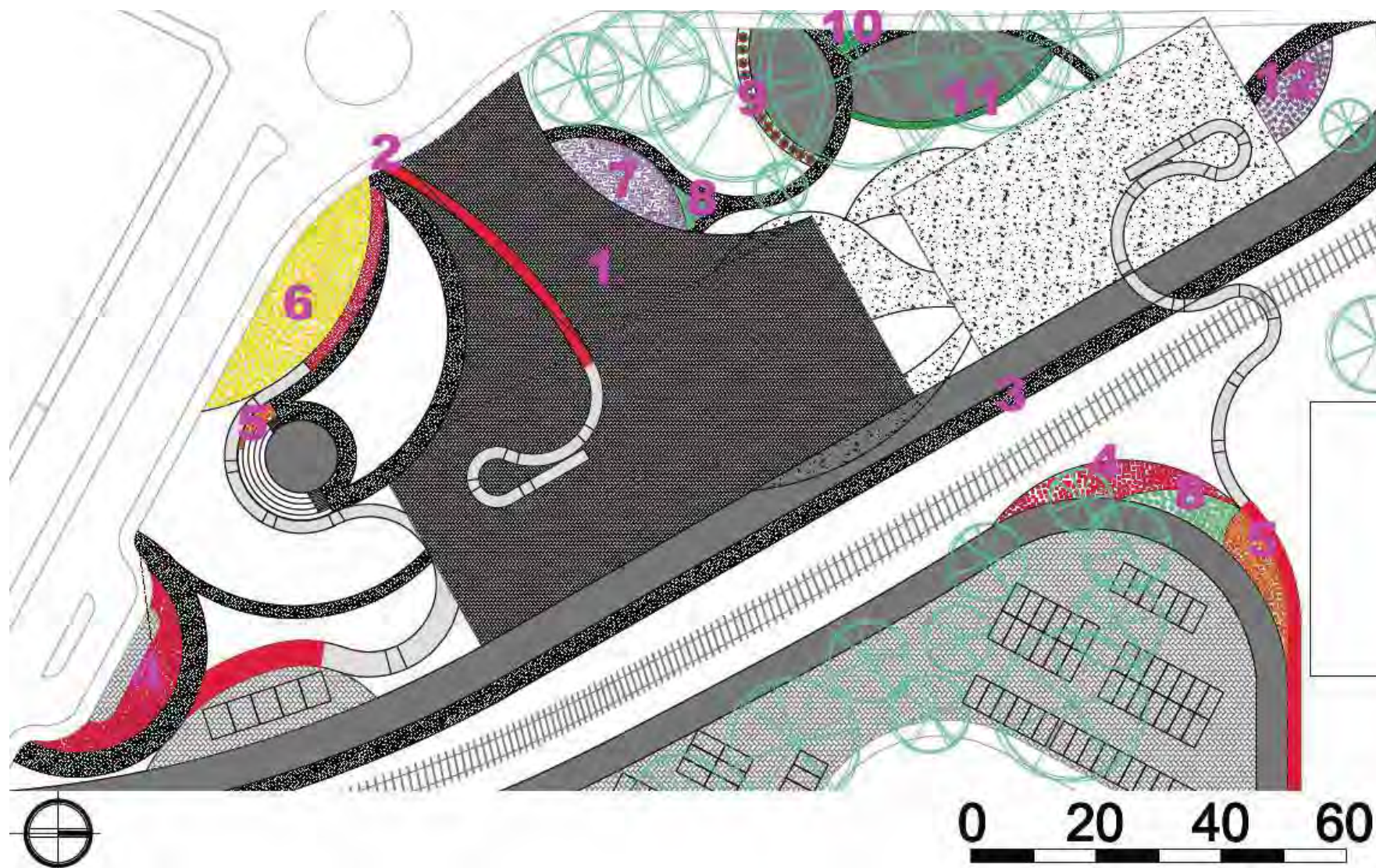


Figura 117 – Paisagismo

Devido a muitos moradores dos arredores utiliza a área próxima ao IBC para caminhar, já que estão longe dos parques da cidade, muito utilizados para essa pratica. Por isso o mercado conta com caminhos para pedestres, podendo dar a volta no estacionamento, passando pela rampa próxima ao IBC, chegando ao antigo galpão ou ao lado da rua interna(Figura 117 – item 3), ambos contornando pelas praças próximas as seringueiras.

Por uma questão de sinalização horizontal, os caminhos que levam as rampas possuem outra cor, um vermelho escuro (Figura 117 – item 2), facilitando para o usuário se localizar e deslocar ao longo do mercado.

A vegetação utilizada para o projeto procurou estar de acordo com a necessidade de cada área. Como no caso do Agapanto (Figura 118), Lírio Amarelo (Figura 120), Onze horas (Figura 122) e Setcreasea (Figura 123) que são de clima tropical e necessitam de luz direta.

Já o Clorófito (Figura 119) também é de clima tropical, mas aceita luz direta assim como sombreamento intenso, por isso está presente próximo ao IBC e as seringueiras. Por fim a Maria-sem-vergonha (Figura 121), localizada nas praças das seringueiras que mesmo apta para o clima prudentino exigem luz sombreada a sombreamento intenso.



Figura 118 – Agapanto (item 7)

[Fonte:

[http://accessdenied.casa.abril.com.br/decorar/jardins/jardins\\_190700.shtml](http://accessdenied.casa.abril.com.br/decorar/jardins/jardins_190700.shtml).]



Figura 119– Clorófito (item 8)

[Fonte: <http://nomatterwhat4us.blogspot.com/2009/01/paisagismo-forraca.html>.]



Figura 120 – Lírio Amarelo (item 6)

[Fonte: <https://cariocadorio.wordpress.com/tag/mata-atlantica/>.]



Figura 122 – Onze horas (itens 4 e 5)

[Fonte:  
<http://www.dtvb.ibilce.unesp.br/amplia.php?dici=ingl&nive=NI&codi=56&tabe=plantas&tema=24&item=1.>]



Figura 121 – Maria-sem-vergonha (itens 9, 10 e 11)

[Fonte: <https://cariocadorio.wordpress.com/tag/mata-atlantica/>.]



Figura 123 – Setcreasea (item 12)

[Fonte:  
<http://www.bartonsgreenhouse.com/plantpages/Setcreasea/setcreasea.htm.>]

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao discutirmos o papel desenvolvido pelos mercados públicos, realizamos um levantamento sobre os benefícios culturais, econômicos e até mesmo no âmbito da saúde que estão diretamente relacionados ao tema. Procuramos demonstrar como este tipo de equipamento público pode contribuir ou influenciar nas nas relações sociais, na troca de informações, na ampliação das possibilidades de investimento para pequenos agricultores locais, na promoção de hábitos mais saudáveis de alimentação, facilitando o acesso a produtos alimentícios frescos, o que pode favorecer o combate à doenças relacionadas à má alimentação, além de possibilitar a renovação de centros defasados, promovendo a revitalização de áreas históricas abandonadas, dando vida e restabelecendo o comércio e serviços na região.

Nossa proposta para a criação de um mercado público em Presidente Prudente, buscou privilegiar os quesitos acima, criando um ambiente que propiciasse uma boa integração entre espaço e sociedade.

A escolha para a implantação do mercado na área próxima a linha férrea foi exatamente por ser um espaço que privilegia o alcance de todos os quesitos citados, principalmente no que diz respeito a renovar antigos centros. A região que foi o ponto de partida da cidade,

está há tempos defasada, principalmente pelo descaso e abandono, fazendo com que os pedestres se sintam intimidados em circular no entorno. Contudo a criação do mercado somada aos já existentes Centro Cultural Matarazzo e o espaço de eventos IBC tem o intuito de atrair grande público de diferentes localidades transformando em uma região movimentada.

Ao se tratar da criação de espaços públicos bem sucedidos, o mercado proposto possui visibilidade a grandes distâncias e por ser inteiramente aberto, permitindo que os usuários observem o movimento dentro dele. É acessível aos pedestres, com criação de calçadas que levam ao edifício, aos portadores de deficiência física, com rampas dentro da inclinação exigida, aos usuários de transporte público, com um ponto de ônibus recuado na área de modo que não interfira no trânsito e ainda há inúmeras vagas de estacionamentos para a população de transporte privado.

A criação de praças junto ao mercado, com parque infantil, academia da terceira idade, teatro arena, mesas e bancos proporcionam a sensação de segurança desejada para um espaço público funcionar garantindo a presença de pessoas de diversas idades se relacionando e praticando diferentes atividades ao mesmo tempo.

Através da experiência adquirida com o estudo e a visita a outros mercados, percebemos a necessidade de projetar um espaço

que procurasse atender as necessidades da atualidade, com amplas praças de alimentação para o consumo imediato, com o fácil acesso ao público e fornecedores, grande número de vagas para estacionamento, conforto ambiental adequado e área de expansão. Já as referências projetuais influenciaram na elaboração do novo edifício de modo a dialogar com o galpão existente, com uma estrutura limpa e ainda que de integrasse com a área pública, tornando-se continuação da calçada e mantendo a mesma cota de nível.

O trabalho procurou embasamento em metodologias bem sucedidas e projetos influentes a fim de criar mais que um edifício, transformando-se em um complexo público para o desenvolvimento de diversas atividades simultâneas, integrado a dois equipamentos significativos (Centro Cultural Matarazzo e IBC) em uma área histórica da cidade, de forma que, juntos pudessem vir a formar um complexo histórico e cultural de vital importância para a sociedade.

## Referências Bibliográficas

ABREU, D.S; **Formação histórica de uma cidade pioneira paulista:** Presidente Prudente. 2. ed. Presidente Prudente: Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, 1972. p. 339.

ARTIGAS, J.B.V; Vilanova Artigas. 1. ed. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardì, 1994. p. 215.

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

BARBOSA FILHO, L.C; VIERO, V.C. **Praças públicas:** origem, conceitos e funções. 2009. 3f. Dissertação (Jornada de Pesquisa e Extensão) Santa Maria, 2009.

BRASIL arquitetura. Brasil; online, 2011. Apresenta informações sobre o escritório Brasil Arquitetura, seus projetos e publicações. Disponível em: <<http://www.brasilarquitetura.com>>. Acesso em: 20 mai. 2011.

BRASILIT. Brasil; online, 2011. Apresenta informações sobre placas cimentícias e steel frame. Disponível em: <<http://www.brasilit.com.br/>>. Acesso em: 21 nov. 2011.

BRAUDEL, F. Civilização material, economia e capitalismo: Séculos XV-XVIII. Tradução por Telma Costa. São Paulo. Martins Fontes, 1998. Traduzido de: Civilisation matérielle, économie et capitalisme.

CEAGESP. São Paulo; online, 2011. Apresenta informações sobre a Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

DIARIOWEB. São José do Rio Preto; online, 2011. Apresenta informações sobre o Mercado Municipal de São José do Rio Preto. Disponível em: <[http://www.diarioweb.com.br/noticias/corpo\\_noticia.asp?IdCategoria=208&IdNoticia=98416](http://www.diarioweb.com.br/noticias/corpo_noticia.asp?IdCategoria=208&IdNoticia=98416)>. Acesso em: 01 jun. 2011.

ENCONTRA Piracicaba. Piracicaba; online, 2011. Apresenta informações sobre o mercado municipal de Piracicaba. Disponível em: <<http://www.encontrapiracicaba.com.br/noticias/permissionarios-do-mercado-municipal-de-piracicaba-irao-administrar-o-local/>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

ENCONTRA SP Pinheiros. São Paulo; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado municipal de Pinheiros. Disponível em: <<http://www.encontrapinheiros.com.br/pinheiros/mercado-municipal-de-pinheiros.shtml>>. Acesso em: 17 nov. 2010.

FILGUEIRAS, B.S.C. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade:** o mercado central de Belo Horizonte. 2006. 172f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Instituto de Pesquisa e

Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

FOLHA de Londrina. Londrina; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado municipal Shangri Lá. Disponível em: <[http://www.uel.br/com/agenciaueldenoticias/index.php?arq=ARQ\\_not&FWS\\_Ano\\_Edicao=1&FWS\\_N\\_Edicao=1&FWS\\_Cod\\_Categoria=2&FWS\\_N\\_Texto=9308](http://www.uel.br/com/agenciaueldenoticias/index.php?arq=ARQ_not&FWS_Ano_Edicao=1&FWS_N_Edicao=1&FWS_Cod_Categoria=2&FWS_N_Texto=9308)>. Acesso em: 18 nov. 2010.

FREITAS, C.R.B. **O mercado municipal de Campos dos Goytacazes: a sedução persistente de uma instituição pública.** 2006. 167f. Dissertação (Mestrado em Políticas Sociais) – Centro de Ciências do Homem, Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2006.

FUNDAÇÃO SEADE - Fundação sistema estadual de análise de dados. São Paulo; online, 2011. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

GIRARDI, G. Metamorfose do consumo. **Revista UNESP Ciência**, São Paulo: n. 22, p. 38-41, ago. 2011.

GUIDOLIN, C; LAMBERT, C; AVELLA, L; MATTA, M; HATUSHIKANO, P. **Mercado Municipal Paulistano: resistência da memória e o turismo em São Paulo.** 2003. 12f. Projeto de iniciação científica - Centro Universitário Ibero Americano, São Paulo.

HORTA, M. A celebração da madeira. **Revista AU**, Brasil; ed. 168, p. 38-47, mar 2008.

IBGE. Brasil; online, 2010. Apresenta informações sobre as estimativas de populações residentes em 2009. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009\\_DOU.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009_DOU.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2010.

IBGE cidades. Presidente Prudente; online 2010. Apresenta dados do ano de 2009 sobre a cidade de Presidente Prudente. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=354140>>. Acesso em: 15 out. 2010.

INSTITUTO geográfico e cartográfico do Estado de São Paulo. São Paulo; online 2011. Apresenta cartas e mapas do Estado de São Paulo, de suas regiões e de seus Municípios. Disponível em: <<http://www.igc.sp.gov.br/index.html>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

JANELA Londrinense. Londrina; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado municipal Shangri Lá. Disponível em: <<http://janela-londrinense.blogspot.com/2010/08/mercados-municipais-mais-polemica.html>>. Acesso em: 18 nov. 2010.

KNOKE, W.L. **O supermercado no Brasil e nos Estados Unidos: confrontos e contrastes.** Revista de Administração de Empresas, v. 3, n. 9, p. 91-103, 1963.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M.A. **Técnicas de pesquisa**. 3<sup>a</sup> edição. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

LAY, M. C; REIS, A.T.L. Satisfação e comportamento do usuário como critérios de avaliação pós-ocupação da unidade e do conjunto habitacional. **ENTAC**, São Paulo, v. 2, p. 903-912, 1993.

LEVANTAMENTO censitário. São Paulo; online, 2010. Apresenta informações sobre o levantamento censitário na cidade de São Paulo. Disponível em: <[http://sempla.prefeitura.sp.gov.br/historico/tabelas/pop\\_dist.php](http://sempla.prefeitura.sp.gov.br/historico/tabelas/pop_dist.php)>. Acesso em: 20 nov. 2010.

MARCON, G.R.S. **Mercado público de Cascavel**: sinergia entre tradição e modernidade. 2007. 55f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade Assis Gurgacz, Cascavel, 2007.

MARTINS, M. A. H. Metodologia da Pesquisa; online, 2002. Apresenta informações sobre estudo de caso. Disponível em: <<http://mariaalicehof5.vilabol.uol.com.br/#Estudo%20de%20Caso>>. Acesso em: 15 nov. 2010.

MEIHY, J.C.S.B; HOLANDA, F. **História Oral: como fazer, como pensar**. 2ª edição. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

MERCADO central de Belo Horizonte. Belo Horizonte; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado central de Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.mercadocentral.com.br/>>. Acesso em: 13 set. 2010.

MERCADO da Lapa. São Paulo; online, 2011. Apresenta informações sobre o mercado público da Lapa. Disponível em: <<http://www.mercadaodalapa.com.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

MERCADO de San Miguel. Madrid; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado municipal de Madrid. Disponível em: <<http://www.mercadodesanmiguel.es/>>. Acesso em: 15 nov. 2010.

MERCADO municipal de Uberlândia. Uberlândia; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado municipal de Uberlândia. Disponível em: <<http://www.mercadodeuberlandia.com.br/>>. Acesso em: 12 set. 2010.

MERCADO municipal paulistano. São Paulo; online, 2010. Apresenta informações sobre o mercado municipal de São Paulo. Disponível em: <<http://www.mercadomunicipal.com.br/>>. Acesso em: 11 set. 2010.

MERCADO Ver-o-Peso. Belém; online, 2011. Apresenta informações sobre o mercado municipal de Belém. Disponível em: <[http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=768&Itemid=1](http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=768&Itemid=1)>. Acesso em: 12 jun. 2011.

MET@LICA. Brasil; online, 2011. Apresenta informações sobre telhas sanduíches em poliuretano. Disponível em: <<http://www.metalica.com.br/>>. Acesso em: 21 out. 2011.

NEUFORT, E. **A arte de projetar em arquitetura**. 13. ed. São Paulo. Gustavo Gili do Brasil, 1976. p. 450.

OLIVEIRA, K.M. **Mercado público**. 2009. 45f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, 2009.

OLIVEIRA JUNIOR, J.V. **Fluxograma do processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos**. 2006. 129f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Urbana) – Centro de Tecnologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

PÉRICO, A.L. **Espaço de eventos - IBC**. 2010. 111f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, 2010.

PINIweb. Brasil; online, 2011. Revista AU – Arquitetura e Urbanismo. Disponível em: <<http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/168/artigo73550-1.asp?o=r>>. Acesso em: 20 mai. 2011.

PINTAUDI, S.M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **Revista eletrônica de geografia y ciências sociais**, Barcelona, 01 ago. 2006. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>>. Acesso em: 12 set. 2010.

PORTAL do ruas. Presidente Prudente; online, 2010. Notícias sobre as feiras de Presidente Prudente. Disponível em: <[http://www.portaldoruas.com.br/\\_portal/noticia.asp?id=16787](http://www.portaldoruas.com.br/_portal/noticia.asp?id=16787)>. Acesso em: 15 out. 2010.

PPS – Project for public spaces. Nova York, Estados Unidos; online, 2011. Apresenta artigos sobre os benefícios dos mercados públicos e o que faz um espaço bem sucedido. Disponível em: <<http://www.pps.org/>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

REGIÃO administrativa de Presidente Prudente. Presidente Prudente; online, 2010. Apresenta informações a região administrativa de Presidente Prudente. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/iprs/analises/RAPresprudente.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2010.

RHEINGANTZ, P.A; COSENZA, C.A; COSENZA H; LIMA F.R. Adaptado de Avaliação Pós Ocupação. **Revista Arquitetura**, Rio de Janeiro: IAB/RJ, v. 80, p. 22-23, jul/set 1997.

ROSSATO NETO, F.J. **“Ainda somos os mesmos e vivemos como os nossos pais”**: o processo sucessório nas bancas do mercado público de Porto Alegre. 2003. 194f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

SECRETARIA de comunicação. Presidente Prudente; online, 2009. Apresenta notícia sobre as feiras de Presidente Prudente. Disponível em: <<http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/noticias.xhtml?cod=4129>>. Acesso em: 15 out. 2010.

SECRETARIA de comunicação. Presidente Prudente; online, 2010. Apresenta notícia sobre as feiras de Presidente Prudente. Disponível em: <<http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/noticias.xhtml?cod=6137>>. Acesso em: 15 out. 2010.

SECRETARIA de comunicação. Presidente Prudente; online, 2010. Apresenta notícia sobre o Mercado Modelo Municipal de Presidente Prudente. Disponível em: <<http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/noticias.xhtml?jsessionid=89B8030C285456C6BB032260ED9776B9?cod=8673>>. Acesso em: 17 out. 2010.

SECRETARIA de Cultura. Presidente Prudente; online, 2011. Apresenta informações sobre o Centro Cultural Matarazzo de Presidente Prudente. Disponível em: <<http://www.culturapp.com.br/asecretaria-estrutura-ver.asp?codigo=10>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

SERVILHA, M.M. **As relações de trocas materiais e simbólicas no mercado municipal de Araçuaí – MG**. 2008. 180f. Dissertação (Título de Magister Scientiae) – Programa de Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, 2008.

SITTE, C. **A construção das cidades segundo seus princípios artísticos**. Tradução por Ricardo Ferreira Henrique. São Paulo. Ática, 1992. Traduzido de: Der Städtebau nach seinen künstlerischen Grundsätzen.

SPOSITO, E.S. **Atlas inclusão/exclusão social**. 2003. 144f. Sistema de Informação e Mapeamento da Exclusão Social para Políticas Públicas - SIMESPP; Faculdade de Ciências e Tecnologia - FCT/UNESP, Presidente Prudente. 2003.

VARGAS, H.C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. 1. ed. São Paulo: Senac, 2001. p. 335.

## APÊNDICES

### História Oral

- Professor Doutor José Roberto Fernandes Castilho, vizinho e frequentador do antigo mercado público.

“Por muitos anos fui vizinho e freqüentador do antigo mercado público da cidade de Presidente Prudente. Este mercado surgiu no final da década de 50, do século passado, e era localizado próximo a Associação Prudentina de Esportes Atléticos (APEA). O Mercado Modelo Municipal ocupava uma quadra inteira na avenida Coronel Marcondes, era um grande mercado, com muitos boxes de produtos alimentícios (carne, laticínios, etc), intensamente frequentando pela população, com comerciantes tradicionais na cidade. Na quadra só havia o mercado e um posto de gasolina.

Localizado em uma área de topografia complicada, com uma queda de alguns metros em direção da Av. Cel. Marcondes,

no começo da década de 60 houve um desabamento de grande parte do prédio, impossibilitando o uso de muitos boxes, diminuindo drasticamente o tamanho do mercado, que permaneceu apenas com o arco exterior aberto. Mesmo com o passar dos anos, a Prefeitura não procurou reformar o Mercado Modelo Municipal, mantendo-o parcialmente fechado. Além disso, começou a vender os boxes para os comerciantes, em vez de mantê-los alugados. Muitos moradores reclamavam do descaso com o mercado público e da sujeira no local. A parte que estava desabada, com longos corredores escuros, acabou se tornando um lugar de esconderijo para usuários de drogas e encontros amorosos. O mesmo ocorria com um fosso externo, que dava para a Rua Anita Costa, de vez que houve um corte no terreno, fazendo com que o edifício ficasse no nível da Cel. Marcondes.

Chegada à década de 90, a Prefeitura (primeiro governo Agripino Lima) decide demolir o mercado para construção de uma praça. Os comerciantes foram desapropriados e indenizados, já que eram por direito, proprietários daqueles boxes. Alguns ainda estão sendo indenizados pela Prefeitura até

os dias de hoje, como por exemplo, minha tia que era, por herança, proprietária de um box no mercado. Alguns comerciantes foram desalojados para o atual mercado modelo municipal. Atualmente nessa área está a praça – chamada Dobbio Zaina - com um teatro de arena. Porém, a praça aos poucos está acabando porque a Prefeitura resolveu instalar no local um centro odontológico, ou seja, houve a ‘privatização do espaço público’. Uma parte considerável da praça, hoje, é destinada ao estacionamento de veículos dos dentistas e funcionários que trabalham nessa unidade de saúde. Em outras palavras, acabou o mercado e acabou também a praça que lá havia”.

- Maciel Siqueira, proprietário da peixaria Navio.

“Por anos meu pai, Manoel Siqueira, manteve a Navio, restaurante e rotisseria, um lugar simples e aconchegante, onde aos sábados servia feijoada, mas sua maior especialidade eram os bolinhos de bacalhau e a bacalhoada.

Passados dez anos, meu pai, cansado de todo o trabalho dado pelo restaurante, começou a pensar em abrir outro

negócio, algo menor. Na época, nosso vizinho possuía um empório no mercado modelo e durante algumas conversas sugeriu que meu pai abrisse algo no espaço do mercado.

Devido aos principais atrativos restaurante ser de bacalhau e a cidade apresentar carência no ramo de peixes e frutos do mar, em 1992 o restaurante encerra suas atividades dando vida a Navio Peixaria e Rotisseria.

Apenas um ano após a inauguração do estabelecimento, a Prefeitura comunica aos proprietários dos boxes que o mercado modelo da Avenida Coronel Marcondes seria demolido e provisoriamente seríamos instalados na Rua Djalma Dutra. Lembro que na época chegaram a pensar em uma área no Parque do Povo, em frente à Praça Oscar Figueiredo Filho (ao lado do Prudenshopping) como um possível lugar para a construção do mercado permanente.

Após dezoito anos, continuamos no mesmo lugar, em uma área escondida do grande público. Ainda que o estabelecimento seja o maior varejista em pescados e frutos do mar da região de Presidente Prudente e conte com clientes fiéis, o mercado público da cidade é muito desvalorizado. Gostaria que o espaço

fosse mais bem divulgado, com placas indicativas ao decorrer da cidade, informações no site da Prefeitura e recebesse uma atenção especial, como acontece na maioria das cidades. É comum os usuários se perderem ou demorarem a encontrar o mercado e até mesmo ouvir com certo espanto os visitantes de outras cidades questionarem ‘Aqui é o mercado público de Presidente Prudente?’.

Os permissionários são responsáveis pela segurança e manutenção do edifício, sendo que a Prefeitura no máximo arcou com a mão-de-obra na última reforma, enquanto os comerciantes forneceram as tintas para a pintura. Tentamos manter uma programação além do horário comercial, porém com a ocorrência de assaltos, principalmente por o mercado estar em uma área residencial de pouco movimento, optamos por encerrar nossas atividades extras.”

- Professora Doutora Neide Barroca Faccio, vizinha e frequentadora do antigo mercado público.

“Desde pequena frequentava o antigo mercado com meus pais. Morava próximo ao edifício, a cinco quadras e mesmo novinha ia uma ou duas vezes por semana, adorava ir comer pastel.

Nos dias de semana íamos comprar verduras e frutas fresquinhas, a qualidade era muito superior as que encontrávamos nas feiras de rua, enquanto nos sábados minha família procurava pelos peixes, era bom ter um lugar para se comprar produtos de qualidade a qualquer hora do dia. Conhecíamos os donos dos boxes, o que tornava a compra prazerosa. Gostava muito do box de uma japonesa, ela vendia frutas e sempre nos recebia de um modo carinhoso. Era um lugar gostoso para se comprar e passear.

Conheci o mercado antes do desmoronamento parcial, depois do ocorrido me lembro dos boxes fechados na parte do fundo, deixando a área mais escura, era desagradável observar aqueles boxes fechados.

Fiquei triste quando o mercado foi fechado e depois quando foi demolido. Ele possuía uma excelente localização, boa visibilidade. Depois foi aberto o mercado próximo ao

PUM, mas não foi a mesma coisa. A localização é ruim e parte das vezes não tem o produto que procuro.”

### Questionário

Nome:

Idade:

Sexo:

Estado Civil:

Grau de Escolaridade:

Renda Mensal:

Cidade / Bairro:

Frequência de uso:

A quanto tempo frequenta:

Qual a lembrança mais antiga do mercado? Quais foram as mudanças?

Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao mercado?

público

privado

Atividades desenvolvidas:

Considera o lugar seguro?

sim

não

Estado de conservação

Calçadas  bom

médio

ruim

Guias rebaixadas  bom

médio

ruim

Rampas de acessos de veículos  bom

médio

ruim

Acesso de pedestres  bom

médio

ruim

Acessibilidade  bom

médio

ruim

Estacionamento / Vagas  suficiente

insuficiente

Escadas  bom

médio

ruim

Transporte público da região  bom

médio

ruim médio ruim

## Organização

Boxes  bom médio ruimVentilação  bom médio ruimRestaurantes  bom médio ruim

Observações e mudanças:

Sanitários  bom médio ruimMesas  bom médio ruim

## Conforto

Iluminação natural  bom médio ruimInsolação  bom médio ruimNível de ruído  bom

Os gráficos que apresentam resultados sobre a região em que residem, questionamentos sobre o estado de conservação, estacionamento e conforto em geral correspondem tanto ao público, quanto a funcionários e proprietários.

Ao longo do questionário foram levantadas outras informações, contudo procurou simplificar o resultado nesses seis gráficos a seguir.

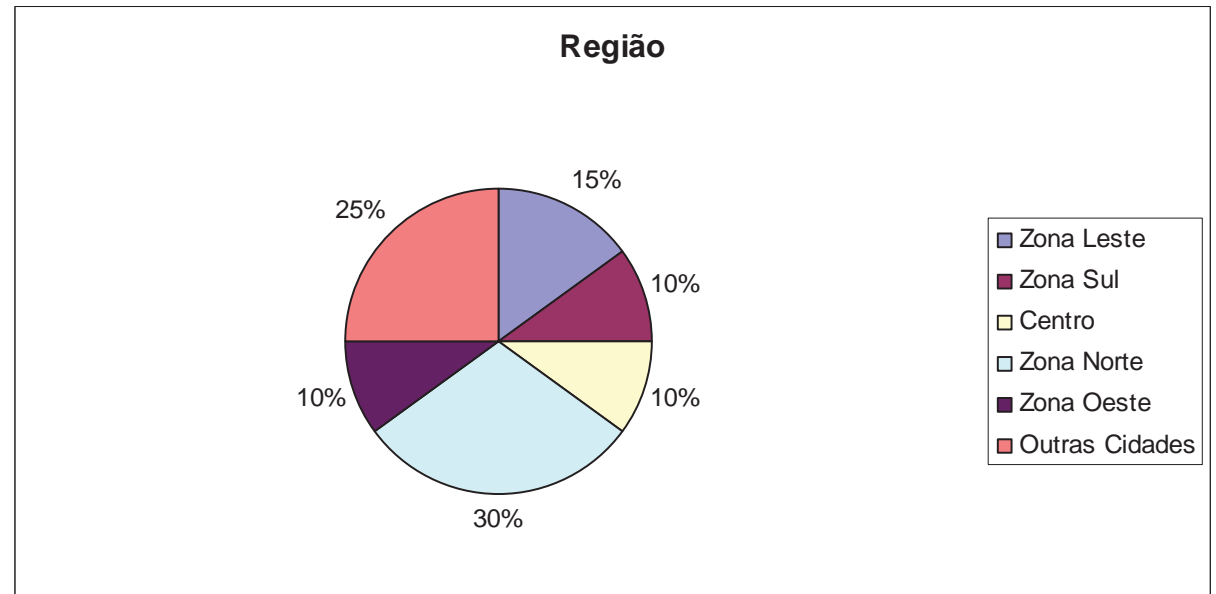


Gráfico 1 – Região ou cidades dos proprietários, funcionários e consumidores

Pode-se observar no Gráfico 1 que tanto os funcionários, quanto os consumidores não se limitam a certas regiões, residindo em áreas diversificadas e até mesmo de outras cidades.

Já no Gráfico 2 quando questionados sobre o conforto, seja térmico, acústico ou iluminação, quase metade dos entrevistados estão satisfeitos e consideram os prédios agradáveis. Contudo um número significativo reclama do calor e a minoria, dos problemas de acústica, envolvendo o barulho principalmente em dias de chuva, quando se torna difícil a comunicação.

O estacionamento é a maior reclamação (Gráfico 3) entre os usuários e comerciantes, que consideram as vagas insuficientes, até mesmo prejudicando as vendas.

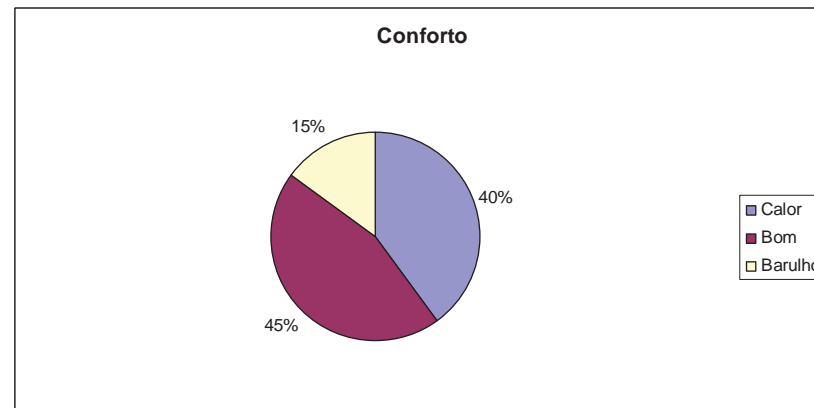


Gráfico 2 – Grau de satisfação dos proprietários, funcionários e consumidores em relação ao conforto

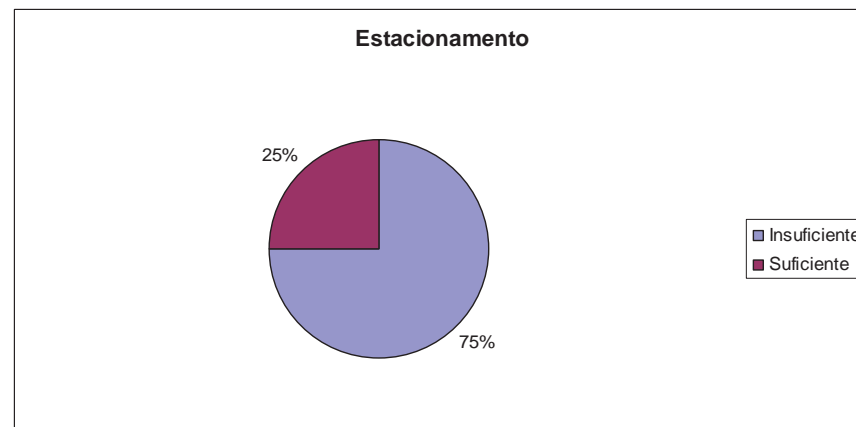


Gráfico 3 – Grau de satisfação dos proprietários, funcionários e consumidores em relação ao estacionamento

Sobre os edifícios apenas uma pequena porcentagem não está satisfeita, enquanto a grande maioria considera em bom e médio estado de conservação, segundo o Gráfico 4. Contudo muitos dos entrevistados frequentam o mercado ou possuem boxes há muitos anos e assim leva em consideração a memória histórica do prédio, ressaltando que mudanças foram feitas ao longo do tempo e assim os conformando.

Enquanto os gráficos sobre a atividade desenvolvida e frequência foram aplicados somente aos consumidores.

Entre as atividades realizadas pelo público nos mercados, destaca-se a comercialização dos produtos hortifruti,

seguindo por carnes e peixes, empatados com 20% cada, observado no Gráfico 5.

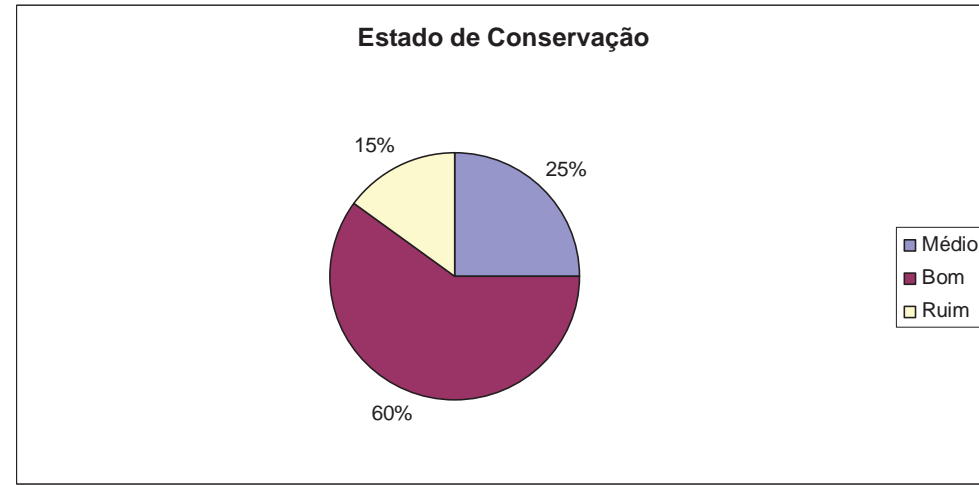


Gráfico 4 – Grau de satisfação dos proprietários, funcionários e consumidores em relação ao estado de conservação

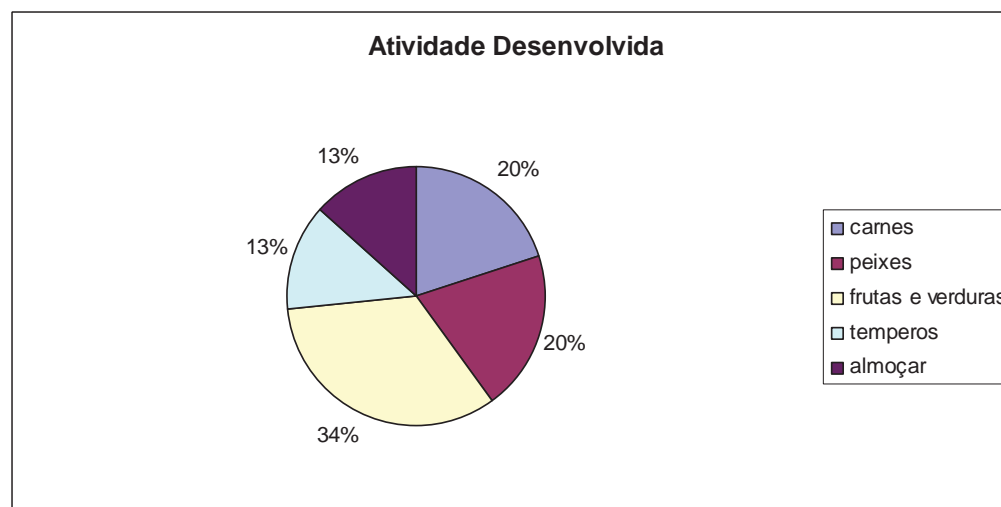


Gráfico 5 – Atividade desenvolvida dos consumidores

Por fim, o Gráfico 6 relata que mais da metade dos usuários frequentam o mercado uma vez por semana. Ao relacionar os dados do Gráfico 1 com o Gráfico 6, observa-se que até mesmo residindo em áreas distantes, os consumidores usufruem do espaço com frequência considerável

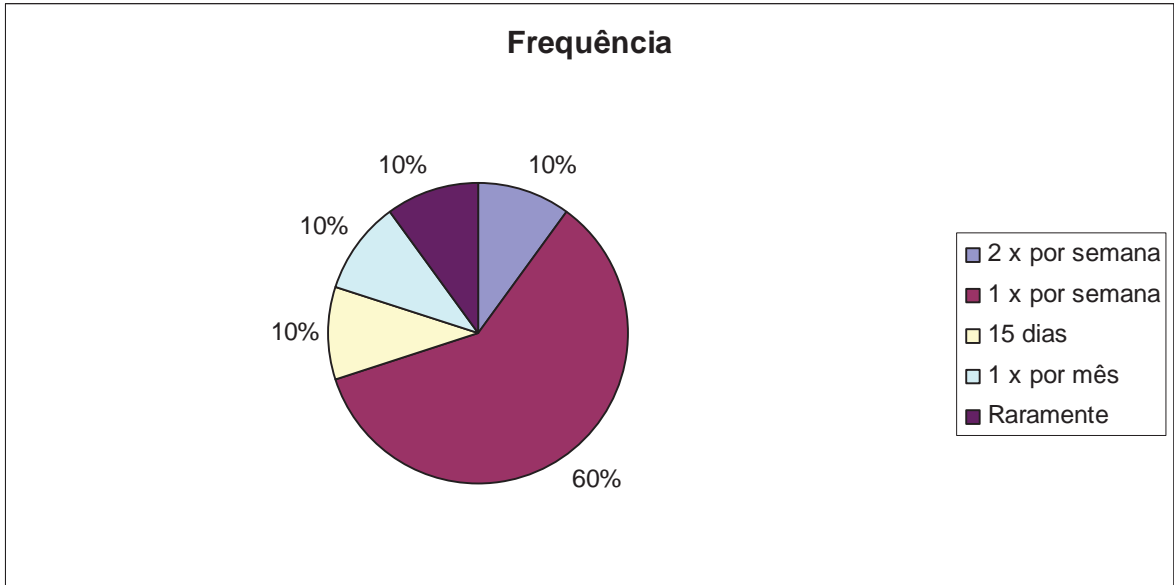


Gráfico 6 – Frequência de uso dos consumidores