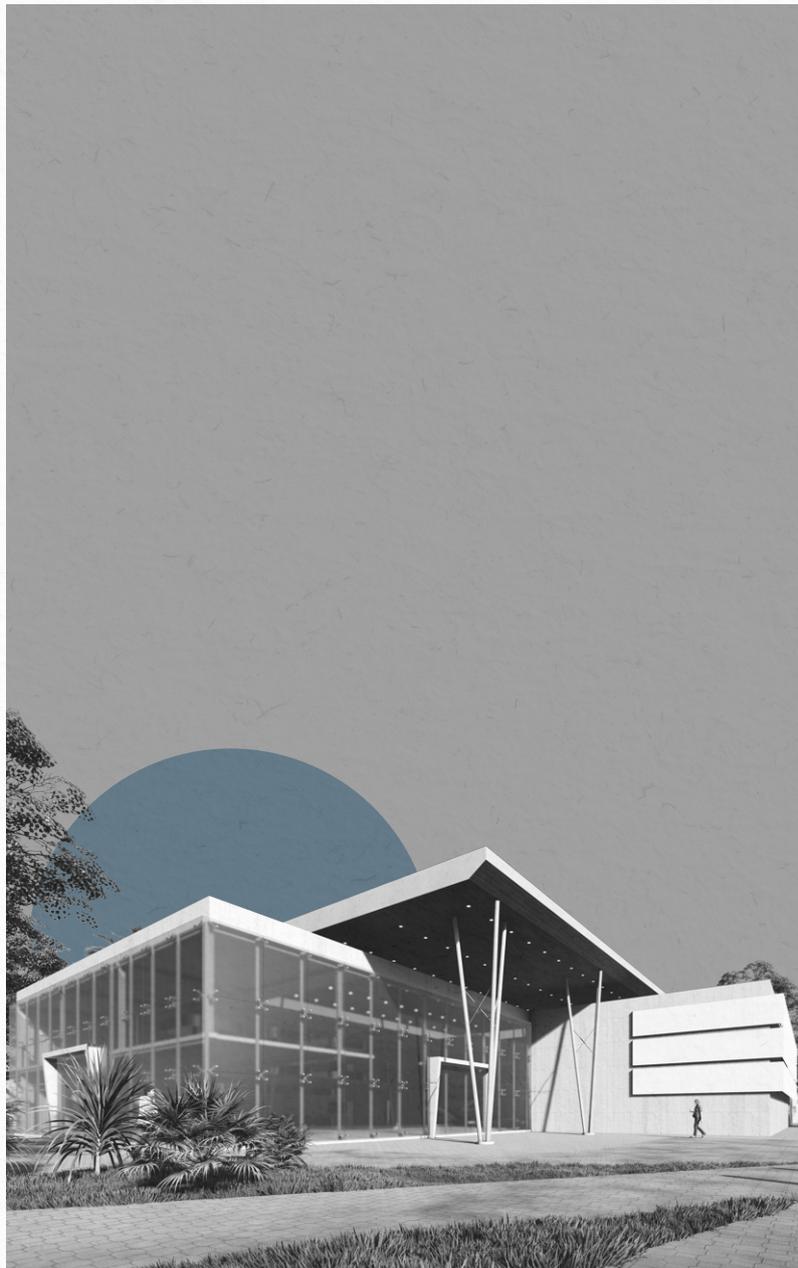


# **MEMÓRIA E ESPAÇO URBANO:** um mercado público para Ouro Preto



ARQ&URB UFOP • TFG • KARINE DE JESUS SANTOS

• 2021 •

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
DEPARTAMENTO DE ARQUITETURA E URBANISMO**

KARINE DE JESUS SANTOS

**MEMÓRIA E ESPAÇO URBANO: UM MERCADO PÚBLICO PARA OURO PRETO**

Trabalho Final de Graduação apresentado ao curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito final para a obtenção do grau de Bacharela em Arquitetura e Urbanismo.

Orientador: Prof. Dr. Tito Flávio Rodrigues de Aguiar.

OURO PRETO - MG

2021

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S237m Santos, Karine de Jesus.

Memória e espaço urbano [manuscrito]: um mercado público para Ouro Preto. / Karine de Jesus Santos. - 2021.

74 f.: il.: color., mapa. + Desenhos técnicos. + Quadros.

Orientador: Prof. Dr. Tito Flávio Rodrigues de Aguiar.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Minas. Graduação em Arquitetura e Urbanismo .

1. Arquitetura e história. 2. Espaços públicos. 3. Usos e costumes. 4. Ouro Preto (MG). I. Aguiar, Tito Flávio Rodrigues de. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 725.1:339.175

Bibliotecário(a) Responsável: Sione Galvão Rodrigues - CRB6 / 2526



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
Universidade Federal de Ouro Preto  
Escola de Minas  
Curso de Arquitetura e Urbanismo



## ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Em 24 de agosto de 2021, reuniu-se em sessão virtual, pela Internet, a banca examinadora do trabalho intitulado **Memória e espaço urbano: um mercado público em Ouro Preto**, apresentado ao Curso de Arquitetura e Urbanismo da Escola de Minas da UFOP, como Trabalho de Conclusão de Curso (Trabalho Final de Graduação), por **KARINE DE JESUS SANTOS**, aluna regularmente matriculada no Curso. Compuseram a banca os professores **TITO FLÁVIO RODRIGUES DE AGUIAR** (orientador, Dearq/Escola de Minas/UFOP) e **MARCOS MASCARENHAS FRANCHINI DE OLIVEIRA** (Avaliador 1, UNI-BH) e a professora **FERNANDA ALVES DE BRITO BUENO** (Avaliadora 2, Dearq/Escola de Minas/UFOP). Após a exposição oral, a aluna foi arguida pelos componentes da banca, que a seguir se reuniram reservadamente e decidiram **APROVAR** o trabalho, com a nota 9,5 (nove pontos e meio) em 10 pontos.

Orientador – Tito Flávio Rodrigues de Aguiar

Avaliador 1 – Marcos Mascarenhas Franchini de Oliveira

Avaliadora 2 – Fernanda Alves de Brito Bueno

## AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a todos que contribuíram, de forma direta ou indiretamente no conteúdo e realização deste trabalho.

Aos meus queridos pais, Helena e Licindo (in memoriam), pelo amor incondicional, por me ensinarem os bons princípios e o real significado de bondade. Tudo isso que vivo é graças ao amor e apoio de vocês. Obrigada por tanto.

Aos meus irmãos, Jordanna Santos e Diêgo Lausther, pelos embates e ensinamentos, por me fazerem enxergar o mundo com outros olhos, motivando-me sempre a crescer. Ao Danilo, pelo cuidado, amor e paciência infindável, principalmente durante o desenvolvimento deste estudo. A toda minha família e amigos, que sonharam e acreditaram neste sonho junto a mim.

A todos os meus colegas e amigos de graduação, especialmente Ana Corrêa, Elo, Gabi, Gabriel, Matheus e Philippe, que nesses cinco anos contribuíram tanto na minha jornada, deixando-a mais leve e divertida.

Às “meninas do apê 104”, Iris Paula e Fábيا, por terem dividido comigo, da melhor forma possível, a nossa casinha.

Agradeço imensamente ao meu professor, Tito, por todo o apoio, compreensão e dedicação ao me orientar neste trabalho.

A todos os professores, que contribuíram de forma contundente para a minha formação e fizeram-me enxergar a arquitetura como um instrumento de mudança.

Agradeço à UFOP, USP e toda comunidade acadêmica, por possibilitarem a melhor experiência e aprendizado para minha formação.

Por fim, não poderia deixar de agradecer à cidade de Ouro Preto, que me acolheu tão bem, sendo hoje parte da minha história e base para tanto.

Muito obrigada!

"Nada mais apropriado que se estimularem processos que promovam o encontro entre história social e história arquitetônica, que redescubram a “memória do lugar” [...]."

*Leonardo Castriota*

“As cidades têm a capacidade de prover algum benefício para cada um de seus habitantes desde que, e somente quando, sejam criadas para todos.”

*Jane Jacobs*

## RESUMO

Este trabalho aborda uma discussão sobre o mercado público como um equipamento capaz de resgatar costumes, fomentar a apropriação urbana, relações econômicas e socioculturais. A importância histórica do mercado é evidenciada através da análise dos processos e transformações ocorridas no âmbito nacional e internacional, além do estudo de suas características específicas. Num segundo momento, fundamenta-se a discussão sobre o conflito entre o espaço público e a urbanidade. Em seguida, busca-se compreender como esses espaços configuram-se e relacionam-se com a cidade, embasando-se no Mercado Central de Belo Horizonte e o Mercado de Santa Caterina, em Barcelona. Como recorte de pesquisa, optou-se pela revisão histórica-arquitetônica dos três principais espaços de mercado de Ouro Preto, que evidenciam uma complexa relação entre o desenvolvimento histórico e o papel desses elementos na cidade. Assim, busca-se a concepção de um projeto arquitetônico de um mercado público em Ouro Preto/MG, que, atrelado ao bom funcionamento do tecido urbano, surge como uma possibilidade de retomada desse espaço edificado, promovendo, através de atividades comerciais e culturais, um resgate às tradições locais.

**Palavras-chave:** Mercado público. Ouro Preto. Espaço público. Tradição. Urbanidade.

## ABSTRACT

This paper approaches a discussion about the public market as an equipment capable of rescuing customs, fostering urban appropriation, economic and sociocultural relations. The historical importance of the market is evidenced through the analysis of the processes and transformations that occurred at the national and international level, in addition to the study of its specific characteristics. Secondly, the discussion about the conflict between public space and urbanity is based. Next, we seek to understand how these spaces are configured and related to the city, based on the Central Market of Belo Horizonte and the Santa Caterina Market in Barcelona. As a research cut, we opted for the historical-architectural review of the three main market spaces of Ouro Preto, which evidence a complex relationship between historical development and the role of these elements in the city. Thus, we seek the design of an architectural project of a public market in Ouro Preto/MG, which, tied to the proper functioning of the urban fabric, emerges as a possibility of the resumption of this built space, promoting through commercial and cultural activities, a rescue to local traditions.

**Keywords:** Public market. Ouro Preto. Public space. Tradition. Urbanity.

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>   | <b>9</b>  |
| 1.1. Objetivos   | 11        |
| 1.1.1. Objetivo Geral  | 11        |
| 1.1.2. Objetivos Específicos   | 11        |
| 1.2. Metodologia   | 12        |
| <b>2. MERCADO PÚBLICO</b>  | <b>12</b> |
| 2.1. Origem e desenvolvimento  | 12        |
| 2.2. Das feiras livres aos mercados públicos no Brasil   | 21        |
| <b>3. ESPAÇO PÚBLICO E URBANIDADE</b>  | <b>25</b> |
| 3.1. O mercado público como agente da urbanidade   | 26        |
| <b>4. OURO PRETO</b>   | <b>28</b> |
| 4.1. Breve histórico de Ouro Preto   | 28        |
| 4.2. Espaços de mercado em Ouro Preto  | 30        |
| 4.3. As feiras livres em Ouro Preto  | 32        |
| <b>5. REFERÊNCIAS PROJETUAIS</b>   | <b>34</b> |
| 5.1. Mercado Central de Belo Horizonte   | 34        |
| 5.2. Mercado de Santa Caterina   | 38        |
| <b>6. DIAGNÓSTICO</b>  | <b>42</b> |
| 6.1. Região de intervenção   | 42        |
| 6.1.1. O bairro das Cabeças  | 43        |
| 6.2.1. O terreno   | 46        |
| 6.2.2. Legislação urbana   | 49        |
| <b>7. MEMORIAL DESCRITIVO DA PROPOSTA PROJETUAL</b>  | <b>51</b> |
| 7.1. Programa de necessidades  | 52        |
| 7.2. Implantação   | 52        |
| 7.3. Volumetria e aspectos construtivos  | 54        |
| 7.4. Diretrizes  | 58        |
| <b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>   | <b>61</b> |
| <b>REFERÊNCIAS</b>   | <b>63</b> |
| <b>APÊNDICE A</b> – Quadro 1. Síntese do programa de necessidades  | 67        |
| <b>APÊNDICE B</b> – Tabela 2. Parâmetros urbanísticos ZAR-3, Ouro Preto e resultados alcançados com a proposta projetual | 68        |
| <b>APÊNDICE C</b> – Desenhos técnicos da proposta projetual  | 69        |

## 1. INTRODUÇÃO

O espaço de vendas de alimentos surgiu através das primeiras civilizações e, ao longo da história, foi consolidando-se como uma importante centralidade<sup>1</sup> dentro das cidades.

Desde meados do século XX, com o surgimento do autosserviço, os equipamentos de mercado vêm sofrendo com severas e constantes mudanças (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 13). Nesse contexto, surgem novos estabelecimentos de consumo, como os supermercados, que são lugares de alta demanda de produtos, em sua grande maioria, industrializados. No que tange à discussão da urbanidade, esses novos modos de comprar e vender dão forma a um local em que predomina a lógica do consumo e, diferente das feiras livres e mercados públicos, assumem um distanciamento dos aspectos da vida urbana, o que, sem dúvida, tem significativa atuação nas relações sociais e apropriação do espaço<sup>2</sup>.

Em um contexto histórico, o mercado público é concebido como um equipamento democrático, pois permite a venda de diversos produtos e convívio entre pessoas de diferentes classes sociais. A presença de espaços destinados à troca pode ser observada desde a Antiguidade. Segundo Vargas (2018, p. 71), essa é uma atividade que nasce com o homem, responsável, desde a sua origem, pela aproximação entre povos.

Através dos encontros necessários para a atividade foi que a troca assumiu também um caráter social. Essa relação gera, portanto, o contato pessoal, o encontro e vínculo entre a comunidade e a população geral.

Foi dessa necessidade de encontro que nasceu o lugar do mercado. [...] A origem do mercado está, portanto, no ponto de encontro de fluxos de indivíduos que traziam seus excedentes de produção a troca, normalmente situado em locais equidistantes dos diversos centros de produção. (VARGAS, 2018, p. 71).

Assim como em grande parte do mundo, desde o início da conformação das cidades brasileiras as atividades mercantis aconteciam em feiras livres e em espaços de mercado. Diante desse contexto, tais atividades marcam também a evolução urbana e histórica de diversas regiões.

---

<sup>1</sup> “Centralidade é aqui entendida como a ocorrência de encontro de fluxos de toda ordem - pessoas, mercadorias, veículo, informações -, reunindo uma variada quantidade de atividades terciárias (comércio e serviços, cultura, lazer, educação, saúde, administração pública, turismo, etc.).” (VARGAS, 2018, p. 269).

<sup>2</sup> Ao passo que são investigadas as novas formas de comércio de alimentos, exprime-se a necessidade de problematizar o decaimento de espaços públicos atribuídos a esses usos. A escassez de áreas destinadas à venda de produtos da agricultura familiar ilustra bem o conflito entre espaço público e urbanidade.

Muitas das vezes, os locais de mercado representam uma centralidade, um importante ponto turístico para visitação. As pessoas buscam esses espaços por serem locais atrativos, seja pela sua arquitetura, gastronomia, tradições ou diversos outros aspectos fundamentais.

Apesar das revoluções varejistas que ocorreram durante os anos, pode-se dizer que a atividade de troca entre comprador-vendedor, típica das feiras livres e mercados públicos, ainda permanece intimamente ligada ao vínculo e relação social entre ambas as partes. Além da função econômica, esses espaços podem se consolidar como um atrativo ao fluxo e agente indutor da urbanização (VARGAS, 2018, p. 270).

Sendo a cidade o produto mais visível da segregação social, o mercado surge como uma possibilidade de um espaço público que aproxima pessoas de diversos repertórios socioeconômicos e culturais, sem que haja, portanto, uma distinção entre elas. Dentre as várias características do equipamento, é importante reconhecer a sua potencialidade diante de aspectos arquitetônicos e urbanísticos. Quando bem inserido no tecido urbano, pode configurar-se como um emblemático local de articulação<sup>3</sup>, que, por sua vez, permitirá também o envolvimento das pessoas na dinâmica da cidade.

Ouro Preto é mundialmente reconhecida pela sua arquitetura, história e tradição. Motivada pelo turismo, a cidade recebe, anualmente, pessoas de diversas partes do planeta. Sua população é dividida, principalmente, entre moradores nativos e flutuantes. A ocupação do seu território ocorreu atrelada à exploração aurífera, que deu fomento à economia local, e incorporou na cidade a presença de pequenos negócios e espaços comerciais. No entanto, com os processos históricos que a cidade sofreu, e com a implantação de grandes redes de supermercados, percebeu-se uma mudança nos costumes e locais de comércio. Uma das mais evidentes transformações da cidade é o desaparecimento da edificação de mercado que existiu durante décadas no Largo do Coimbra. A escassez do equipamento na cidade e demais aspectos foram determinantes para apontar a necessidade da criação de um mercado público, que possa ser de uso tanto aos moradores quanto aos visitantes de Ouro Preto. Segundo Vargas (2018, p. 266), “na questão do turismo, por exemplo, a boa lembrança que fica é a alma do negócio, pois induz ao desejo de retorno.”

Devido a sua historicidade e relação com a conformação urbana de Ouro Preto, o bairro Cabeças consolidou-se como um dos mais tradicionais da cidade. Entretanto, apesar dessas características, o bairro apresenta poucos espaços públicos que valorizem a vida urbana

---

<sup>3</sup> Por outro lado, é possível identificar alguns prognósticos negativos em relação à equipamentos em desuso, sobretudo, aos princípios projetuais que configuram aspectos importantes quanto ao uso e permanência no tecido urbano.

local. Nessa perspectiva, este trabalho propõe a criação de um mercado público, que parte da premissa de se criar um equipamento que vai além da comercialização de produtos. Logicamente, não podem ser esquecidos os demais atores envolvidos na configuração do espaço terciário, sendo imprescindível um local que combine atividades econômicas e socioculturais. Dessa forma, três foram as determinantes para a materialização do equipamento: o encontro de pessoas, o incentivo às tradições locais e apropriação do urbano.

Assim, além da função de abastecimento, o mercado público é entendido como uma tentativa, através do espaço físico, de aproximação entre a memória do lugar e a ideia de cidades para as pessoas<sup>4</sup>.

## **1.1. Objetivos**

Para o desenvolvimento do trabalho foram traçados os seguintes objetivos:

### **1.1.1. Objetivo Geral**

Investigar, a partir do campo da arquitetura e urbanismo, a possibilidade de reforçar e ampliar, por meio de um mercado público, práticas socioculturais que envolvam o comércio de produtos no município de Ouro Preto.

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

Os objetivos específicos deste trabalho são:

- Estudar a relação histórica dos mercados públicos como espaço para abastecimento e comércio de produtos, observando os aspectos que envolvem a expansão e desenvolvimento dos centros urbanos;
- Estruturar as etapas e processos projetuais para um mercado público, de modo que possa contribuir para estudos relacionados ao equipamento e espaço urbano, e sua implantação em sítios históricos.
- Criar e analisar uma proposta arquitetônica que compreenda as necessidades projetuais do equipamento em Ouro Preto, considerando a paisagem histórica, questões ambientais, estéticas e estruturais.

---

<sup>4</sup> Para maior compreensão acerca da temática, recomenda-se a leitura dos livros “Cidades para pessoas”, escrito por Jan Gehl, e “Morte e vida das grandes cidades”, autoria de Jane Jacobs.

## **1.2. Metodologia**

Este trabalho compreende uma pesquisa exploratória, na qual observam-se os conceitos e fundamentos acerca da temática, estabelecendo-se uma reflexão crítica dos conteúdos e autores estudados. Através de uma abordagem qualitativa, foram adotados os seguintes métodos:

- Revisão bibliográfica em livros, artigos, teses, sites, revistas, etc. sobre a origem, desenvolvimento do tema, objeto da proposta e conteúdos relacionados;

- Pesquisa de referências projetuais e temática estudada, em sites, livros e revistas;

- Análise documental sobre a região de estudo e seus aspectos históricos, econômicos e sociais, em sites, jornais e livros;

- Levantamento de dados referentes ao tema e local de proposta, usos e condicionantes legais vigentes.

## **2. MERCADO PÚBLICO**

### **2.1. Origem e desenvolvimento**

Segundo Oliveira Júnior (2006, p. 20), no período neolítico, o homem pôde aprimorar suas técnicas e instrumentos de criação de animais e cultivo de alimentos, criando também condições para o desenvolvimento da agricultura.

Inicialmente, a produção era destinada apenas à subsistência, mas, com o tempo, o domínio técnico agrícola das sociedades primitivas proporcionaram melhores colheitas, gerando-se uma larga concentração de excedentes, que logo passaram a ser utilizados para troca (BENEVOLO, 1997, p. 26). Uma prática que se caracterizou como uma das primeiras formas de comércio<sup>5</sup>.

Ao passo que as aldeias primitivas se desenvolveram e começaram a se configurar como cidades, ocorreu uma aprimoração nos métodos de transporte para exploração de novos territórios. Nesse momento, as civilizações se impõem em busca de um aumento produtivo e possibilidades de expansão (VARGAS, 2018, p. 5).

A partir do aperfeiçoamento dos transportes de carga e navegação, intensificou-se a distribuição e troca de excedentes por mercadorias de locais cada vez mais distantes (MUMFORD, 1988, p. 38; OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 21). Por conseguinte, surge na

---

<sup>5</sup> De acordo com Oliveira Júnior (2006, p. 20), no momento em que as sociedades começam a trocar seus excedentes por bens de consumo, inicia-se a prática de comércio.

cidade um espaço destinado à atividade comercial: o mercado (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 21).

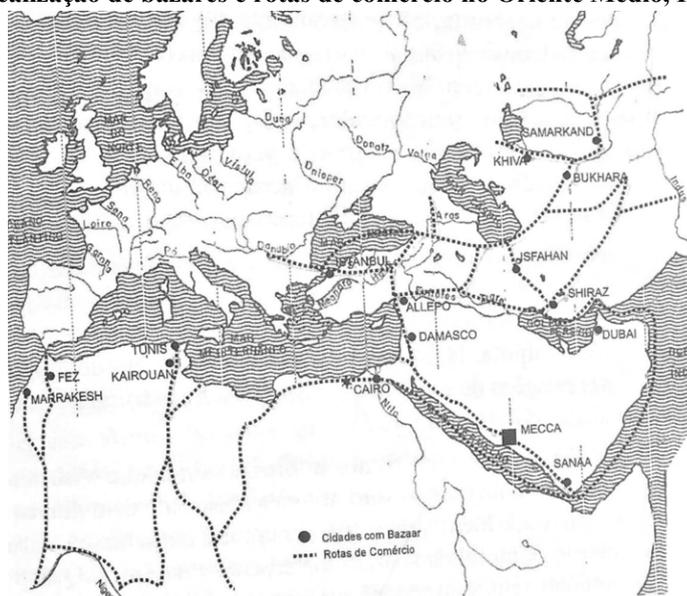
Nos mais antigos registros sobre as cidades, as funções de fornecimento, abastecimento e distribuição eram remetidas ao templo como um local de mercado (MUMFORD, 1998, p. 84). A venda de cereais, lã, carnes, entre outros artigos aconteciam também no recinto religioso.

Se, a princípio, não se pode encontrar um espaço aberto a que se possa chamar de mercado, isto se dá talvez porque esse espaço fazia parte do recinto do templo e apenas numa data mais recente encontrou para si mesmo uma válvula nos distritos plebeus da cidade. (MUMFORD, 1998, p.85).

Segundo Mumford (1998, p. 85), “as duas formas clássicas do mercado, a praça aberta ou o bazar coberto, a rua de barracas ou de lojas, possivelmente já tinham encontrado sua configuração urbana por volta de 2000 a.C., a mais tardar.”

No Oriente Médio, as atividades mercantis eram privilegiadas pela sua localização entre dois continentes. Assim, configurou-se um forte centro comercial que convergia para os bazares, mercados no entorno de Meca e Medina e nas rotas de comércio entre o Mediterrâneo, a Índia e a África (FIG. 1) (VARGAS, 2018, p. 79).

**Figura 1. Mapa de localização de bazares e rotas de comércio no Oriente Médio, Índia e Norte da África.**



Fonte: Weis e Westermann (1988 *apud* Vargas, 2018, p. 79).

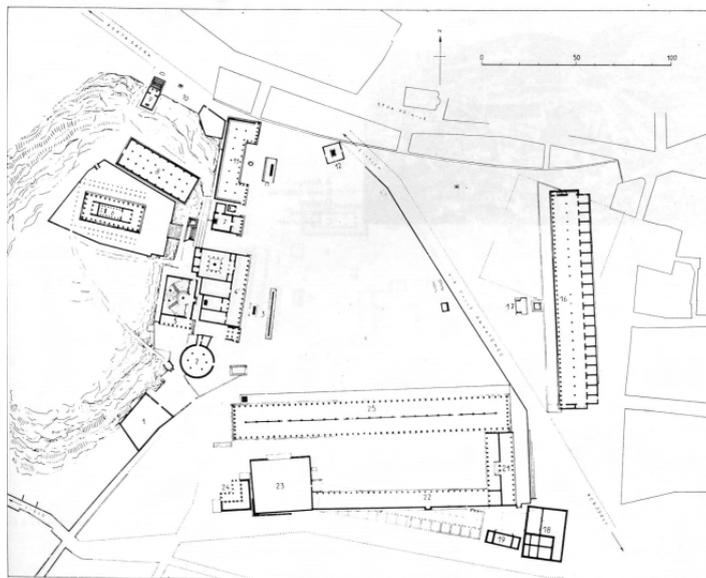
Renoy (1986, p. 18 *apud* VARGAS, 2018, p. 81) ressalta que a palavra bazar tem origem na língua árabe e significa mercadoria. O bazar era o lugar regulador do comércio, praticamente um monumento público, que permitia a distribuição de mercadorias para

diferentes classes sociais (VARGAS, 2018, p. 81). A forma inicial dos bazares eram tendas dispostas nas vias, posteriormente, eles configuraram-se em edificações, com vários pátios internos, lojas, fontes, locais de banho e oração (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 23).

Assim como no Oriente Médio, um importante aspecto para o desenvolvimento e crescimento da economia na Grécia Antiga foi o mercado. De acordo com Corrêa (2011, p. 44), alguns pesquisadores dividiram as relações comerciais do mercado grego em duas esferas de mercadorias: “básicas - grãos, azeitonas e vinhos cultivados e comercializados localmente; e as mercadorias de luxo que [...] eram os itens importados.” Inicialmente, a venda desses produtos aconteciam nos arredores da metrópole, mas posteriormente, a ágora foi o local que tinha por objetivo a distribuição de alimentos e mantimentos essenciais (FIG. 2) (VARGAS, 2018, p. 87).

A ágora como espaço de aglomeração humana, onde habitualmente a comunidade se reunia para debater sobre assuntos de interesse coletivo, era um local propício a realização de negócios, também chamada praça de mercado. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 23).

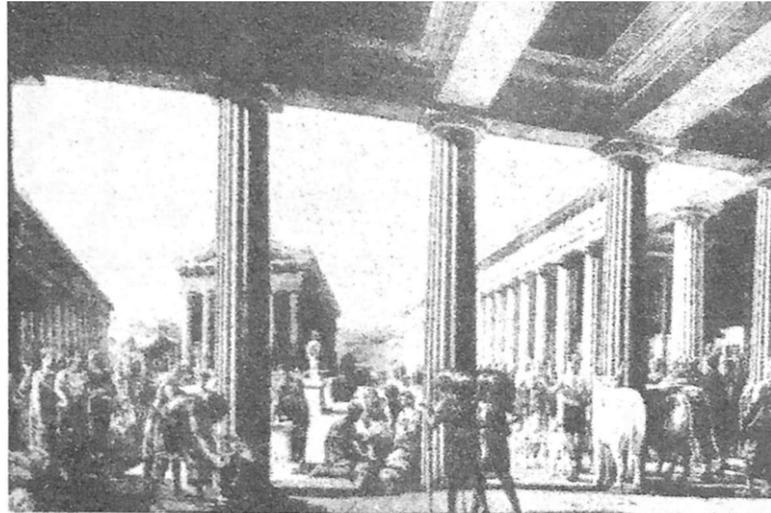
**Figura 2. Planta da Ágora de Atenas em fins da época helenística.**



Fonte: Benevolo (1997, p. 101).

A ágora era um espaço público amplo e aberto, possuía um formato que se relacionava com o entorno (FIG. 3), era “rodeada por um templo, uma fonte ou oficinas de artífices, sempre dispostos de forma espontânea.” (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 24).

**Figura 3. Praça no mercado grego dos tempos clássicos.**



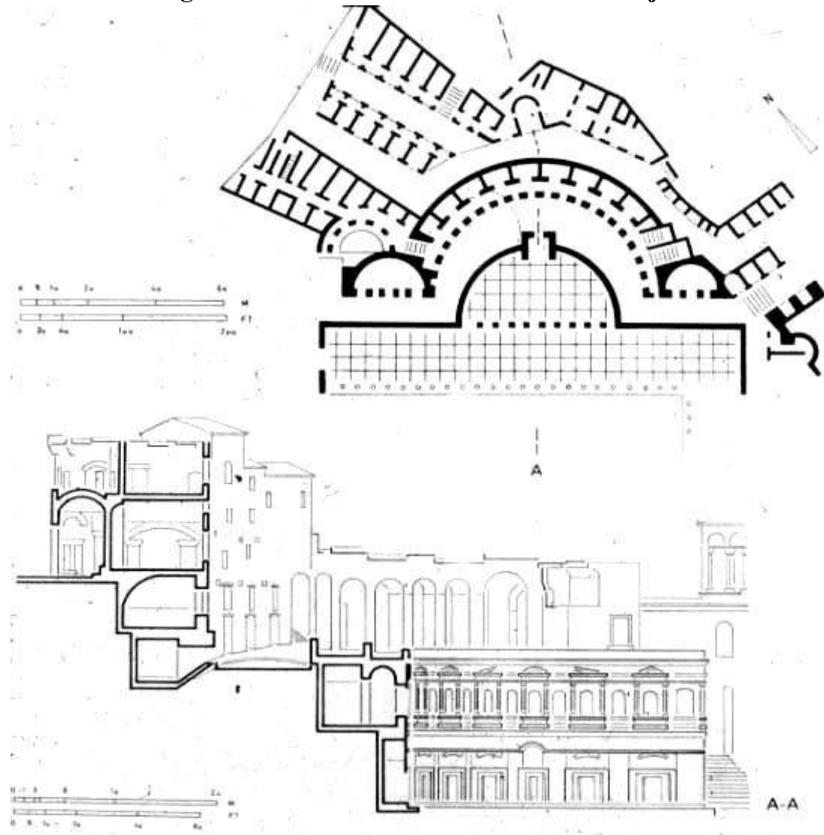
Fonte: Gruen (1962, p. 98, *apud* Vargas, 2018, p. 89).

Segundo Vargas (2018, p. 92), o domínio romano não foi conquistado através das atividades comerciais como ocorreu na Grécia. Ainda de acordo com a autora, o Império Romano se fortaleceu principalmente através da expansão e consolidação de novos territórios e de seu poder político e militar. Nesse sentido, a autora explica que:

Para atender as necessidades da vida social, combinando atividades comerciais, religiosas e políticas, os imperadores romanos deram extrema atenção à construção de monumentais edifícios que adotavam a característica de centros urbanos principais, com múltiplas funções, denominados *fórum*. (VARGAS, 2018, p. 93).

As atividades aconteciam em um espaço público descoberto, cingido às edificações destinadas ao Senado e Justiça, e em lado oposto, encontrava-se o mercado (VARGAS, 2018, p. 93). Nesse contexto, destaca-se o Fórum de Trajano, também conhecido como Mercado de Trajano (FIG. 4 e 5), um dos mais espetaculares fóruns romanos, construído na principal cidade do império: Roma.

**Figura 4. Planta e corte do Mercado de Trajano.**



Fonte: [...] Urbipedia (s. d; *on-line*).<sup>6</sup>

**Figura 5. Mercado de Trajano.**



Fonte: [...] Urbipedia (s. d; *on-line*).<sup>7</sup>

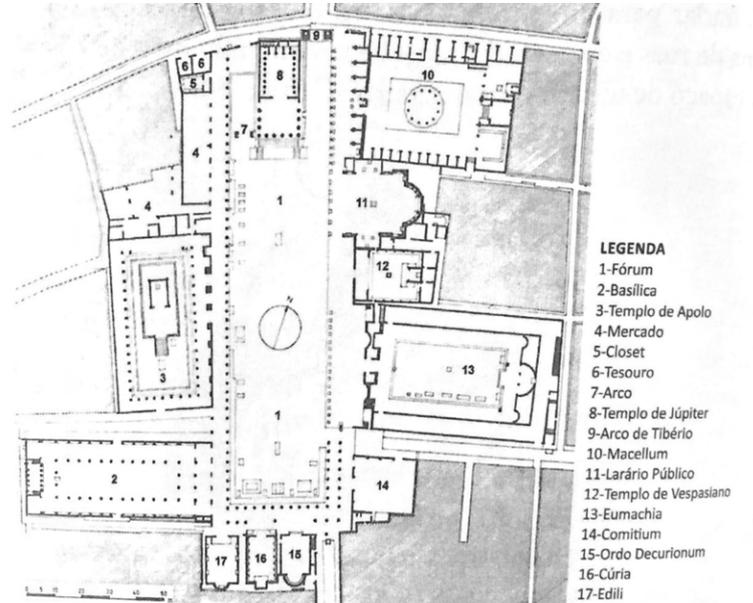
---

<sup>6</sup> Disponível em:  
<[https://www.urbipedia.org/hoja/Mercado\\_de\\_Trajano#/media/File:Mercado\\_trajano.planta.jpg](https://www.urbipedia.org/hoja/Mercado_de_Trajano#/media/File:Mercado_trajano.planta.jpg)>. Acesso em: 5 de abril de 2021.

<sup>7</sup> Disponível em:  
<[https://www.urbipedia.org/hoja/Mercado\\_de\\_Trajano#/media/File:Mercado\\_trajano.planta.jpg](https://www.urbipedia.org/hoja/Mercado_de_Trajano#/media/File:Mercado_trajano.planta.jpg)>. Acesso em: 5 de abril de 2021.

Em Pompéia, o fórum principal servia para muitos propósitos, entre eles o mercado, as lojas, os templos e a basílica (FIG. 6).

**Figura 6. Planta do Fórum de Pompéia.**

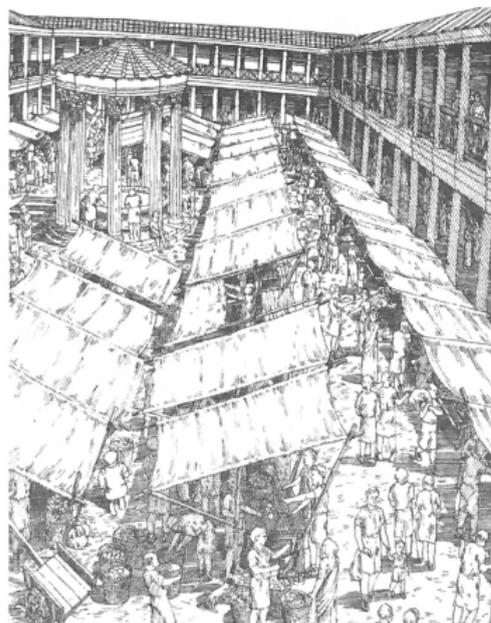


Fonte: Kato (1993, p. 98, *apud* Vargas, 2018, p. 96).

A Figura 7, mostra que:

Encravado no coração da cidade, o mercado era um espaço aberto envolto por colonatas que projetavam um espaço de circulação ao longo das lojas e escritórios. No centro, uma fonte de água pública e, em volta desta, distribuía-se as barracas dos comerciantes e camponeses. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 23).

**Figura 7. Mercado público no Império Romano.**



Fonte: Macaulay (1989, p. 60, *apud* Vargas, 2018, p. 97).

Com a queda do Império Romano do Ocidente e o conseqüente declínio econômico de considerável parcela do mundo antigo, o mercado passou por um enfraquecimento. Segundo Almeida (2009, p. 28), no período supracitado, as feiras e mercados tinham um caráter regional, com atividade predominante de varejo por produtos locais. De acordo com Oliveira Júnior (2006, p. 27), o comércio internacional entrou em declínio por cerca de seis séculos e, somente no século XI, após uma emergente industrialização foi que houve uma retomada no crescimento da economia, comércio e transportes.

Vargas (2018, p. 102) afirma que, na Idade Média, as atividades mercantis aconteciam em praças, implantadas predominantemente em locais periféricos, nas proximidades das principais vias e nos limites externos das muralhas das cidades. Somente após um lento processo foi que o mercado tornou-se parte da expressão urbana medieval (KATO, 1993, p. 6, *apud* VARGAS, 2018, p. 103).

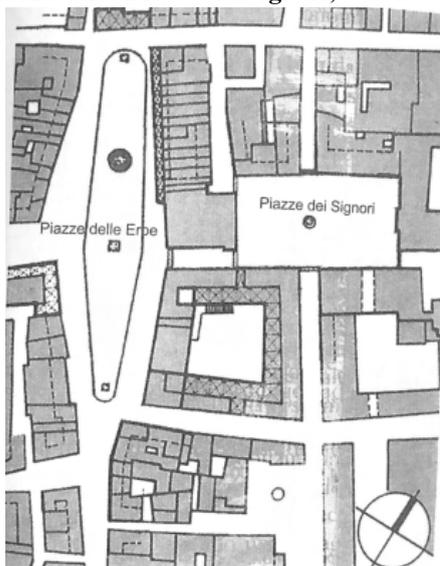
A praça de mercado representava momentos cotidianos do período, associava as relações econômicas, sociais, políticas e religiosas. Assim como em alguns espaços públicos contemporâneos, eram nas praças onde aconteciam as festividades, atividades comerciais e de lazer. Segundo a mesma autora, as praças medievais eram:

Áreas vazias inseridas no meio de uma alta densidade de edifícios, amontoadamente dispostos, representavam os momentos da vida cotidiana das cidades medievais, com um grau de integração indispensável para o desenvolvimento das funções urbanas coletivas (mercados, cerimônias religiosas e eventos governamentais). (VARGAS, 2018, p. 103).

Durante o período do Renascimento, o comércio passou por forte expansão, que foi além dos muros da cidade medieval e possibilitou o desenvolvimento do mercado transnacional (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 27). Nesse período, intensificaram-se as feiras e o comércio de produtos de diversas partes do mundo. Como observado nas Figuras 8 e 9,

A praça renascentista da primeira tendência foi uma simples maquiagem das suas predecessoras, por um novo grupo de poder, e sua função era apenas uma extensão do que foi na Idade Média. [...] Já as praças do período barroco, de segunda tendência, podem ser sumarizadas como tendo estabelecido vias axiais na estrutura da cidade, ou um lugar onde eixos viários têm de ser desviados. (VARGAS, 2018, p. 106).

**Figura 8. Planta da Piazza delle Erbe e dei Signori, Verona - período renascentista.**



Fonte: Kato (1993, p. 119, *apud* Vargas, 2018, p. 107).

**Figura 9. Planta da Piazza del Popolo, Roma - barroco.**

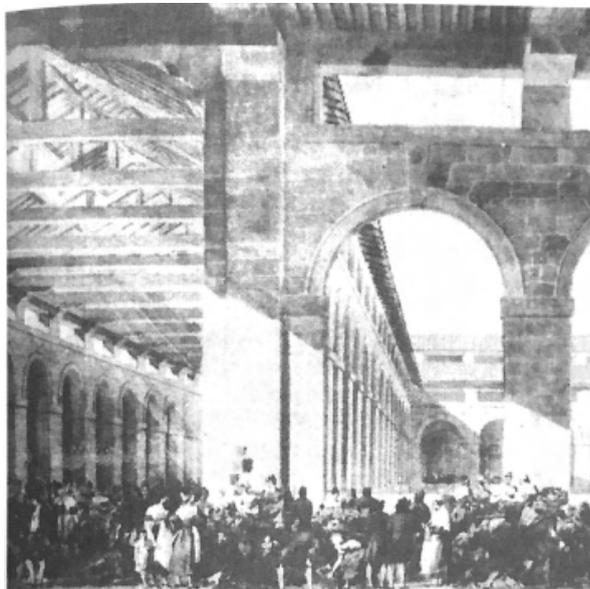


Fonte: Kato (1993, p. 21, *apud* Vargas, 2018, p. 108).

Desde os mais antigos processos de desenvolvimento das cidades, em sua formação está a agricultura e o local de distribuição e troca de produtos. Entretanto, Mumford (1998, p. 84) explica que “o que dá ao mercado um lugar permanente na cidade é uma população suficientemente grande para oferecer um bom meio de vida [...] e suficiente produtividade local.” Nesse contexto, Vargas (2018, p. 121) relata que a edificação destinada ao mercado, propriamente dita, surgiu no final do séc. XVII, quando a classe social de comerciantes e suas produções cresceram significativamente.

Com a ascensão da industrialização, o espaço físico do mercado passou a ser direcionado exclusivamente ao comércio de alimentos (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 32). No séc. XIX, essas edificações ganharam grande importância na malha urbana e organização social das cidades. Nesse momento, os mercados configuraram-se como um equipamento público essencial nas principais metrópoles do mundo, sendo o centro de atração para o comércio, adotando formatos monumentais no início do século XIX (VARGAS, 2018, p. 121). Durante esse período, importantes edificações foram construídas na França, como o Mercado de Saint Germain (FIG. 10), um dos maiores da época, projetado entre 1813 e 1816 por Blondel.

**Figura 10. Mercado Saint Germain, projetado por Blondel, 1813-1816.**



Fonte: Pevsner (1976, p. 239, *apud* Vargas, 2018, p. 125).

Com o uso de novos materiais da construção - entre eles o ferro - e a introdução do sistema de construção pré-fabricada, essas edificações emergiram-se a um caráter monumental, passando também a terem maiores dimensões.

Em Paris, o grande mercado atacadista *Les Halles Centrales* (FIG. 11), projetado por Victor Baltard, marcou uma nova produção arquitetônica dos mercados públicos em todo o mundo. Notável pela sua escala, a edificação fundamentou e disseminou os conceitos projetuais de construções destinadas a esse uso. Porém, em 1971, o local foi demolido, o mercado atacadista foi transferido para os arredores da cidade, e, em uma releitura mercadológica, foi construído no local o *Forum Les Halles*, um centro comercial diretamente conectado a uma grande estação de metrô e trens metropolitanos.

**Figura 11. Les Halles Centrales, por Victor Baltard, Paris, 1853.**



Fonte: Pevsner (1976, p. 243 *apud* Vargas, 2018, p. 127).

Ao longo da história o espaço do mercado foi consolidando-se e posicionando-se com maior importância nos contextos urbanos e sociais. Da ágora grega, fórum romano, aos espaços de comércio da cidade medieval e moderna, inúmeras foram as transformações que ocorreram na sociedade e que influenciaram diretamente nas suas conformações e usos. O espaço de mercado foi desenvolvendo-se de acordo com as necessidades cívicas e comerciais de cada sociedade e tempo. Entretanto, em alguns casos ainda são preservados o caráter público do espaço onde coexistem as relações sociais e comerciais (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 25).

## **2.2. Das feiras livres aos mercados públicos no Brasil**

Segundo Forman (1979, p. 46), existem evidências de que as feiras livres acontecem no Brasil desde o período da colonização. Assim como na cultura, os espaços destinados às atividades de comércio foram introduzidos no país conforme os padrões europeus, e, posteriormente, influenciados pelo modelo americano (VARGAS, 2018, p. 208). Os mercados públicos foram implantados predominantemente nos centros urbanos e geralmente em seu entorno aconteciam as feiras livres (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 34).

Em importantes cidades do período colonial, como no Rio de Janeiro, São Paulo e Ouro Preto, o comércio acontecia de modo informal, nas praças e principais ruas locais (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 34; VASCONCELLOS, 1977, p. 59). Na cidade do Rio de Janeiro, as feiras livres só foram reconhecidas em 1904, em um momento que a capital passava por uma importante reforma demandada pelo então governante, Pereira Passos (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 34). Segundo Andrade (2018, p. 88), através da reforma, locais como quitandas, pequenos mercados e construções características do comércio carioca desapareceram do centro da cidade. Entretanto, no fim do séc. XIX, ocorreu um aumento

significativo de espaços de mercados cobertos, implantados em terrenos públicos doados pela capital federal à iniciativa privada (OLIVEIRA JÚNIOR, 2006, p. 35). Essa reforma corroborou, mais tarde, para a difusão de padrões europeus e higienistas por grande parte do país.

De acordo com Murilha e Salgado (2011, *on-line*), possivelmente, o primeiro mercado público brasileiro foi o Mercado da Candelária (FIG. 12), inaugurado em 1835 e demolido em 1911<sup>8</sup>. Tratava-se de uma construção localizada no Rio de Janeiro, projetada por Grandjean de Montigny, feita em alvenaria, que se tornou referência para novas construções em todo o Brasil.

**Figura 12. Mercado público da Candelária, Rio de Janeiro, (foto anterior a 1906).**



Fonte: Gorberg e Fridman (2003 *apud* Vargas, 2018, p. 210).

Com a difusão do ferro na construção civil no séc. XIX, diversos países - entre eles o Brasil - começaram a importar edifícios pré-fabricados da Europa. Inspirado no projeto do mercado público em ferro de Grenelle em Paris, foi construído no centro de Recife o Mercado de São José (FIG. 13), datado em 1875 (IPHAN, s. d., p. 3).

---

<sup>8</sup> De acordo com Vargas (2018, p. 209), o mercado da Candelária foi demolido em 1911, logo após a inauguração, em 1907, do novo mercado Municipal da Praça XV. Este último foi considerado a maior edificação metálica já importada da Europa para o Brasil. Entretanto, a construção foi demolida em 1960 para dar lugar a uma via perimetral.

**Figura 13. Mercado de São José, Recife, s. d.**



Fonte: IPHAN (s. d; p. 11).

Após a construção do pioneiro Mercado de São José, o uso do ferro nessas edificações se difundiu por todo o país, como foi o caso do mercado de São João, construído em São Paulo no ano de 1890 e o Mercado de Ferro ou Ver-o-peso (FIG. 14), construído em Belém em 1875.

**Figura 14. Mercado Ver-o-peso, Belém, 2014.**



Fonte: Vargas (2018, p. 210).

Em paralelo às construções das edificações citadas, importantes mercados nacionais foram feitos em sistema estrutural de alvenaria convencional, como foi o caso do Mercado Público de Porto Alegre, em 1844 (FIG. 15).

**Figura 15. Mercado público de Porto Alegre, s. d.**



Fonte: Vargas (2018, p. 211).

O processo de construção de mercados públicos, disseminado pelo país, ao adentrar o século XX, não dará mais conta do abastecimento nas grandes cidades, que ampliam sua área urbanizada sem oferecer densidades mínimas que justifiquem a instalação de novos edifícios de mercado, recorrendo à institucionalização das feiras livres (mercados francos), como no Rio de Janeiro em 1904 e em São Paulo em 1914. (VARGAS, 1993, *apud* VARGAS, 2018, p. 213).

No período compreendido entre o início do século XIX e a segunda metade do século XX, várias construções de mercados foram implantadas no Brasil. No entanto, a partir de 1970 esse cenário contrapõe-se, principalmente, devido à exacerbação da sociedade de consumo, que muda o sistema varejista em função do autosserviço, através, por exemplo, dos super e hipermercados e também dos *shoppings centers*<sup>9</sup> (VARGAS, 2018, p. 6).

Conforme observado por Vargas (2018, p. 184), após as transformações nos modos de consumo, percebeu-se um grande “empobrecimento” dos projetos de edificações comerciais. A autora afirma ainda que ambientes como os supermercados “nada mais são do que imensos pavilhões, fechados sobre si mesmos, sem nenhum interesse arquitetônico.” Como consequência nítida dessa lógica consumista dos novos espaços de varejo, temos o esquecimento dos costumes e tradições.

Nesse sentido, pode-se afirmar que as feiras livres e os mercados públicos foram e são essenciais para o desenvolvimento urbano no Brasil e no mundo. Todavia, diferente de alguns métodos varejistas atuais, os tradicionais ambientes de mercado concebem ao contexto urbano/paisagístico funções além de econômicas, como valores urbanos e socioculturais.

---

<sup>9</sup> *Shoppings Centers* são entendidos como conjuntos comerciais, concebidos a partir de empreendimentos imobiliários que reúnem diversas empresas, muitas vezes distintas, mas com um objetivo comum: o consumo.

### 3. ESPAÇO PÚBLICO E URBANIDADE

De acordo com Santos (2006, p. 56), “o espaço geográfico deve ser considerado como algo que participa igualmente da condição do social e do físico, um misto, um híbrido.” Nesse sentido, nos processos de apropriação urbana, o que temos é o resultado da ação do homem sobre o próprio espaço, sendo, portanto, a partir dessa dinâmica que ele transforma-se.

Compreender o que é espaço público, torna-se algo complexo quando relacionamos os conceitos supracitados e urbanidade<sup>10</sup>. Para Harvey (2014, p. 134), trata-se do “lugar onde pessoas de todos os tipos e classes se misturam, ainda que de maneira relutante e conflituosa, para produzir uma vida em comum [...]”. Jane Jacobs (2000, p. 34) diz que, para efeito de estudo sobre o assunto, “deve ser nítida a separação entre o espaço público e o espaço privado.” Sob outra perspectiva, diversos profissionais - inclusive arquitetos e urbanistas - estudam o espaço coletivo como áreas urbanas livres e acessíveis a toda população. Sendo, portanto, muitas das vezes associado com elementos físicos da cidade, por exemplo, a rua, praça, parque, etc., financiados por agentes públicos.

Todavia, é através dos espaços públicos que conseguimos presenciar as transformações urbanas e diversas relações coletivas. Trata-se, portanto, de um espaço físico, mas também um espaço social. Diante disso, tomemos como partido a relação da sociedade como elemento indiscutível do espaço coletivo,

[...] somos levados a constatar que o aspecto mais importante de um domínio público são os princípios que estruturam as interações entre as pessoas. Eles garantem as bases de uma vida em comum entre indivíduos autônomos e independentes que, em tese, não se conhecem e não dispõem de outros laços. (GOMES, 2018, p. 116).

Conforme observado, tem-se, portanto, um aspecto fundamental para a apropriação urbana: a presença de indivíduos. Ao contrário do habitual, é a população quem vai determinar a socialização, o uso e função do espaço. Muitas vezes, edificações consideradas de uso público, de fato não são utilizadas pelas pessoas. Mesmo com o acesso livre, a função social não se torna objetiva. Ainda nesse contexto, Carlos (2015, p. 40) acrescenta que “a produção do espaço apareceria como imanente à produção social no contexto da constituição da civilização.” Sendo assim, a autora entende que a produção urbana é orientada pela práxis social. Gomes (2012, p. 24) complementa a discussão, dizendo que:

---

<sup>10</sup> De acordo com Aguiar (2012, p. 61), “a urbanidade é composta portanto por algo que vem da cidade, da rua, do edifício e que é apropriado, em maior ou menor grau, pelo corpo, individual e coletivo. A urbanidade, assim entendida, estaria precisamente nesse modo de apropriação da situação pelas pessoas, seja na escala do edifício, seja na escala da cidade.”

Os espaços públicos são, nesse sentido, lugares onde os problemas são assinalados e significados, um terreno onde se exprimem tensões, o conflito se transforma em debate, e a problematização da vida social é posta em cena. Ele constitui, por isso, uma arena de debates, mas também um terreno de reconhecimento e de inscrição dos conflitos sociais. Por essa razão, esses espaços são marcadores fundamentais da transformação social.

Percebida as características fundamentais do espaço público, pode-se afirmar que trata-se de um local simbólico, ligado às transformações políticas, sociais e urbanas. Para tanto, contempla aspectos individuais e coletivos, tornando-se um local mediador para as experiências urbanas. Assim, além de proporcionar à população condições de usufruto da cidade, o espaço público está intimamente ligado à sua urbanidade.

### **3.1. O mercado público como agente da urbanidade**

Segundo a Lei Federal nº 6.776/79, um equipamento urbano e comunitário pode ser um bem público ou privado, desde que seja destinado para uso da população ou em prestação de serviços básicos. Nesse contexto, o mercado pode ser entendido como um espaço público que compreende o abastecimento de mercadorias, sendo também um importante local de encontro e fomento às relações políticas, religiosas, econômicas e socioculturais.

O mercado público foi e ainda é um elemento estruturante e organizativo da forma urbana, apresenta um papel integrador ao permitir a ligação e continuidade territorial e funcional da cidade, funda e consolida laços sociais que contribuem para a qualidade de vida, individualiza-se como marco de identidade da cidade, denota simbolismo (político e cultural), ostenta funções variadas e usos específicos e acolhe utilizadores de grupos sociais diferentes (moradores, visitantes, turistas, e ademais utilizadores sob forma individual e/ou coletiva) que apresentam expectativas diferenciadas. Indubitavelmente, classificam-se como elementos qualificadores da coletividade, tanto em termos materiais (urbanísticos, ocupação física) como também em termos imateriais (históricos, culturais, sociais, de identidade) que condicionam a vivência urbana. (FRANCISCO, 2006, p. 2, *apud* FRANÇA; REZENDE, 2010, p. 7).

Como descrito neste trabalho, o mercado surge como um local regulamentador das trocas. Sua tradicional permanência no contexto urbano passou por uma grande ruptura no momento em que surgem novas possibilidades comerciais<sup>11</sup>. Entretanto, no fim do séc. XX observa-se,

[...] um retorno em força dos espaços públicos como elementos centrais dos projetos urbanos e, por outro lado, descobre-se que o espaço público gerando dinâmicas cotidianas essenciais pode ser um instrumento importante e profícuo de coesão social e material da cidade. Passou por reconhecer que o esquecimento da sua

---

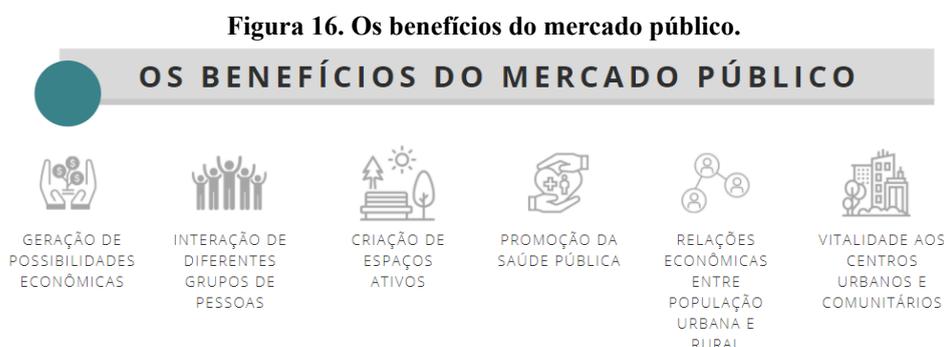
<sup>11</sup> Embora esses novos espaços comerciais tenham uma importância relativa para o abastecimento e conjuntura econômica das cidades, poucos desses edifícios apresentam características de valorização arquitetônica, sendo, muitas das vezes instalados em construções preexistentes (VARGAS, 2018, p. 214).

dimensão pública podia estar na origem da crise do laço social e da crise de cidadania que hoje se conhece. (CASTRO, 2002, p. 53).

Isso pode ser explicado, principalmente, pela crítica que surge nesse momento, e pelo pensamento historicista que retoma o espaço público como uma centralidade urbana. A Espanha, por exemplo, manteve muitos de seus mercados e, em contramão aos países centrais da Europa, observou a necessidade de fomentar a construção de novos espaços públicos, criando também um intenso processo de revitalização urbana e comercial (SILVA, 2017, p. 53). Assim como na Espanha, no Brasil também temos a renovação de antigos mercados públicos, bem como a construção de novas edificações do mesmo uso. Em uma perspectiva geral, tal fato pode ser explicado principalmente pelo questionamento acerca dos locais de abastecimento e de ações que reivindicam a lógica dos espaços públicos. Ainda nesse contexto,

[...] é a partir deste questionamento da existência dos mercados, ante o confronto com as novas formas de abastecimento, que se criou o afastamento entre o equipamento e o cotidiano, e fez surgir com isto a vinculação dos mercados a ideia de “identidade local”; “tradição”, presentes em muitas pesquisas sobre o tema. (PINTAUDI, 2006, *apud* SILVA, 2017, p. 55).

A fundação “*Project Public for Spaces*”<sup>12</sup> destaca importantes aspectos dos mercados públicos e seus benefícios para com a cidade e sociedade (FIG. 16). Entre eles:



Fonte: *Project Public for Spaces*, traduzido e adaptado pela autora (2021).

Diante disso, pode-se entender que o mercado público é capaz de fornecer experiências e benefícios importantes quanto ao tecido urbano em que está inserido. Trata-se de um equipamento público capaz de fomentar as relações econômicas e socioculturais, além de ser um incentivo a apropriação do urbano. Sendo, portanto, uma potencialidade ao uso coletivo, além de um bem edificado que permite a preservação das tradições e memória do lugar.

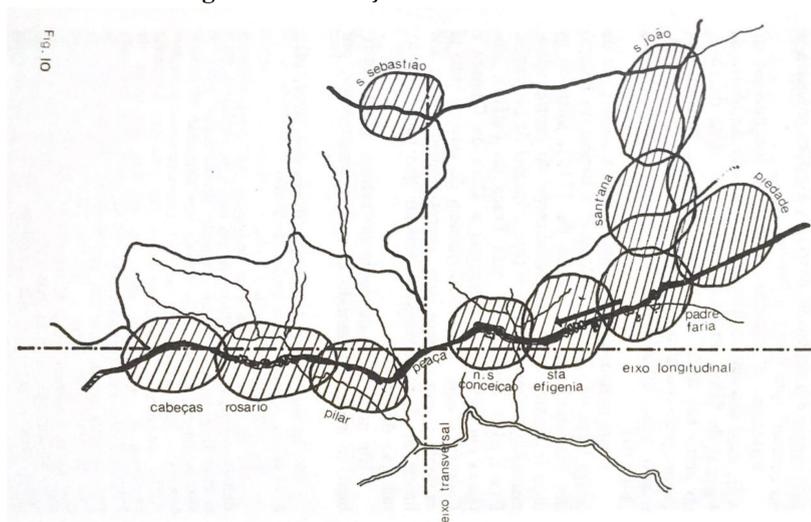
<sup>12</sup> Fundada em 1975, por William Whyte, escritor do livro “*The social life of forests*”.

## 4. OURO PRETO

### 4.1. Breve histórico de Ouro Preto

Ouro Preto (antiga Vila Rica) foi um dos principais centros da colonização no século XVIII, e atualmente é um importante conjunto urbano, fruto da expansão portuguesa no Brasil (VASCONCELLOS, 1977, p. 13). A ocupação desse território ocorreu através de bandeirantes paulistas, que buscavam a exploração de pedras preciosas e minerais. Em 1698, foi fundado pelos irmãos Camargo, Padre João de Faria Fialho e pelo bandeirante Antônio Dias de Oliveira, o arraial que lhe daria o nome: Vila Rica (VASCONCELLOS, 1977, p. 16). Conforme desenho da evolução urbana de Vila Rica (FIG. 17), a cidade “[...] surge com a ligação de dois pequenos povoados mineradores, organizados em torno de pequenas capelas, Antônio Dias e Pilar, que ficavam em cada um dos lados de uma colina.” (CASTRIOTA, 2009, p. 132).

Figura 17. Evolução urbana de Vila Rica.



Fonte: Vasconcellos (1977, p. 78).

Segundo Sylvio de Vasconcellos (1977, p. 31), após a independência do Brasil, Vila Rica, capital da província de Minas Gerais, foi elevada por D. Pedro I à condição de Imperial Cidade de Ouro Preto.

De acordo com o Iphan (s. d; *on-line*), em meados do século XIX, devido "à drástica redução da mineração do ouro com a decorrente mudança das atividades econômicas", a cidade entrou em um declínio econômico. Com a instalação de novas instituições educacionais, como a Escola de Minas, em 1876, a região passou a se configurar também como um importante centro universitário. Em 1897, Ouro Preto perdeu a condição de capital para Belo Horizonte, e, a partir disso, a cidade sofreu um intenso processo de êxodo urbano

(CASTRIOTA, 2009, p. 137). Apesar do declínio econômico e populacional, Ouro Preto conservou grande parte da sua arquitetura e elementos coloniais. Segundo Castriota (2009, p. 137), a cidade foi “conservada quase intacta graças principalmente à decadência da exploração do ouro no século XIX e à perda de seu papel de capital”.

Por esses e outros motivos, em 1933 lhe foi conferido o título de Monumento Nacional, e, após cinco anos, a cidade (FIG. 18) foi tombada pelo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN)<sup>13</sup>. No dia 5 de setembro de 1980, a sessão do Comitê do Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), reconheceu Ouro Preto como Patrimônio Cultural da Humanidade<sup>14</sup> (IPHAN, s. d; *on-line*). Assim, a cidade

Pode ser considerada um dos mais importantes 27 acervos da expressão barroca no mundo, devido, principalmente, ao seu conjunto arquitetônico e às suas manifestações culturais. A arquitetura é constituída principalmente por casarios do século XVIII, além das igrejas que pontuam sua paisagem urbana, sendo valorizada, ainda, pelo relevo acidentado da região. (SALGADO, 2010, p. 26).

**Figura 18. Vista parcial de Ouro Preto, s.d.**



Foto: Luiz Fontana (s. d; *on-line*).<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Conforme Thompson (s.d; *on-line*), “o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) foi a primeira denominação do órgão federal de proteção ao patrimônio cultural brasileiro, hoje Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).”

<sup>14</sup> Segundo o Iphan (s.d; *on-line*), Ouro Preto foi a primeira cidade brasileira a receber o título de Patrimônio Mundial.

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/mobile/folders/0B0-r7P3EloS7VjBFV1FIOVJvbke?usp=sharing>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

## 4.2. Espaços de mercado em Ouro Preto

Os primeiros espaços de mercado existentes em Ouro Preto aconteciam em locais que não eram concebidos especialmente para esse fim. A mercancia acontecia inicialmente em provimento das necessidades primárias dos habitantes de Vila Rica, que, em 1715, possuía cerca de 150 negociantes (VASCONCELLOS, 1977, p. 53). Nesse momento, as atividades econômicas aconteciam principalmente em lojas, nas confluências do “caminho tronco”<sup>16</sup> e arraiais vizinhos.

Apesar de poucas informações acerca da temática, pode-se atribuir aos tropeiros, a conformação de um importante local de comércio na região central da cidade. O “Mercado dos Tropeiros” (FIG. 19) foi construído no século XIX, através de uma rústica estrutura em madeira e telhado colonial (CASTRIOTA, 2009, p. 143). Em um jornal da cidade, datado em 1945, o espaço foi descrito como um vasto barracão, distribuído na parte posterior com vários quartos para abrigo dos tropeiros, e em sua fachada principal aconteciam as atividades comerciais<sup>17</sup>. Na região onde o mercado se localizava, existiam os principais recintos comerciais de Ouro Preto. Devido à centralidade do local, o Mercado dos Tropeiros foi considerado um dos locais mais frequentados da cidade, sendo, portanto, um importante centro econômico e espaço de sociabilização daquele momento.

**Figura 19. O mercado dos tropeiros e a Igreja de São Francisco, Ouro Preto, 1880.**



Foto: Marc Ferrez - Instituto Moreira Salles (1880, *on-line*).<sup>18</sup>

<sup>16</sup> O caminho tronco, considerado um dos mais transitados e importantes de Vila Rica, dava acesso desde Passa Dez à cidade de Mariana (VASCONCELLOS, 1977, p. 71).

<sup>17</sup> CASTRIOTA, 2009, p. 143 *et seq.*

<sup>18</sup> Disponível em: <<https://ims.com.br/acervos/fotografia/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

O antigo mercado acontecia onde atualmente existe a “Feirinha de Pedra-sabão” - denominado Largo do Coimbra. O local passou por várias transformações até chegar nas configurações atuais. Diante disso, Castriota (2009, p. 145) discorre que,

Como toda cidade, Ouro Preto vinha seguindo o seu ritmo de transformação, mais intenso em épocas de efervescência econômica, e mais lento em tempos de estagnação. Assim, ainda no final do século XIX, o Mercado é substituído por uma construção neoclássica, estilo que se impunha à época.

**Figura 20. O mercado municipal e a Igreja de São Francisco, Ouro Preto, fim do século XIX.**



Foto: Coleção Márcio Lima (s. d; *on-line*).<sup>19</sup>

Conforme observada na Figura 20, a proposta de reestruturação do mercado era parte da tentativa de remodelar Ouro Preto, que, através de uma lógica modernista, buscava desvencilhar-la de um passado repugnante (NATAL, 2005, p. 5). Todavia, em 1938, com o tombamento da cidade pelo SPHAN, e através de uma estratégia federal de construir uma identidade arquitetônica nacional<sup>20</sup>, a cidade passa a preservar seus bens históricos<sup>21</sup>.

Nos anos de 1946 e 1947, o Largo do Coimbra vai sofrer intervenção mais radical com a supressão do mercado ali localizado, com a finalidade de ressaltar a igreja,

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.sutori.com/story/linha-do-tempo-rebeldes--3L9x3CHYmkNTKBpv4hbHhCs8>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

<sup>20</sup> Através de uma perspectiva estética, as políticas federais vão privilegiar a conservação dos monumentos e cidades do século XVIII. Nesse contexto, destacam-se algumas cidades de Minas Gerais, que, devido às suas características e arquitetura remanescente do período colonial, foram entendidas como símbolo da cultura e identidade nacional (CAVALCANTE, 2000).

<sup>21</sup> Castriota (2009, p. 145) contrapõe o discurso de preservação do SPHAN, ao ressaltar que as ações adotadas no Largo do Coimbra visavam, primordialmente, à visibilidade do monumento. Ao contrário do proposto, a demolição rompe com a ideia de preservação do espaço construído e a “memória do lugar”.

possibilitando-lhe uma vista mais desimpedida, além de se eliminar um testemunho arquitetônico de um estilo considerado sem importância e em desarmonia com o conjunto. (CASTRIOTA, 2009, p. 145).

Após a demolição do mercado, o Largo do Coimbra e seus arredores passaram por constantes alterações. Destacam-se as mudanças na paisagem do entorno, que, através de uma rápida e desordenada ocupação, cria um cenário de adensamento nas encostas e uma descontinuidade estética. Outra transformação foi em relação ao uso do espaço: anteriormente acontecia uma feira durante a semana, que se desenvolveu até chegar no comércio de produtos artesanais, ficando conhecida como a “Feirinha de Pedra-sabão” (FIG. 21) (CASTRIOTA, 2009, p. 148).

**Figura 21. A Feirinha de Pedra Sabão, Ouro Preto, 2019.**



Foto: Autora (2019).

Durante todo o histórico da conformação do local (desde o Mercado de Tropeiros até a composição atual - Feirinha de Pedra-sabão), pode-se evidenciar a forte tentativa de adaptar o espaço do Largo de Coimbra ao comércio de cada época. Nota-se, também, a falta de preservação das suas anteriores edificações, algo que não aconteceu, por exemplo, com a Igreja de São Francisco de Assis. É importante ressaltar ainda que, mesmo tendo passado por várias modificações, o espaço se manteve como um local de atividades comerciais até o momento atual.

#### **4.3. As feiras livres em Ouro Preto**

Conforme Oliveira Junior (2006, p. 15), entre o final do século XIX e a primeira metade do século passado, assim como os mercados públicos, as feiras livres foram os grandes responsáveis “pela distribuição e comercialização de alimentos junto à população urbana.” Em Ouro Preto, apesar da escassez de informações sobre a presença e história de



## 5. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

A escolha das referências projetuais foi orientada por aspectos inerentes à edificação de mercado. Para exemplificar a relação do equipamento com o meio urbano, foram analisados o Mercado Central de Belo Horizonte e Santa Caterina, em Barcelona, Espanha.

### 5.1. Mercado Central de Belo Horizonte

#### Ficha técnica

Projeto: Mercado Central de Belo Horizonte

Localização: Belo Horizonte – Minas Gerais, Brasil

Área: 24.000 m<sup>2</sup>

Ano do projeto: 1964

A origem do atual Mercado Central é o antigo Mercado construído pela Comissão Construtora da Nova Capital em 1897, na antiga Praça 14 de Fevereiro, conhecida inicialmente como Praça do Mercado, onde atualmente encontra-se a Estação Rodoviária. Esse mercado foi projetado pelo arquiteto José de Magalhães, da Comissão Construtora. Fabricado na Bélgica, foi montado na nova capital e utilizado até o fim dos anos 1920. Em 1929, em um processo de renovação do Centro da cidade, foi demolido e um novo Mercado Municipal (FIG. 24) foi inaugurado no quarteirão formado pelas ruas Santa Catarina, Goitacazes e Curitiba e pela atual Avenida Augusto de Lima, com aproximadamente 14.000 m<sup>2</sup>. Era formado por onze pavilhões de alvenaria que abrigavam pequenas lojas, por barracas de madeira e por circulações descobertas. Os produtos eram transportados em carroças e caminhonetas, que estacionavam nas ruas vizinhas e no quarteirão entre a Rua Goitacazes e a Avenida Amazonas. Com o tempo, o Mercado Municipal entrou em decadência, principalmente pelo uso político das concessões e permissões de uso. No início dos anos 1960, a Prefeitura de Belo Horizonte decidiu vender o terreno e construir um novo mercado no Centro, no lugar até então ocupado pelas oficinas das linhas de bonde. Insatisfeitos com o plano da Prefeitura e interessados em conservar o ponto comercial, os 100 comerciantes estabelecidos no Mercado Municipal formaram uma cooperativa, adquiriram o terreno em que funcionava o mercado e promoveram a reforma e a ampliação das instalações. As obras envolveram o fechamento do terreno, a construção de um pavimento para garagem e de uma cobertura metálica e a reorganização dos espaços de venda, com a demolição das barracas de madeira. Duraram cerca de 10 anos, sem que o estabelecimento deixasse de funcionar. Em

1973, com as obras concluídas, o nome do estabelecimento passou a ser Mercado Central (FIG. 25) (COSTA, 2006; PIMENTEL *et al*; 2006; MERCADO CENTRAL, s.d; *on-line*).

**Figura 24. Mercado Municipal de Belo Horizonte, 1947.**



Fonte: Mercado Central (s. d. *on-line*).<sup>25</sup>

**Figura 25. Mercado Central de Belo Horizonte, s. d.**



Fonte: Mercado Central et. al (2015, p. 11).

Nesse momento, as vendas dos comerciantes eram, em sua grande maioria, de produtos alimentícios. No fim do século XX, com a mudança dos padrões de consumo, a chegada de grandes redes de supermercados, além da construção do CEASA, houve um

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://mercadocentral.com.br/sobre/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

enfraquecimento do comércio atacadista na região central de Belo Horizonte. Diante disso, a solução foi expandir o comércio no espaço, “migrando para a comercialização de variados produtos alimentícios, artesanato, comidas típicas, bebidas, temperos, utilidades domésticas, entre outros” (MERCADO CENTRAL, s.d; *on-line*). O Mercado Central de Belo Horizonte mantém suas atividades até os dias de hoje, sendo reconhecido como um dos mais relevantes mercados públicos do Brasil, e, devido a sua centralidade, cultura e gastronomia, é considerado um dos principais pontos turísticos da capital mineira.

Aberto de domingo a domingo, recebe mensalmente um milhão e duzentas mil pessoas. O público é diverso, formado por diferentes classes sociais. É ponto de encontro dos belo-horizontinos, atrai todos os dias milhares de visitantes de todos os lugares do Brasil e do mundo e em seus corredores guarda grandes memórias e muitas histórias para contar. (MERCADO CENTRAL s.d; *on-line*).

O mercado de Belo Horizonte continua situado no quarteirão circundado pela Avenida Augusto Lima, Rua dos Goitacazes, Rua Santa Catarina e Rua Curitiba (FIG. 26).

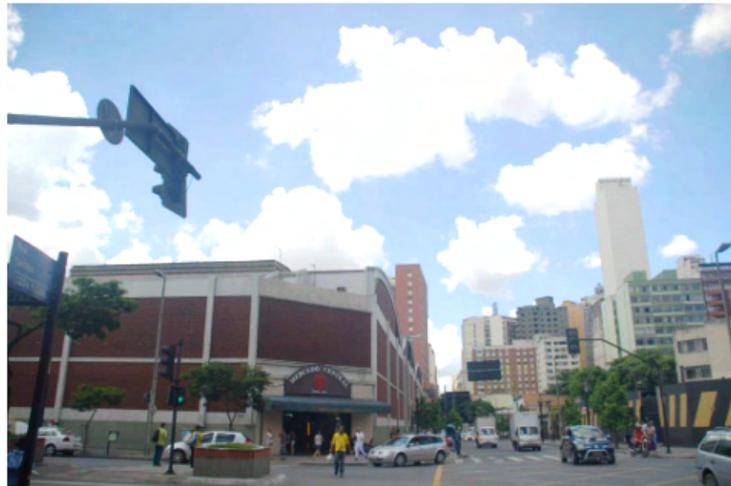
**Figura 26. Localização do Mercado Central de Belo Horizonte**



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora (2021).

O entorno imediato da edificação é bastante edificado e verticalizado (FIG. 27). Nas proximidades do Mercado Central, estão importantes espaços públicos da cidade, como a Praça Raul Soares e o Parque Municipal Américo Renné.

**Figura 27. Vista parcial do entorno do Mercado Central de Belo Horizonte, Rua Curitiba, s. d.**

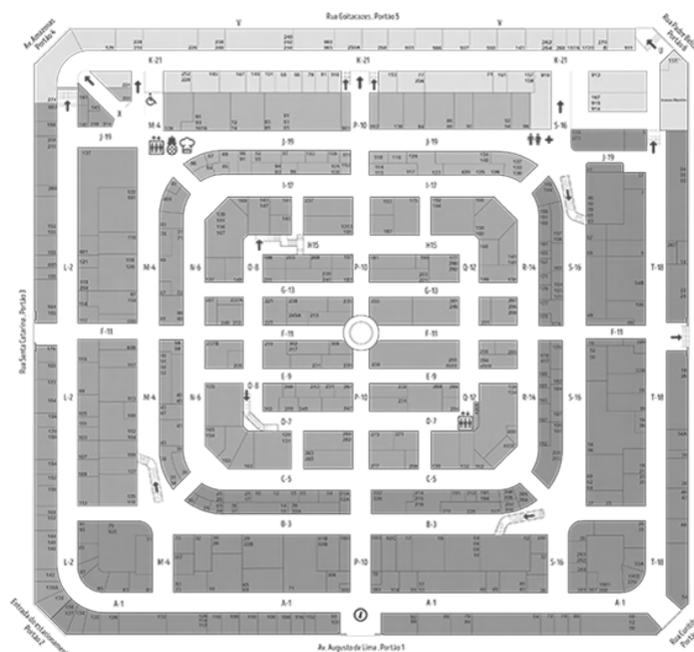


Fonte: Mercado Central *et al.* (2015, p. 14).

O edifício do mercado possui aproximadamente 24.000 m<sup>2</sup> de área, com capacidade de abrigar até 400 lojas. Composto por três pavimentos, a edificação é subdividida em áreas de estacionamento, comércio, técnica e administrativa (MERCADO CENTRAL *et al.*; 2015, p. 10).

É possível adentrar ao mercado pelos oito acessos que existem nos eixos principais e diagonais entre a Avenida Augusto Lima, Rua dos Goitacazes, Rua Santa Catarina e Rua Curitiba (FIG. 28).

**Figura 28. Planta do Mercado Central de Belo Horizonte.**



Fonte: Mercado Central (s. d; *on-line*)<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://mercadocentral.com.br/sobre/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

O Mercado Central de Belo Horizonte foi construído predominante em alvenaria, mas parte das suas estruturas são em aço. A planta da edificação compreende um espaço amplo em formato quadrado, dividida internamente em módulos onde encontram-se as lojas (FIG. 29). A circulação interna da edificação ocorre através de corredores fronteiros às lojas. Além disso, a circulação de pessoas com necessidades especiais é resolvida por meio de rampas, elevador e plataforma elevatória. A cobertura da edificação é feita em estrutura metálica. No telhado foi adotado o uso de iluminação zenital, para auxílio na incidência de luz e ventilação natural no interior do mercado.

**Figura 29. Interior do Mercado Central de Belo Horizonte, s.d.**



Foto: Flávio Tavares (Reprodução Jornal Hoje em dia).<sup>27</sup>

## 5.2. Mercado de Santa Caterina

### Ficha técnica

Projeto: Mercado Central de Santa Caterina

Arquitetos: Enric Miralles e Benedetta Tagliabue – EMBT associados

Localização: Ciutat Vella, Barcelona – Espanha

Área: 7.000 m<sup>2</sup>

Ano do projeto: 1845, última reforma em 2005

O Mercado de Santa Caterina (FIG. 30) foi inaugurado em 1848, “tendo sido os trabalhos iniciados em 1844 na sequência de um decreto real que concedia à Câmara Municipal de Barcelona o terreno da antiga igreja para prosseguir com a sua construção.”

---

<sup>27</sup> Disponível em:

<<https://www.hojeemdia.com.br/horizontes/mercado-central-tem-o-metro-quadrado-mais-carro-de-bh-1.33084>>. Acesso em: 18 de março de 2021

(BALTAZAR, 2011, p. 143). Segundo o Portal de Turismo da Espanha (s. d; *on-line*), esse “foi o primeiro mercado coberto da cidade.” Localizado em uma região central, o mercado é considerado uma importante edificação diante da evolução e história da cidade.

**Figura 30. Mercado de Santa Caterina, Barcelona, 1980.**



Fonte: Blog MTVO-Bcn (*apud* Silva, 2017, p. 62).

A edificação foi alvo de diversas intervenções e reformas, que alteraram sua conformação inicial, bem como os seus usos<sup>28</sup>. Um dos projetos de remodelação do espaço foi aprovado através de um concurso municipal em 1977, e fez parte do planejamento de reabilitação dos equipamentos, idealizado pelo Instituto de Mercados de Barcelona (SILVA, 2017, p. 61). Os responsáveis pela obra foram Enric Miralles e Benedetta Tagliabue do escritório de arquitetura EMBT associados. Essa intervenção teve como partido a redistribuição dos espaços internos, além da priorização dos espaços coletivos. Na parte posterior do mercado foram criadas duas praças, uma está conectada com o tecido urbano e a outra se relaciona com as edificações de habitação social do entorno. Uma outra característica da reforma está no seu elemento mais emblemático: uma cobertura com mosaicos coloridos (FIG. 31), que, segundo Baltazar (2011, p. 147), tenta reproduzir as cores dos alimentos ali comercializados.

O mercado teria de ser remodelado de maneira a renovar a sua área envolvente, como se conduzisse os fluxos e movimento da Via Layetana em direção ao interior do quarteirão. Sinteticamente, o trabalho consistiu quase em criar uma cobertura que conseguisse fazer tudo isso. (BALTAZAR, 2011, p. 147).

---

<sup>28</sup> No período após a Guerra espanhola, por exemplo, o mercado serviu como um local de abastecimento para as vilas e cidades próximas à Barcelona (BALTAZAR, 2011, p. 143).

**Figura 31. Mercado de Santa Caterina após reforma de 2005.**



Foto: Roland Halbe (Reprodução Miralles Tagliabue EMBT).<sup>29</sup>

O Mercado de Santa Caterina está localizado na região central da cidade de Barcelona (FIG. 32), capital da Catalunha, na Espanha. Implantado em um importante quarteirão da cidade, localizado entre a Avenida Francesc Cambó, Carreira de Freixures e Carreira de En Giralt el Pellicer.

A remodelação do Mercado de Santa Caterina, motor comercial da zona de Santa Caterina e Sant Pere, foi acompanhada por uma intervenção de melhoria urbanística ao seu redor, que conduziu na área envolvente, a uma recuperação da atividade econômica, muito prejudicada durante as obras. (BALTAZAR, 2011, p. 149).

**Figura 32. Localização do Mercado de Santa Caterina.**



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora (2021).

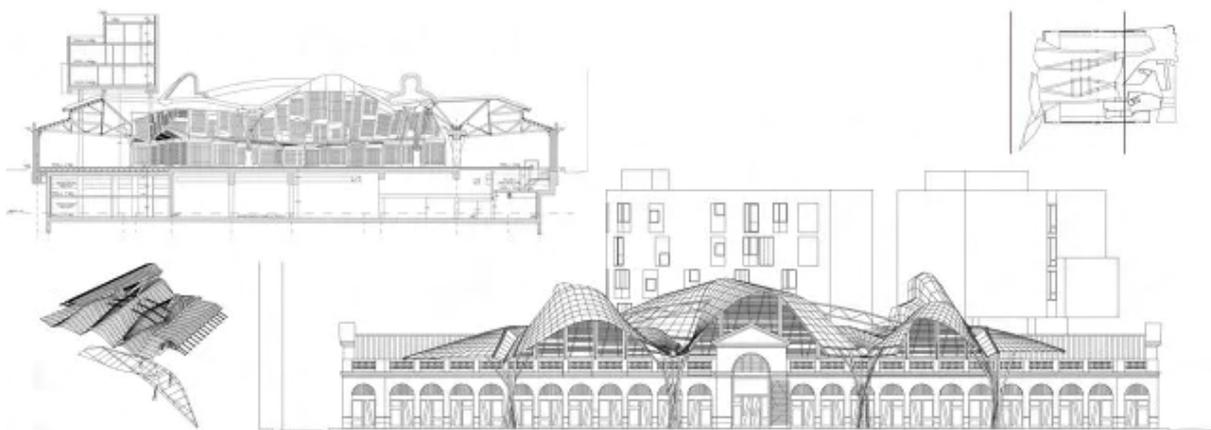
<sup>29</sup> Disponível em: <<http://www.mirallestagliabue.com/project/santa-caterina-market-renovation/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

O entorno do mercado passou também por uma reestruturação urbana que hoje conforma importantes locais de uso público e privado. Por se localizar em uma região central, a vizinhança é caracterizada por edificações com altimetria semelhantes. Implantado no centro histórico da cidade, em suas proximidades estão importantes edificações, como a catedral de Barcelona, e espaços públicos, como a Praça do Rei.

O mercado possui área com cerca de 7.000 m<sup>2</sup> e abriga 70 lojas. Implantado no nível térreo, o projeto propõe seu uso interno para lojas, bares, restaurantes, etc. Além disso, existem dois pisos no subsolo, destinados a estacionamentos e áreas de serviços. O espaço de circulação interior ocorre através de amplos corredores no centro da planta. O mercado possui quatro entradas e seu acesso principal se dá pela fachada voltada para a Av. Francesc Cambó, os secundários ocorrem nas ruas laterais e parte posterior da praça. (MIRALLES TAGLIABUE EMBT, s. d; *on-line*).

Apesar da remodelação feita na edificação, o mercado conserva diversas características arquitetônicas da sua época de criação, entre elas o formato arcado da fachada. O conjunto possui três grandes arcos com altimetria aproximada de 40m na parte central (FIG. 33). A edificação é constituída principalmente por madeira, vidro, metal e cerâmica. A cobertura do mercado é composta por uma estrutura de sustentação feita em aço e madeira (FIG. 34 e 35). O telhado foi revestido com peças cerâmicas, de diferentes colorações, conformando um grande mosaico em uma estrutura flutuante acima da edificação.

**Figura 33. Detalhe técnico das arcadas do Mercado de Santa Caterina.**



Fonte: [...] Wikiarquitectura (s. d; *on-line*).<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Disponível em:  
<<https://pt.wikiarquitectura.com/constru%C3%A7%C3%A3o/mercado-santa-catarina/#mercado-sta-caterina-alz>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

**Figuras 34 e 35. Detalhe do telhado do Mercado de Santa Caterina, s. d.**



Foto: Baltazar (2011, p. 146).

## **6. DIAGNÓSTICO**

A partir do que foi apresentado ao longo deste texto, optou-se por escolher a cidade de Ouro Preto/MG como local para o exercício projetual. De acordo com Vargas (2018, p. 44), diversos fatores devem ser observados na escolha da localização adequada para implantação de uma edificação destinada às atividades econômicas, entre eles: o contexto sociocultural, transporte, fluxos, demanda, espaço físico, política pública e tecnologia. Para tanto, a escolha da territorialidade foi embasada através desses fatores e características eminentes ao que tange ao equipamento de mercado<sup>31</sup>.

Além desses aspectos, foram observadas a relação do espaço público com o tecido urbano e condicionantes do terreno. A delimitação territorial foi feita considerando a disponibilidade de espaços edificáveis, além da relação entre locais que representam uma centralidade na cidade e a necessidade de um equipamento que regule a venda de produtos alimentícios, principalmente aqueles provenientes da agricultura familiar.

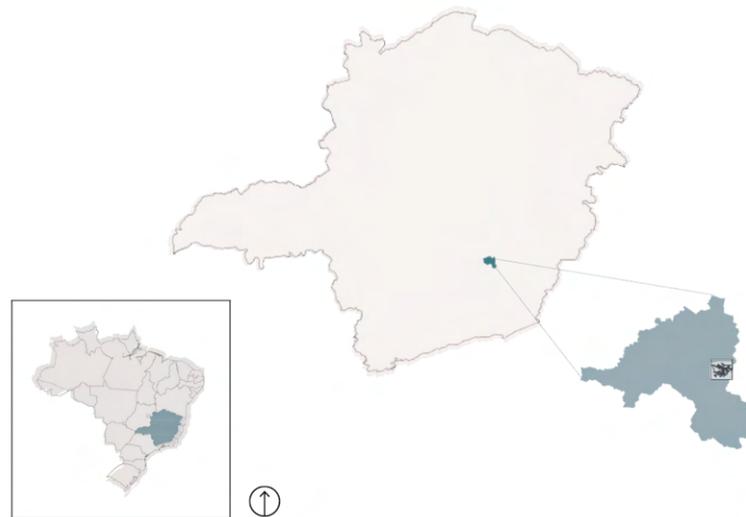
### **6.1. Região de intervenção**

A região de intervenção escolhida foi o distrito sede da cidade de Ouro Preto, localizada no centro de Minas Gerais (FIG. 36 e 37).

---

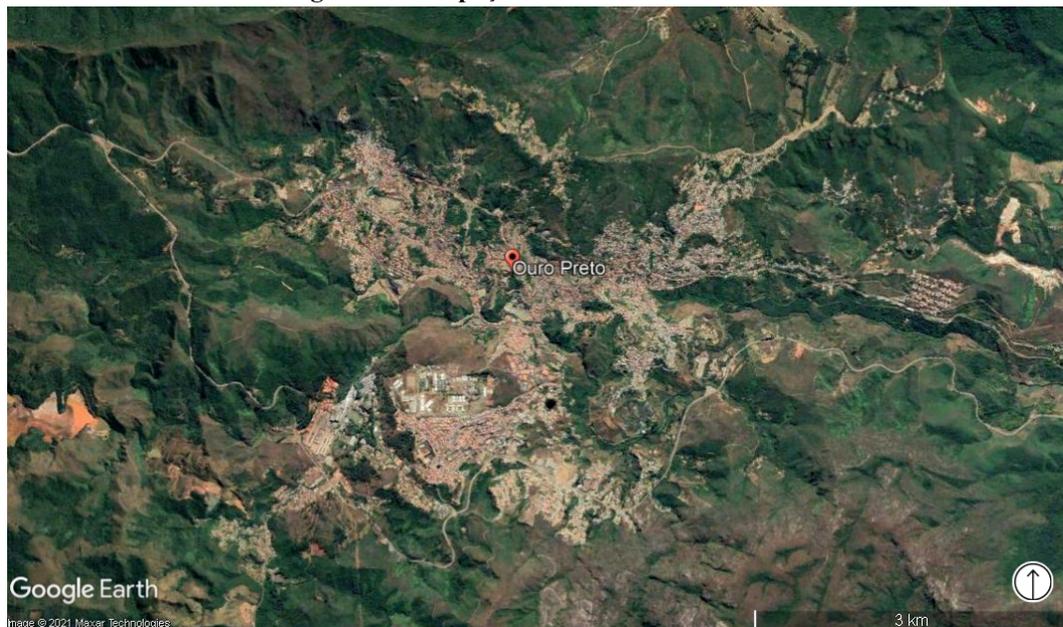
<sup>31</sup> Conforme apresentado nos capítulos anteriores.

**Figura 36. Localização de Ouro Preto.**



Fonte: Base IBGE, adaptado pela autora (2021).

**Figura 37. Ocupação urbana de Ouro Preto.**



Fonte: Google Earth, adaptado pela autora (2021).

### **6.1.1. O bairro das Cabeças**

As Cabeças formam um dos bairros mais conhecidos da cidade de Ouro Preto. De acordo com Vasconcellos (1977, p. 71), o antigo arraial fez parte do início da conformação de Vila Rica e compunha a importante estrada tronco<sup>32</sup>. Historicamente, sua ocupação e expansão

---

<sup>32</sup> “Dentre os vários caminhos, um é mais importante, e transitado, por assim dizer, a estrada tronco. Entra na vila e vai direto à Matriz do Pilar, de onde se endireita para a Matriz de Antônio Dias, saindo por Sta. Ifigênia. Por isso mesmo, na entrada, designa-se por Cabeças (princípio), entre as matrizes, Rua Direita e, na saída, Vira e Sai.” (VASCONCELLOS, 1977, p. 71).

foi orientada pela marcha da mineração, sendo povoado no início do século XVIII (VASCONCELLOS, 1977, p. 71). Ao longo dos anos, o bairro passou por diversas transformações, assim, ele se conforma com características desde o período colonial ao contemporâneo.

Em 1804, foi realizado um censo populacional em Minas Gerais, revelado, em parte, por Herculano Gomes Mathias (COSTA, 1979, p. 84 *apud* VIEIRA, 2016, p. 152). Em Vila Rica, a área apurada correspondeu aos distritos de Antônio Dias, Ouro Preto, Alto da Cruz, Padre Faria, Cabeças e Morro. “A população distribuía-se pelos seis distritos já mencionados. [...] Nas Cabeças, residiam 15,82% dos habitantes de Vila Rica e predominavam as atividades artesanais.” (COSTA, 1979, p. 84 *apud* VIEIRA, 2016, p. 152).

Naquela época, a fé católica estava muito presente na vida cotidiana da população. Cada comunidade de Ouro Preto tinha sua Igreja e isso refletia no adensamento da região. Além disso, segundo Oliveira e Sobreira (2015, p. 868), através do impulso da atividade mineradora que a cidade sofreu em 1945, Ouro Preto passou por um crescimento urbano considerável. Ao passar dos anos, isso levou à condição de adensamento em vários bairros, entre eles as Cabeças. Ainda segundo os autores, em 1978 o território do bairro já havia se ocupado completamente.

Afetado com o problema de adensamento, observou-se nas Cabeças uma grande substituição nos usos das edificações. Anteriormente, característico por ser um bairro predominante de construções residenciais, viu-se, com o decorrer do tempo, a adaptação dessas edificações para receber novos usos, como comércios e serviços; o que levou em muitos casos, até mesmo a descaracterização das edificações. Somado esse adensamento à configuração do desenho urbano do bairro/cidade, nota-se um intenso fluxo de veículos em suas principais vias. Nas Cabeças, esse problema pode ser visivelmente percebido na Rua Padre Rolim, um importante acesso de chegada em Ouro Preto - sentido Belo Horizonte.

O bairro possui um acervo de edificações um tanto variado, caracteriza-se às edificações do período colonial na parte histórica, e nos espaços de ocupações recentes percebe-se uma linguagem arquitetônica diferente da estilística anterior. Entre alguns elementos físicos remanescentes do período colonial estão os quatro chafarizes (Chafariz de Ferro do Alto das Cabeças, Chafariz da Coluna, Chafariz das Cabeças 1 e Chafariz das Cabeças) e o Cruzeiro de pedra da Rua Alvarenga.

O bairro das Cabeças conta com alguns poucos espaços que possibilitam o encontro entre a população do bairro. Entre eles estão a Praça de lazer Carlos Antônio Nolasco e a Praça Padre Lobo. Possui importantes edificações de uso institucional, como a sede da

Fundação de Arte de Ouro Preto (FAOP), o Asilo Municipal, o Colégio Arquidiocesano e a Escola Estadual Alfredo Baeta. Entre os espaços de religiosidade, destaca-se a Igreja do Bom Jesus do Matozinhos ou de São Miguel e Almas.

A presença de vegetação se limita às praças e interior das edificações. A hidrografia do local se resume a um pequeno afluente que vem do Bairro Passa Dez de Cima e margeia a área estudada. O córrego em questão apresenta um pequeno fluxo de água e também uma vegetação bem densa em seu entorno.

De acordo com a delimitação administrativa e base cartográfica do zoneamento de Ouro Preto<sup>33</sup>, o bairro das Cabeças (FIG. 38) está inserido na Zona de proteção especial (ZPE), na Zona de adensamento restrito 2 e 3 (ZAR-2 e ZAR-3) e Zona de adensamento 1 (ZA-1)<sup>34</sup>. Também faz divisa com os bairros São Cristóvão, Água Limpa, Nossa Senhora de Lourdes, Vila Pereira, Jardim Alvorada e Rosário. As principais vias que delimitam o bairro são a Rua Dom Veloso, Rua Bom Jardim, Rua Alvarenga, Rua Professor Salatiel Torres, Rua Irmãos Kenedy e Padre Rolim<sup>35</sup>.

---

<sup>33</sup> Zoneamento urbano de Ouro Preto. Disponível em:  
< [https://ouropreto.mg.gov.br/static/arquivos/menus\\_areas/zoneamento-ouropreto-1.pdf?dc=5598](https://ouropreto.mg.gov.br/static/arquivos/menus_areas/zoneamento-ouropreto-1.pdf?dc=5598)>.

<sup>34</sup> A Lei Complementar nº 93, de 20 de janeiro de 2011, dispõe:

Art. 7º A ZPE - Zona de Proteção Especial compreende as áreas que contêm os valores essenciais a serem preservados nos conjuntos urbanos, resultantes da presença de traçados urbanísticos originais e de tipologias urbanísticas, arquitetônicas e paisagísticas que configuram a imagem do lugar.

I. ZA-1 – regiões parcialmente ocupadas, cujas condições são favoráveis ao adensamento, com algumas restrições topográficas e de articulação viária;

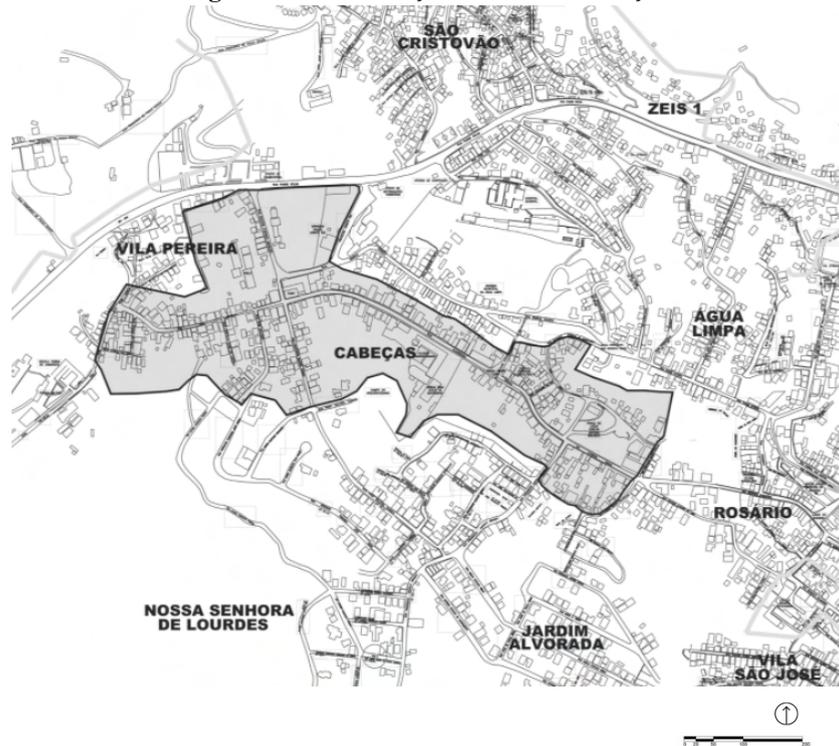
II. ZAR-2: regiões nas quais as condições de relevo, as características de risco geológico, a geometria, a desarticulação do sistema viário ou a tendência à ocupação residencial unifamiliar exigem a adoção de parâmetros que devam ajustar e restringir o adensamento demográfico;

III. ZAR-3: compreende as áreas contíguas às ZPE's - Zonas de Proteção Especial ou às áreas em que se encontram edificações de interesse cultural; apresentam-se predominantemente construídas, devendo ser objeto de controle o potencial de interferência na paisagem urbana tombada ou protegida.

§3º Na ZAR-3 e na ZPE a altura máxima estará condicionada à análise da face de quadra.

<sup>35</sup> Esta última interliga-se à BR-356.

**Figura 38. Delimitação do bairro Cabeças.**



Fonte: Base cartográfica Secretaria de Cultura e Patrimônio de Ouro Preto, adaptado pela autora (2021).

### **6.2.1. O terreno**

O terreno estudado (FIG. 39) está situado na esquina entre a Rua Padre Rolim, a Travessa Cristo Rei e a Rua Irmãos Kenedy. Possui uma área de aproximadamente 5561,5m<sup>2</sup>, e atualmente é ocupado pela garagem da Viação Cristo Rei e antiga Fábrica de Chocolate de Ouro Preto. Além disso, devido a sua localização, encontra-se no limite administrativo<sup>36</sup> com o bairro São Cristóvão e faz parte da ZAR-3. No terreno vizinho a esse, encontra-se uma área que no zoneamento do município se integra à ZPE. O lote estudado está a poucos metros de importantes pontos da região, entre eles a FAOP, o supermercado Farid, o Asilo e o Posto de Informação Turística Municipal. Conforme citado, o terreno está situado nas proximidades de ruas que recebem grande fluxo de veículos, sendo muitas dessas, parte da rota de transporte público municipal (FIG. 40, 41, 42 e 43).

---

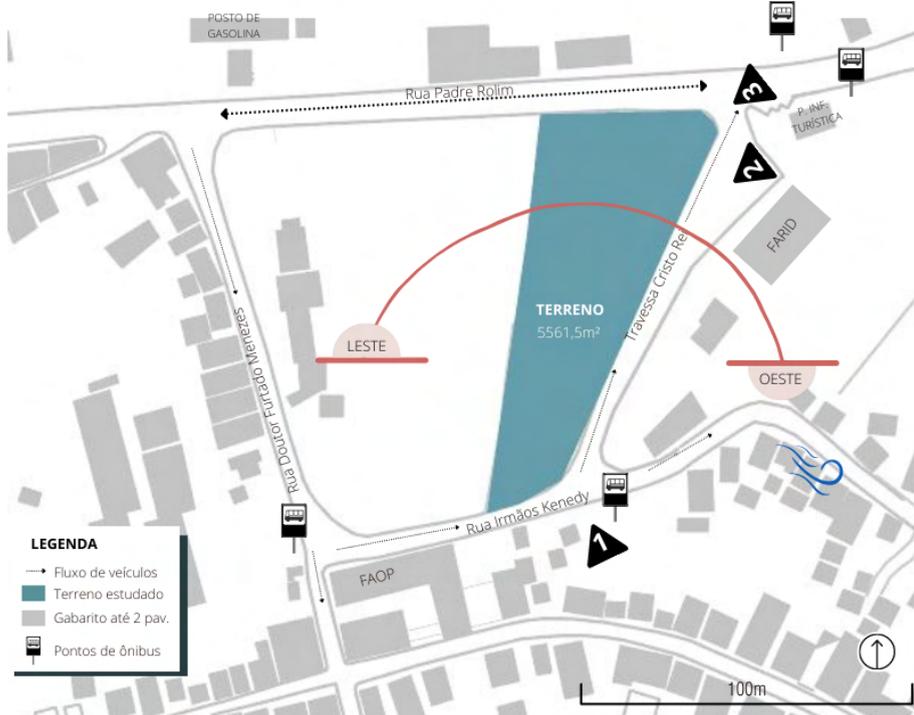
<sup>36</sup> Conforme base disponibilizada pela Secretaria de Cultura e Patrimônio de Ouro Preto.

**Figura 39. Terreno estudado e relação com o entorno imediato.**



Fonte: Google Earth, adaptado pela autora (2021).

**Figura 40. Condicionantes, fluxos de veículos, pontos de ônibus e gabarito do entorno imediato ao terreno.**



Fonte: Base cartográfica Secretaria de Cultura e Patrimônio de Ouro Preto, adaptado pela autora (2021).

**Figura 41. Vista do Terreno pela rua Irmãos Kenedy.**



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora (2021).

**Figura 42. Vista do Terreno pela Travessa Cristo Rei.**



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora (2021).

**Figura 43. Vista do Terreno pela rua Padre Rolim.**



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora (2021).

Através dos mapas (FIG. 44 e 45), é possível perceber a relação do terreno com o tecido urbano do município e seus principais pontos de referência.

**Figura 44. Relação do terreno com o tecido urbano de Ouro Preto.**



Fonte: Google Earth, adaptado pela autora (2021).

**Figura 45. Relação do terreno com alguns dos principais pontos de referência de Ouro Preto.**



Fonte: Google Earth, adaptado pela autora (2021).

O terreno avaliado está localizado na latitude -20,38 e longitude -43,52 e, apesar da topografia do bairro, apresenta uma base previamente planejada. Devido ao seu formato e implantação, recebe insolação e ventilação direta durante grande parte do dia, principalmente nas fachadas norte e leste.

### **6.2.2. Legislação urbana**

Para que o projeto atenda aos parâmetros orientados pelas normas urbanísticas, foram consultados, a nível municipal, a Lei Complementar n° 29 de 28 de dezembro de 2006, que

rege o Plano diretor de Ouro Preto, a Lei Complementar nº 93 de 20 de janeiro de 2011, que dispõe em forma de lei sobre o uso e a ocupação do solo (LUOS) na cidade, e a Lei nº 178/80, que institui o Código de posturas em Ouro Preto. A nível nacional foram observadas as orientações acerca do patrimônio histórico e artístico nacional, através do Decreto-Lei nº25, de 30 de novembro de 1937 e da Portaria IPHAN Nº 312, de 20 de outubro de 2010.

De acordo com o zoneamento municipal e a LUOS do município, o terreno situa-se na ZAR-3. Os parâmetros impostos pela normativa para essa zona são:

**Tabela 1. Parâmetros urbanísticos ZAR-3, Ouro Preto.**

| ZONA  | CA  | LM                | TM  | TO  | TP  | ALTURA MÁXIMA |
|-------|-----|-------------------|-----|-----|-----|---------------|
| ZAR-3 | 1,0 | 250m <sup>2</sup> | 10m | 60% | 20% | AC*           |

CA: Coeficiente de Aproveitamento; LM: Lote Mínimo; TM: Testada Mínima; TO: Taxa de Ocupação; TP: Taxa de Permeabilidade; AC: Altura condicionada a análise de face de quadra.

Fonte: LUOS de Ouro Preto/ 2011; adaptado pela autora (2021).

De acordo com a mesma lei, não há definição acerca da categoria de uso para mercado público, de modo que se possa compreender as medidas mitigadoras e classificação dos usos e número mínimo de vagas para veículos nesse tipo de projeto. Pode-se entender através da legislação que as vias que circundam o terreno estudado são classificadas como arteriais e coletoras. De acordo com o Art. 28 da Lei nº 29, de 28 de dezembro de 2006, no sistema viário dos loteamentos,

§1º Entende-se por:

[...]

- II. “arteriais” as vias ou trechos com volume de tráfego significativo, utilizadas para deslocamentos intra-urbanos de maior distância, possuindo de alta à média fluidez de tráfego, baixa acessibilidade e restrita integração com o uso e a ocupação do solo;
- III. “coletoras” as vias ou trechos que articulam as vias arteriais e as locais, apresentando equilíbrio entre fluidez de tráfego e acessibilidade, havendo integração entre seu uso funcional e o uso e a ocupação do solo.

Nesse contexto, a LUOS estabelece os recuos mínimos através da classificação viária da testada do terreno. Assim,

Art. 46 O afastamento frontal mínimo das edificações é equivalente a uma distância fixa definida em função da classificação viária da via lindeira à testada do terreno, da seguinte forma:

- I. vias de ligação regional e arteriais: 4,00 m (quatro metros);

[...]

§3º Em lotes de esquina, será exigido o recuo frontal mínimo de 3,00m (três metros) em uma das testadas, a critério da Secretaria Municipal de Patrimônio e Desenvolvimento Urbano, salvo o exposto nos parágrafos 1º e 2º.

Fica instituído, através do Art 45 da Lei nº 29, de 28 de dezembro de 2006, para edificações com altimetria de até 6m, o afastamento mínimo lateral e de fundo de 1,5m. Para edificação com altura entre 6 a 15m, estes devem possuir no mínimo 2,30m.

Por se tratar de uma área parcialmente tombada - conforme dispõe os artigos 17 e 18 do Decreto-Lei nº25 de 30, de novembro de 1937 -, quaisquer intervenções a serem realizadas tanto no perímetro de tombamento quanto de seu entorno dependem da autorização do IPHAN, atendendo-se às diretrizes estabelecidas na Portaria nº 312/2010.

## 7. MEMORIAL DESCRITIVO DA PROPOSTA PROJETUAL

Este capítulo apresenta o memorial descritivo da proposta do projeto arquitetônico de um mercado público no município de Ouro Preto - MG (FIG. 46). A partir da compreensão do equipamento como um catalisador do espaço público, procuraram-se observar as dinâmicas locais e parâmetros legais (conforme capítulo 6) para posterior concepção do projeto. O programa e volume foram elaborados de acordo com as demandas do edifício e áreas livres remanescentes - conforme será observado neste capítulo. Os demais desenhos técnicos e informações fundamentais para compreensão da proposta, estão em apêndice à este<sup>37</sup>.

**Figura 46. Perspectiva da fachada frontal do mercado**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

---

<sup>37</sup> Em apêndice B, Tabela 2: Parâmetros urbanísticos da ZAR-3, Ouro Preto-MG e resultados alcançados com a proposta projetual. Apêndice C, Desenhos técnicos da proposta projetual.

## **7.1. Programa de necessidades**

Através da compreensão do funcionamento do mercado público, foi definido o programa de necessidades<sup>38</sup> do projeto, de modo que o edifício integre-se com o bairro Cabeças e o município de Ouro Preto. Observando-se as características da edificação de acordo com as referências projetuais analisadas e o estudo da temática realizado por Neufert<sup>39</sup> (2008), optou-se por subdividir as áreas do programa de acordo com cada uso. Assim, entende-se como área comercial: os espaços destinados ao comércio de variados produtos. Setores externos como aqueles acessíveis ao público geral, que podem ser entendidos como espaços destinados ao lazer, contemplação, como a praça, estacionamentos e pergolado. As áreas culturais são compostas por salas e espaços multiusos, para cursos, oficinas e exposições. Já as áreas de serviços contemplam espaços destinados à prestação de serviços para todos os usuários e funcionários do mercado. As instalações sanitárias, os setores de apoio e logística e a infraestrutura da edificação estão condicionados por elementos imprescindíveis ao bom funcionamento do equipamento.

## **7.2. Implantação**

O projeto é composto por um bloco único, implantado no nível térreo do lote, constituído por três pavimentos (FIG. 47, 48, 49 e 50). Trata-se de uma área planificada, onde havia uma construção recente, proposta à demolição. A escolha projetual de implantação nesse nível deu-se através da possibilidade de maior acesso e permeabilidade à edificação. Além disso, optou-se por uma menor movimentação de terra, visto que em seu limite existe um terreno com uma encosta vegetada, delimitado pela ZPE - conforme descrito no capítulo 6. Esses fatores corroboram para um menor custo de projeto, já que evitam a execução de demais estruturas e acessos, além da utilização de mão de obra especializada para construções de tais.

---

<sup>38</sup> Para definição do programa observou-se os aspectos discutidos nos capítulos anteriores. Em Apêndice A - Quadro 1: Síntese do programa de necessidades, é feita a descrição dos espaços.

<sup>39</sup> NEUFERT, Ernst. Arte de Projetar em Arquitetura. 17ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

**Figura 47. Planta de Implantação.**



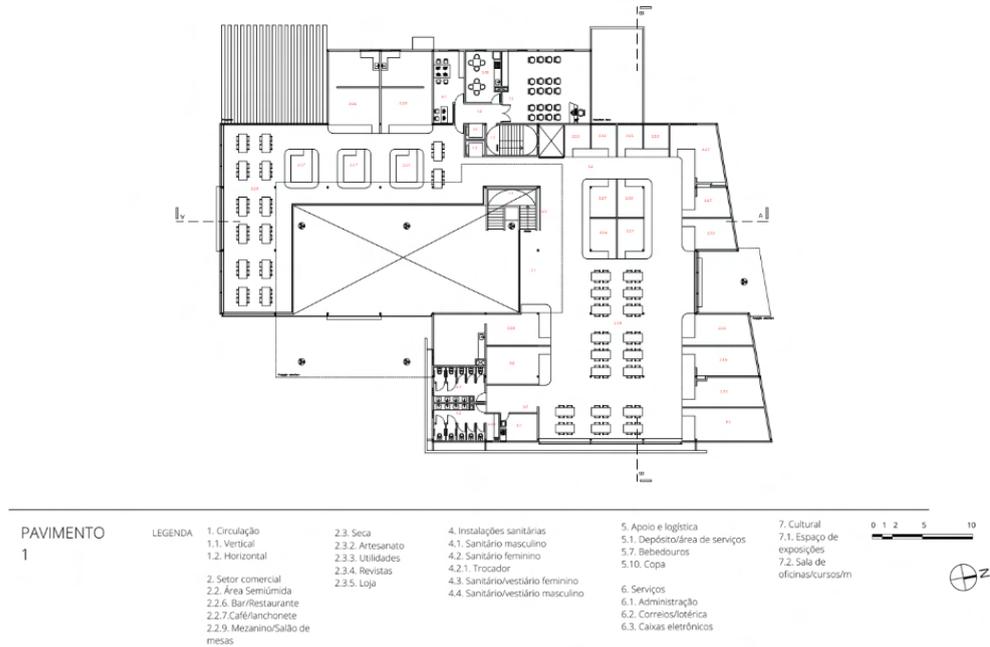
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 48. Planta do pavimento térreo.**



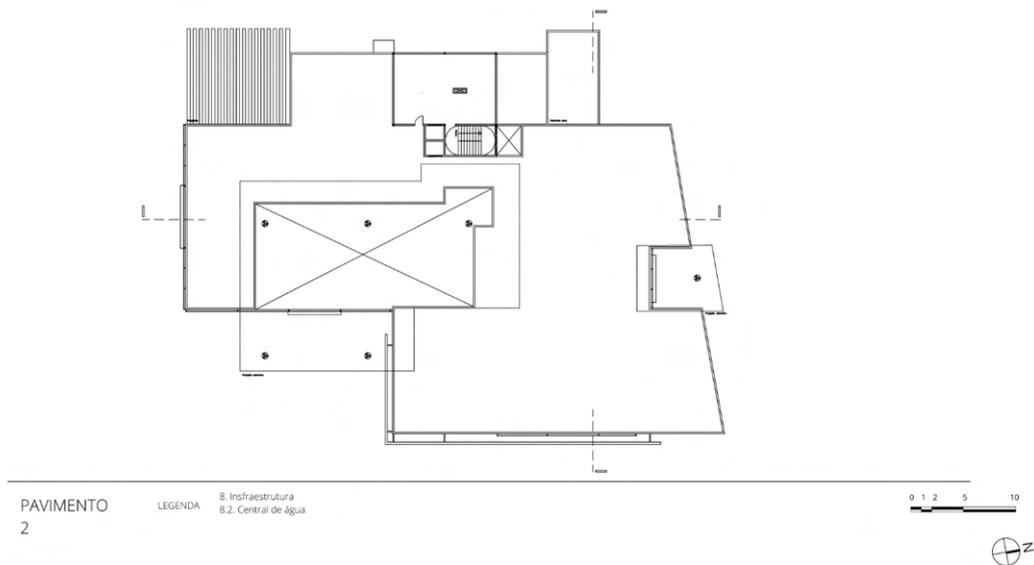
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 49. Planta do primeiro pavimento.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 50. Planta do segundo pavimento.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

### 7.3. Volumetria e aspectos construtivos

O volume do mercado é resultado da junção de dois blocos quadrados, que foram conformados de acordo com a setorização interna (FIG. 51, 52 e 53). O projeto buscou o diálogo com o contexto histórico/urbano do bairro através da altimetria harmônica com edificações vizinhas (FIG 54). Além disso, optou-se por uma estética em que possa distinguir

o novo e antigo, evitando, portanto, a ideia de um falso histórico. Assim, a proposta é um incentivo à paisagem arquitetônica de diferentes períodos em cidades históricas.

**Figura 51. Vista parcial da fachada frontal.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 52. Vista parcial da fachada lateral direita.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 53. Vista parcial da fachada lateral esquerda.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 54. Foto inserção do edifício no entorno imediato.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A construção é composta de materiais contemporâneos, como o aço, vidro, metal, concreto, madeira e tijolo. O uso de estrutura e algumas vedações metálicas foi resultado do estudo de sua viabilidade. Optou-se por sistema estrutural de vigas e pilares metálicos, devido à possibilidade de atingirem maiores vãos, sua qualidade e resistência. Outro fator importante foi a limpeza e agilidade na reprodução do projeto. Por se tratar de uma obra modulada, o uso do metal implica também em um maior custo benefício. Compõem o sistema estrutural metálico: as lajes “*Steel deck*”, as vigas e pilares laminados, de formatos I , H e tubular (FIG. 55).

**Figura 55. Vista interna do mezanino. Destaque para as estruturas metálicas.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O conjunto de esquadrias é composto de elementos em metal e vidro. Optou-se pela utilização dos dois materiais, devido à resistência física e às intempéries. O uso de fachadas ventiladas e átrio central foi proposto buscando um maior conforto térmico e ambiental ao interior do edifício. As coberturas de maior elevação são feitas em estrutura metálica, revestida por placas de ACM (Material de Alumínio Composto) e forro em madeira laminada (FIG. 56). As telhas utilizadas variam de acordo com o volume do projeto. As coberturas ocultas por platibandas são feitas com telhas de fibrocimento, as demais, metálicas. Já as fachadas ventiladas são compostas por extensas “peles de vidro”, apoiadas por perfis metálicos e chapas perfuradas (metálicas), que permitem a maior entrada de luz e ventilação natural ao edifício (FIG 57).

**Figura 56. Vista interna do átrio e mezanino. Destaque para a cobertura central.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Figura 57. Vista fachada frontal. Destaque para a fachada ventilada.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Nas paredes externas propõe-se o uso de vedação em placas cimentícias, apoiadas pela estrutura de “*Steel frame*”, e gesso acartonado para algumas paredes internas, ambas isoladas acusticamente com lã de vidro.

Em relação aos aspectos de viabilidade ambiental, o projeto possibilita o reuso de águas pluviais como abastecimento dos sanitários; a instalação de placas solares e respectivos geradores para produção de grande parte da eletricidade necessária para seu funcionamento. Dispõe também de área de seleção e coleta de resíduos sólidos. Além disso, por se tratar de um espaço público com variados fluxos, o projeto busca estar em conformidade com os padrões de higiene e medidas de proteção sanitária.

#### **7.4. Diretrizes**

A partir dos estudos anteriores e entendimento do mercado como um agente à urbanidade, observa-se essa edificação também como uma expressão aos valores históricos e socioculturais. Assim, é importante atentar-se à possibilidade de um equipamento de uso público que esteja conectado ao tecido urbano e, de fato, seja apropriado pelas pessoas. Nesse contexto, o mercado deve se abrir para a cidade, deve ser permeável, permitindo diferentes tipos de fluxos e atividades. A ideia é que se crie um espaço voltado à escala social, de modo a humanizar ainda mais a cidade. Para isso, o volume do mercado é voltado para as três faces da quadra, buscando a fruição e permeabilidade desejada.

A proposta busca uma nova percepção da obra e espaço urbano, utilizando estrategicamente as áreas remanescentes à edificação como locais de transição e praça aberta. A praça se estende à rua, possibilitando diversas apropriações, além de complementar as atividades necessárias ao equipamento. Outra estratégia foi criar os acessos do estacionamento e pedestres intimamente ligados, permitindo, por exemplo, que o pedestre utilize o estacionamento para cruzar a extensão da praça, evitando, assim, o ócio daquele local (FIG. 58).

**Figura 58. Vista do estacionamento.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Em meio a uma centralidade urbana, adensada e pouco vegetada, o projeto incentiva a ocupação do espaço e uma relação entre a obra, sujeito e natureza. Composto por espécies nativas, o paisagismo fortalece a identidade e raízes da cultura brasileira. Na área externa, além de delimitar os acessos, proporciona sombreamento e conforto ambiental. No interior, optou-se por vegetação em locais pontuais, incidentes de iluminação e ventilação natural para sobrevivência das espécies.

O projeto busca atrair tanto o passante casual quanto o visitante assíduo. Nesse sentido, a transparência resultante das vedações das fachadas em vidro, trazem maior permeabilidade e conexão entre o interior e exterior do mercado (FIG. 59).

**Figura 59. Vista interna do átrio e mezanino. Destaque para as vedações em vidro.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

A estrutura de pergolado no exterior do projeto faz parte do conjunto comercial externo, que, por sua vez, poderá atender tanto a clientela do mercado, quanto demais clientes em horários não comerciais (FIG. 60).

**Figura 60. Vista do pergolado.**



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Além dos aspectos estéticos, as cores e revestimentos possibilitam a delimitação dos elementos da obra e trazem também maior dinâmica e sensações ao projeto. No exterior, optou-se por utilizar cores neutras, semelhantes ao entorno imediato. Enquanto que, nas áreas internas, optou-se por uma estética que remete à arquitetura industrial e contemporânea.

Um imponente átrio, voltado para a rua, cria acesso aos espaços térreos do mercado. As áreas comerciais são distribuídas em ambientes delimitados, como também nos espaços livres do mezanino e hall do primeiro e segundo pavimento. O programa do projeto permite uma flexibilidade de usos. Mesmo possuindo algumas paredes delimitando ambientes, muitas das áreas são abertas e/ou podem ser adaptadas para receber uma nova utilidade. Apesar disso, os espaços do projeto foram planejados através das suas setorizações e aspectos funcionais. Em contraste ao conceito aberto do programa, os setores administrativos, de apoio e logística, por exemplo, foram implantados fazendo uma delimitação destas áreas em relação às demais, distribuição necessária para evitar possíveis interferências ao seu funcionamento.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao observarmos os aspectos que compreendem o funcionamento e desenvolvimento dos mercados públicos, vimos também os diversos benefícios que esses espaços podem proporcionar às cidades e população em geral.

Como documentado nos capítulos 2 e 4, vários são os fatores que interferem na manutenção e desaparecimento dessas edificações em diversas cidades do mundo - como é o caso de Ouro Preto-MG. Nos tempos atuais, a prática de mercado não acontece somente no espaço físico. O comércio *on-line*, por exemplo, desvincula a imagem edificada do espaço comercial e cria um novo tipo de abastecimento, onde a mercadoria é que vai até o consumidor.

Podemos adentrar essa discussão fazendo uma crítica às mudanças dos espaços terciários, ao impacto no território e como isso reflete-se na função social da cidade. Entretanto, cabe aqui observar que, ao contrário desses novos modos de comércio, o mercado público é entendido como um espaço que permite diversos usos e atividades, que desde a antiguidade tende a se tornar um importante atrativo aos fluxos urbanos. Em um contexto de escassez de equipamentos públicos, o mercado consolida-se como um possível agente à urbanidade.

Dessa forma, a proposta de um mercado público para Ouro Preto buscou compreender os aspectos supracitados, mas também relaciona o contexto histórico da cidade ao espaço edificado, como uma possível retomada às tradições comerciais e à memória do lugar. Para isso, buscaram-se diretrizes teóricas e legais para a fundamentação do estudo projetual.

A ideia fundamental da proposta de projeto seguiu através de uma abordagem embasada no estudo do espaço urbano, do equipamento público e, principalmente, da função cívica das cidades. O desenho do edifício foi pensado incorporando as pessoas à obra, para que elas de fato se apropriem do espaço. Embora seja uma reinterpretação dos edifícios de mercado, essa edificação busca uma nítida representação do tempo em que está inserida. A distinção pode ser observada através dos materiais e técnicas empregadas para sua construção.

Apesar da sua concepção respeitando as limitações e normativas de uso e ocupação do solo municipal, o projeto buscou a criação de espaços livres abertos que condicionam além da função comercial, diversos tipos de atividades e apropriações. Optou-se também por manter a preservação da paisagem, relacionando a obra com o seu entorno, de modo que não houvesse um descaso à história e arquitetura.

Espera-se, através deste trabalho, contribuir para a discussão do mercado público como um equipamento capaz de fomentar os aspectos de urbanidade ao contexto em que está inserido, e que, entrelaçado ao direito fundamental à cidade, possa ser projetado à escala social. Além disso, anseia-se que este seja um estudo inicial para uma proposta arquitetônica do equipamento inexistente na cidade histórica de Ouro Preto.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Douglas. Urbanidade e a qualidade da cidade. In: AGUIAR, Douglas; NETTO, Vinicius M. (Org.). **Urbanidades**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2012. p. 61-80.

ALMEIDA, Shirley P. N. C. **Fazendo a feira**: Estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feirantes e fregueses da Feira Livre do Bairro Major Prates em Montes Claros – MG. 2009. 136 f. Dissertação (Mestrado em desenvolvimento social) – Universidade Estadual de Montes Claros, Montes Claros, 2019.

ANDRADE, Vanessa A. A reforma Pereira Passos (1902- 1906), a memória da escravidão e algumas implicações sociais e raciais. **Revista Mosaico**. Vol. 9. Núm. 15. p. 86-104. 2018.

BALTAZAR, Rui V. R. **Máquinas Urbanas**: a adaptação funcional dos grandes equipamentos em obsolescência. 2011. 201 f. Dissertação (Mestrado integrado em arquitetura). FCT-UC, Coimbra, 2011.

BENEVOLO, Leonardo. **História da Cidade**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1993. 729 p.

BRASIL. Lei nº 6.766, de 19 de dezembro de 1979. Dispõe do o Parcelamento do Solo Urbano e dá outras providências. Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l6766.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6766.htm)>. Acesso em: 18 de março de 2021.

\_\_\_\_\_. Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937. Organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0025.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0025.htm)>. Acesso em: 18 de março de 2021.

BRASIL, IPHAN. Portaria nº 312, de 20 de outubro de 2010. Dispõe sobre os critérios para a preservação do Conjunto Arquitetônico e Urbanístico de Ouro Preto em Minas Gerais e regulamenta as intervenções nessa área protegida em nível federal. Disponível em:  
<[http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/Portaria\\_n\\_312\\_de\\_20\\_de\\_outubro\\_de\\_2010.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/Portaria_n_312_de_20_de_outubro_de_2010.pdf)>. Acesso em: 18 de março de 2021.

CARLOS, Ana F. A. **A Condição Espacial**. São Paulo: Contexto, 2015. 157 p.

CASTRIOTA, Leonardo B. **Patrimônio cultural**: conceitos, políticas, instrumentos. Belo Horizonte: IEDS, 2009. 380 p.

CASTRO, Alexandra. Espaços Públicos, Coexistência Social e Civilidade – Contributos para uma Reflexão sobre os Espaços Públicos Urbanos. **Cidades, Comunidades e Territórios**. n.º 5, p. 53-67, 2002.

CAVALCANTE, Lauro (org.). **Modernistas na Repartição**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993. 224 p.

CORRÊA, Alessandra B. A. **A exclusão da população de baixa renda dos sistemas de trocas comerciais: uma análise histórica sob a perspectiva do marketing**. 2011. 95 f.

Dissertação (Mestrado em administração de empresas) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

COSTA, José E. **Mercado Central de Belo Horizonte: a convivência entre iguais e diferentes.** 2006. 109 f. Dissertação (Mestrado em ciências sociais) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

FRANÇA, C. R; REZENDE, V. F. O desaparecimento do Mercado Municipal Praça XV, fator na formação do espaço público da Cidade do Rio de Janeiro. *In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, 2010, Rio de Janeiro. Anais [...]* Rio de Janeiro: ANPARQ, 2010.

Disponível em: <<http://www.anparq.org.br/dvd-enanparq/simposios/195/195-350-1-SP.pdf>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

FORMAN, Shepard. **Camponeses: sua Participação no Brasil.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. 309 p.

GOMES, Paulo C. C. Espaço público, espaços públicos. *GEOgraphia.* Niterói: Universidade Federal Fluminense. v. 20. n. 44. p. 115-119. 2018.

\_\_\_\_\_. Espaços públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. *In: CASTRO, I; GOMES, P. & CORRÊA, R. Olhares Geográficos: modos de ver e viver o espaço.* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. p. 19-41.

HARVEY, David. *Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana.* São Paulo: Martins Fontes, 2014. 296 p.

HISTÓRIA - Ouro Preto (MG). IPHAN. Disponível em:

<<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1493/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

JACOBS, Jane. *Morte e vida de grandes cidades.* Coleção A. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2000. 528 p.

MERCADO Central de Belo Horizonte. Mercado Central de Belo Horizonte. s. d. Disponível em: <<http://mercadocentral.com.br/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

MERCADO CENTRAL et al. Projeto de ampliação do Mercado Central de Belo Horizonte. Prefeitura de Belo Horizonte, 2018. Disponível em:

<[https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/politica-urbana/2018/planejamento-urbano/ous\\_mercado\\_central\\_caracterizacao.pdf](https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/politica-urbana/2018/planejamento-urbano/ous_mercado_central_caracterizacao.pdf)>. Acesso em: 18 de março de 2021.

MERCADO de Santa Caterina. Portal Oficial de Turismo da Espanha. on-line. s. d.

Disponível em: <[https://www.spain.info/pt\\_BR/lugares-interesse/mercado-santa-caterina/](https://www.spain.info/pt_BR/lugares-interesse/mercado-santa-caterina/)> Acesso em: 18 de março de 2021.

MERCADO de Santa Caterina. Miralles Tagliabue EMBT. s. d. Disponível em:

<<http://www.mirallestagliabue.com/project/santa-caterina-market-renovation/>> Acesso em: 18 de março de 2021.

MERCADO de São José: Memória e História. IPHAN. s. d. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/977/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

MUMFORD, Lewis. A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas. São Paulo: Martins Fontes, 2020. 742 p.

MURILHA, D; SALGADO, I. A arquitetura dos mercados públicos tipos, modelos e referências projetuais. Arqtextos, São Paulo, ano 12, n. 138.02, Vitruvius, 2011. Disponível em: <<https://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arqtextos/12.138/4113>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

NATAL, Caion M. Imagens de Ouro Preto: a construção de uma cidade histórica, 1891-1933. In: XXIII Simpósio Nacional de História, 2005, Londrina. Anais [...] Londrina: ANPUH, 2005. CD-ROM.

NEUFERT, Ernst. Arte de Projetar em Arquitetura. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. 567 p.

OLIVEIRA JÚNIOR, José V. Fluxograma do processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos. 2006. 146 f. Dissertação (Mestrado em engenharia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

OLIVEIRA, L. D. de; SOBREIRA, F. G. Crescimento urbano de Ouro Preto-MG entre 1950 e 2004 e atuais tendências. Revista Brasileira de Cartografia. Uberlândia, v. 67, p. 867-876. 2015. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/revistabrasileiracartografia/article/view/49114>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

OURO PRETO. Lei Complementar nº 29, de 28 de dezembro de 2006. Estabelece o Plano Diretor do município de Ouro Preto. Ouro Preto: Câmara Municipal de Ouro Preto, 2007. Disponível em: <[https://ouropreto.mg.gov.br/static/arquivos/menus\\_areas/lc-29-2006-plano-diretor.pdf?dc=2897](https://ouropreto.mg.gov.br/static/arquivos/menus_areas/lc-29-2006-plano-diretor.pdf?dc=2897)>. Acesso em: 18 de março de 2021.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar nº 93, de 20 de janeiro de 2011. Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo do município de Ouro Preto. Ouro Preto: Prefeitura Municipal de Ouro Preto, 2011. Disponível em: Disponível em: <<https://www.ouropreto.mg.gov.br/static/lei-complementar-93-parcelamento-uso-e-ocupa-o-d-o-solo.pdf>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

\_\_\_\_\_. Lei nº 178/80. Institui o Código de Posturas de Ouro Preto. Ouro Preto: Prefeitura Municipal de Ouro Preto, 1980. Disponível em: <[http://cmop.tempsite.ws/arquivos/documentos/leis/codigopostura.pdf#:~:text=\(Reda%C3%A7%C3%A3o%20do%20inciso%20I%20do,25%20de%20setembro%20de%201991\)](http://cmop.tempsite.ws/arquivos/documentos/leis/codigopostura.pdf#:~:text=(Reda%C3%A7%C3%A3o%20do%20inciso%20I%20do,25%20de%20setembro%20de%201991)>)> . Acesso em: 18 de março de 2021.

PIMENTEL, Thiago D. et al. A (des)construção institucional do Mercado Central de Belo Horizonte. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2006, Salvador, 2006. Anais [...] Salvador: ANPAD, 2006.

Disponível em

<[http://www.anpad.org.br/diversos/down\\_zips/10/enanpad2006-eorc-2392.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/10/enanpad2006-eorc-2392.pdf)>. Acesso em: 01 de março de 2021.

SALGADO, Marina. Ouro Preto: paisagem em transformação. 2010. 193 f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Arquitetura, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2006. 260 p.

SECRETARIA MUNICIPAL DE AGROPECUÁRIA. Entrevista concedida à autora. Ouro Preto, 5 de março de 2021. (Informação Verbal)

SECRETARIA DE CULTURA E PATRIMÔNIO DE OURO PRETO. Prefeitura Municipal de Ouro Preto. Base cartográfica do município de Ouro Preto. Ouro Preto: s. d. 1 mapa, color. Escala: 1:100.

SILVA; Diego V. Mercados públicos em São Paulo: arquitetura, inserção urbana e contemporaneidade. 2017. 331 f. Dissertação (Mestrado em planejamento urbano) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

THOMPSON, Analucia et al. Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN): 1937-1946. Disponível em:

<<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Servi%C3%A7o%20do%20Patrim%C3%B4nio%20Hist%C3%B3rico%20e%20Art%C3%ADstico%20Nacional.pdf>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

VARGAS, Heliana C. Espaço terciário: O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Ed. Manole, 2018. 292 p.

VASCONCELLOS, Sylvio de. Vila Rica. São Paulo: Editora Perspectiva, 1977. 214 p.

VIEIRA, Liliane C. Ouro Preto e o século XIX: O mito da decadência. Revista CPC. São Paulo, v. 5, n° 22, p. 145-189. 2016. Disponível em: <<https://core.ac.uk/reader/268311730>> Acesso em: 18 de março de 2021.

## Quadro 1. Síntese do programa de necessidades

| PROGRAMA DE NECESSIDADES       |   |                                |                                       |
|--------------------------------|---|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Circulação                  | 3. Setor externo                          | 5. Apoio e logística           | 6. Serviços                           |
| 1.1. Vertical                  | 3.1. Praça/Espaço para feiras provisórias | 5.1. Depósito/área de serviços | 6.1. Administração                    |
| 1.2. Horizontal                | 3.2. Área permeável                       | 5.2. Carga e descarga          | 6.2. Correios/lotérica                |
| 2. Setor comercial             | 3.3. Estacionamento                       | 5.3. Doca                      | 6.3. Caixas eletrônicos               |
| 2.1. Área úmida                | 3.3.1. Paraciclo                          | 5.4. Lavatórios                | 7. Cultural                           |
| 2.1.1. Carnes                  | 3.3.2. Estacionamento de carros           | 5.5. Guarita                   | 7.1. Espaço de exposições             |
| 2.1.2. Peixes e mariscos       | 3.3.3. Estacionamento de motocicletas     | 5.6. Primeiros socorros        | 7.2. Sala de oficinas/cursos/multiuso |
| 2.2. Área Semiúmida            | 3.4. Pergolado                            | 5.7. Bebedouros                | 8. Infraestrutura                     |
| 2.2.1. Frutas                  | 4. Instalações sanitárias                 | 5.8. Carrinhos de compras      | 8.1. Depósito de lixo                 |
| 2.2.2. Verduras e legumes      | 4.1. Sanitário masculino                  | 5.9. Embarque e desembarque    | 8.2. Central de água                  |
| 2.2.3. Laticínios              | 4.2. Sanitário feminino                   | 5.10. Copa                     | 8.3. Central elétrica                 |
| 2.2.4. Ovos                    | 4.2.1. Trocador                           |                                |                                       |
| 2.2.5. Padaria                 | 4.3. Sanitário/vestiário feminino         |                                |                                       |
| 2.2.6. Bar/Restaurante         | 4.4. Sanitário/vestiário masculino        |                                |                                       |
| 2.2.7. Café/lanchonete         |   |                                |                                       |
| 2.2.8. Floricultura            |   |                                |                                       |
| 2.2.9. Mezanino/Salão de mesas |   |                                |                                       |
| 2.3. Seca                      |   |                                |                                       |
| 2.3.1. Grão e especiarias      |   |                                |                                       |
| 2.3.2. Artesanato              |   |                                |                                       |
| 2.3.3. Utilidades              |   |                                |                                       |
| 2.3.4. Revistas                |   |                                |                                       |
| 2.3.5. Loja                    |   |                                |                                       |
| 2.4 Bancas/mistas              |   |                                |                                       |

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

**Tabela 2. Parâmetros urbanísticos ZAR-3, Ouro Preto e resultados alcançados com a proposta projetual**

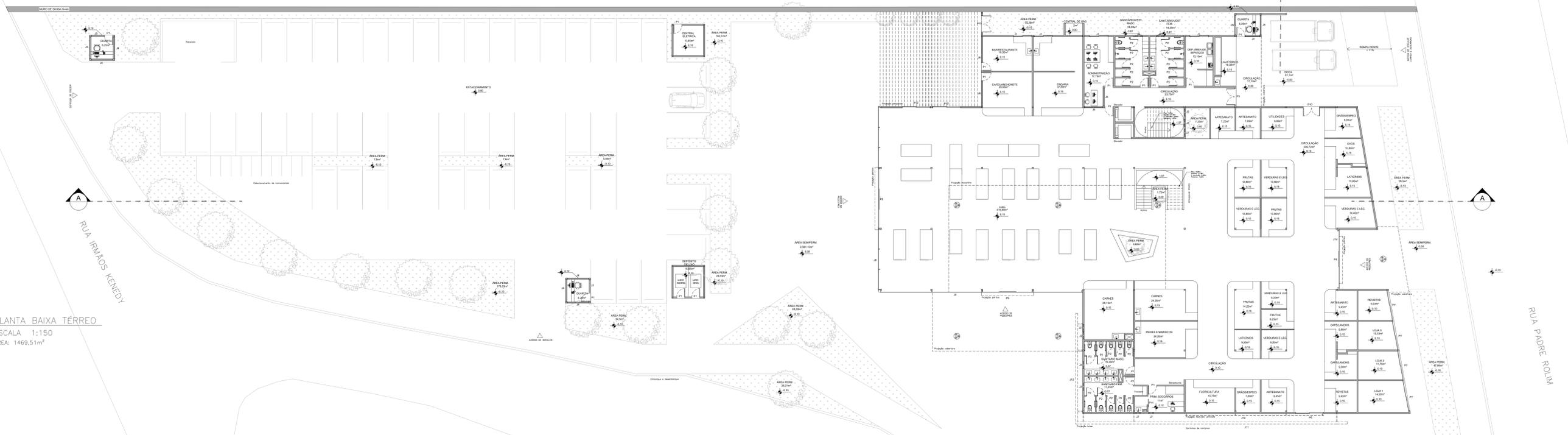
| PARÂMETROS DE OCUPAÇÃO DO SOLO - ZAR-3     |                                 |                                    |                          |     |               |
|--|---------------------------------|------------------------------------|--------------------------|-----|---------------|
| CA   | LM                              | TM                                 | TO                       | TP  | Altura máxima |
| 1,0  | 250m <sup>2</sup>               | 10m                                | 60%                      | 20% | AC*           |
| RESULTADOS ALCANÇADOS                      |                                 |                                    |                          |     |               |
| ÁREA DO TERRENO (m <sup>2</sup> ): 5561,46 |                                 |                                    |                          |     |               |
| CA   | TO                              | TP                                 | Altura máxima            |     |               |
| 0,53<br>2970,1m <sup>2</sup>               | 26,42%<br>1469,51m <sup>2</sup> | 36,59%<br>2035,06m <sup>2</sup> ** | 9,80m                    |     |               |
| AFASTAMENTOS (m)                           |                                 |                                    |                          |     |               |
| Frontal<br>5,50                            | Posterior<br>2,30***            | Lateral direita<br>7,70            | Lateral esquerdo<br>5,90 |     |               |

CA: Coeficiente de Aproveitamento; LM: Lote Mínimo; TM: Testada Mínima; TO: Taxa de Ocupação; TP: Taxa de Permeabilidade; \*AC: Altura condicionada a análise de face de quadra.

\*\* Considerando a área vegetada (754,5m<sup>2</sup>) e piso semipermeável (50% de permeabilidade: 2561,13m<sup>2</sup>)

\*\*\* Foram edificados ambientes no limite de afastamento supracitado, obedecendo a altimetria de até 6m. Para os demais volumes do projeto, acima de 6m de altura, foi respeitado o valor de 2,30m de afastamento da divisa.

Fonte: LUSO de Ouro Preto/ 2011; elaborado pela autora (2021).

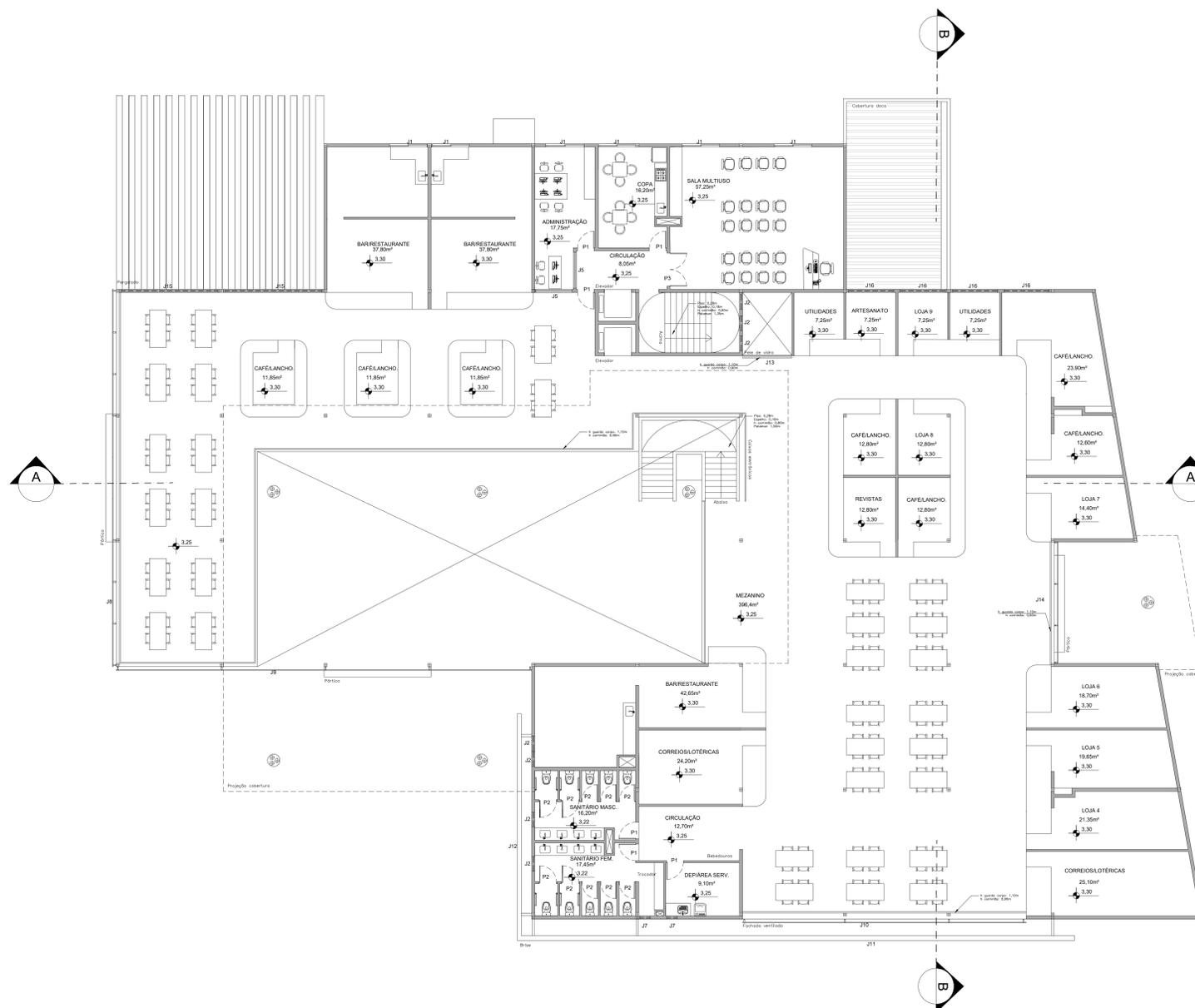


PLANTA BAIXA TÉRREO  
ESCALA 1:150  
ÁREA: 1469,51m<sup>2</sup>

| QUADRO DE ESQUADRIAS |               |      |                          |                |
|----------------------|---------------|------|--------------------------|----------------|
| SIGA                 | DIMENSÕES (m) |      | MATERIAL                 |                |
| <b>PORTAS</b>        |               |      |                          |                |
| P1                   | 0,80          | 2,10 | METAL                    |                |
| P2                   | 0,80          | 2,00 | METAL                    |                |
| P3                   | 1,60          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| P4                   | 4,20          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |                |
| P5                   | 4,80          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |                |
| P6                   | 2,70          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| P7                   | 2,90          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |                |
| P8                   | 5,80          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |                |
| P9                   | 1,80          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |                |
| P10                  | 1,80          | 3,00 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| P11                  | 0,80          | 2,10 | METAL                    |                |
| P12                  | 2,70          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |                |
| P13                  | 1,20          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| <b>JANELAS</b>       |               |      |                          |                |
| J1                   | 1,80          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO 2 FOLHAS |
| J2                   | 5,70          | 0,80 | 1,20                     | VIDRO          |
| J3                   | 1,40          | 1,00 | 1,30                     | VIDRO FIXO     |
| J4                   | 1,80          | 1,00 | 1,30                     | VIDRO FIXO     |
| J5                   | 1,75          | 1,00 | 1,30                     | VIDRO FIXO     |
| J6                   | 2,40          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO FIXO     |
| J7                   | 5,50          | 0,80 | 1,20                     | VIDRO          |
| J8                   | 18            | 6,10 | 0,1                      | VIDRO          |
| J9                   | 20            | 6,10 | 0,1                      | VIDRO          |
| J10                  | 16,65         | 3    | 0,2                      | VIDRO          |
| J11                  | 26,80         | 1,20 | 0,2                      | METAL          |
| J12                  | 10,90         | 1,20 | 0,2                      | METAL          |
| J13                  | 2,40          | 2,10 | 0,2                      | VIDRO FIXO     |
| J14                  | 5,80          | 6,10 | 0,1                      | VIDRO          |
| J15                  | 4,65          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO          |
| J16                  | 2,10          | 0,80 | 1,10                     | VIDRO          |

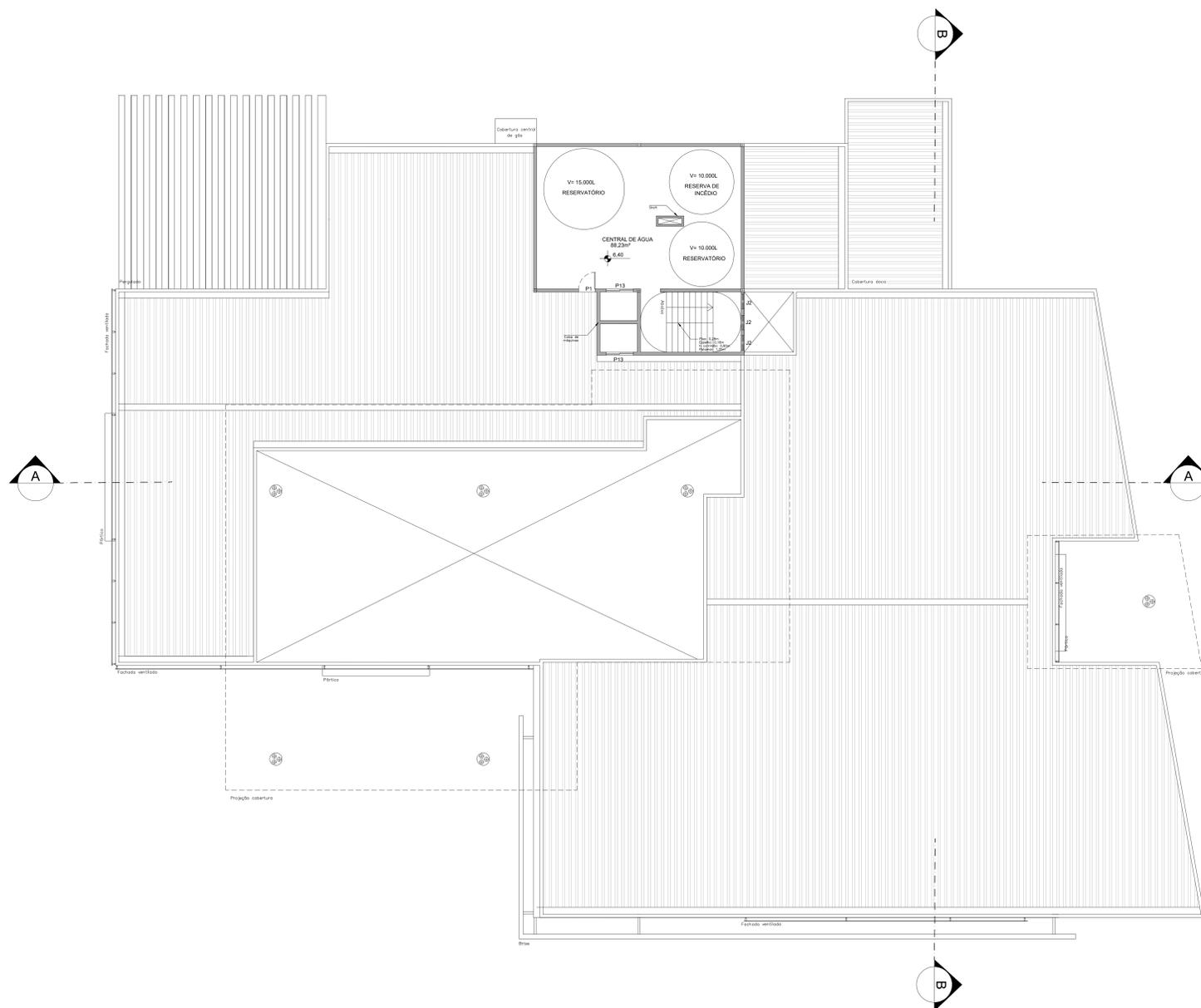


PLANTA DE SITUAÇÃO  
ESCALA 1:1000  
ÁREA: 5561,46m<sup>2</sup>



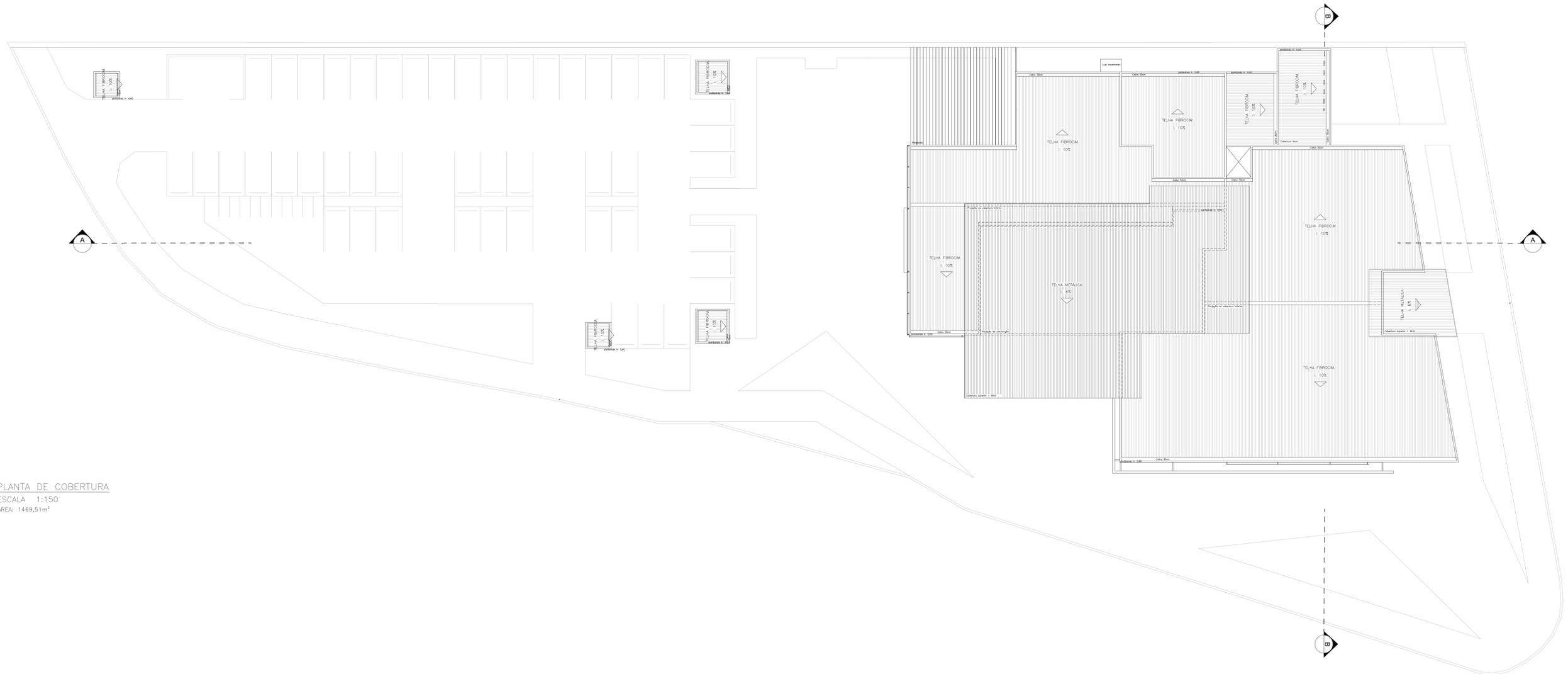
| QUADRO DE ESQUADRIAS |               |      |                          |
|----------------------|---------------|------|--------------------------|
| SIGLA                | DIMENSÕES (m) |      | MATERIAL                 |
|                      | L             | H    |                          |
| P1                   | 0,80          | 2,10 | METAL                    |
| P2                   | 0,80          | 1,90 | METAL                    |
| P3                   | 1,60          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |
| P4                   | 4,20          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |
| P5                   | 4,80          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |
| P6                   | 2,70          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |
| P7                   | 2,90          | 2,70 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |
| P8                   | 5,80          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |
| P9                   | 1,80          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |
| P10                  | 1,60          | 3,00 | METAL 2 FOLHAS           |
| P11                  | 0,80          | 2,10 | METAL                    |
| P12                  | 2,70          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |
| P13                  | 1,30          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |
| JANELAS              | L             | H    | PEITORIL MATERIAL        |
| J1                   | 1,80          | 1,00 | 1,10 VIDRO 2 FOLHAS      |
| J2                   | 0,70          | 0,60 | 1,50 VIDRO               |
| J3                   | 1,40          | 1,00 | 1,10 VIDRO FIXO          |
| J4                   | 1,80          | 1,00 | 1,10 VIDRO FIXO          |
| J5                   | 1,75          | 1,00 | 1,10 VIDRO FIXO          |
| J6                   | 2,60          | 1,00 | 1,10 VIDRO FIXO          |
| J7                   | 0,50          | 0,60 | 1,50 VIDRO               |
| J8                   | 18            | 6,10 | 0,1 VIDRO                |
| J9                   | 20            | 6,10 | 0,1 VIDRO                |
| J10                  | 16,65         | 3    | 0,0 VIDRO                |
| J11                  | 26,85         | 1,20 | 0,0 METAL                |
| J12                  | 10,90         | 1,20 | 0,0 METAL                |
| J13                  | 2,40          | 3,15 | 0,0 VIDRO FIXO           |
| J14                  | 5,85          | 6,10 | 0,1 VIDRO                |
| J15                  | 4,65          | 1,00 | 1,10 VIDRO               |
| J16                  | 2,10          | 0,60 | 1,10 VIDRO               |

PLANTA BAIXA PAV. 1  
 ESCALA 1:100  
 ÁREA: 1412,36

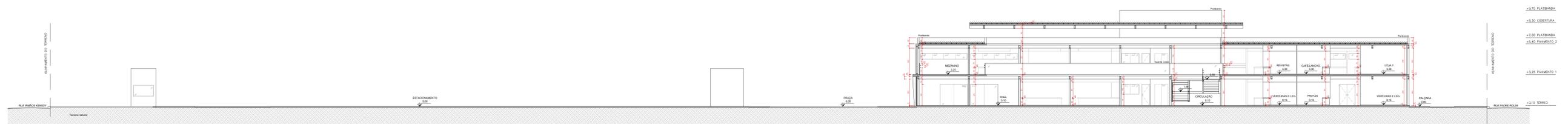


| QUADRO DE ESQUADRIAS |               |      |                          |                |
|----------------------|---------------|------|--------------------------|----------------|
| SIGLA                | DIMENSÕES (m) |      | MATERIAL                 |                |
|                      | L             | H    |                          |                |
| <b>PORTAS</b>        |               |      |                          |                |
| P1                   | 0,80          | 2,10 | METAL                    |                |
| P2                   | 0,80          | 1,90 | METAL                    |                |
| P3                   | 1,60          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| P4                   | 4,20          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |                |
| P5                   | 4,80          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |                |
| P6                   | 2,70          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| P7                   | 2,90          | 2,70 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |                |
| P8                   | 5,80          | 3,00 | VIDRO TEMPERADO 3 FOLHAS |                |
| P9                   | 1,80          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |                |
| P10                  | 1,60          | 3,00 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| P11                  | 0,80          | 2,10 | METAL                    |                |
| P12                  | 2,70          | 2,10 | VIDRO TEMPERADO 2 FOLHAS |                |
| P13                  | 1,30          | 2,10 | METAL 2 FOLHAS           |                |
| <b>JANELAS</b>       |               |      |                          |                |
| J1                   | 1,80          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO 2 FOLHAS |
| J2                   | 0,70          | 0,60 | 1,50                     | VIDRO          |
| J3                   | 1,40          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO FIXO     |
| J4                   | 1,80          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO FIXO     |
| J5                   | 1,75          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO FIXO     |
| J6                   | 2,60          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO FIXO     |
| J7                   | 0,50          | 0,60 | 1,50                     | VIDRO          |
| J8                   | 18            | 6,10 | 0,1                      | VIDRO          |
| J9                   | 20            | 6,10 | 0,1                      | VIDRO          |
| J10                  | 16,65         | 3    | 0,0                      | VIDRO          |
| J11                  | 26,85         | 1,20 | 0,0                      | METAL          |
| J12                  | 10,90         | 1,20 | 0,0                      | METAL          |
| J13                  | 2,40          | 3,15 | 0,0                      | VIDRO FIXO     |
| J14                  | 5,85          | 6,10 | 0,1                      | VIDRO          |
| J15                  | 4,65          | 1,00 | 1,10                     | VIDRO          |
| J16                  | 2,10          | 0,60 | 1,10                     | VIDRO          |

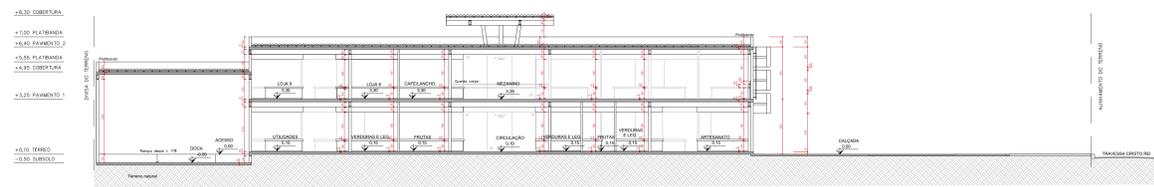
PLANTA BAIXA PAV. 2  
 ESCALA 1:100  
 AREA: 88,23m<sup>2</sup>



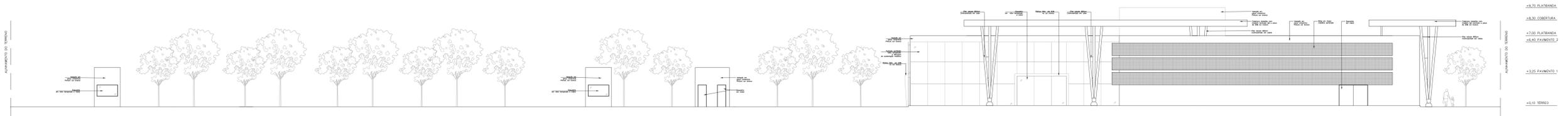
PLANTA DE COBERTURA  
ESCALA 1:150  
ARCA: 1469,51m<sup>2</sup>



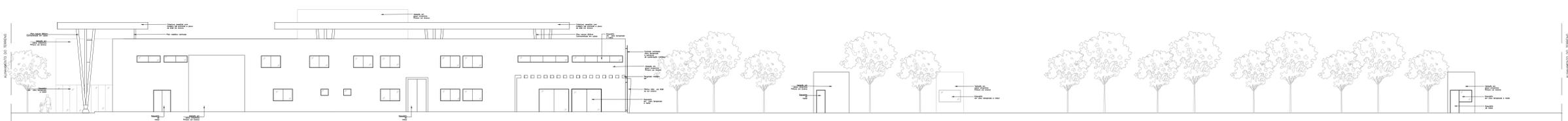
⊖ CORTE LONGITUDINAL A  
ESCALA 1:150



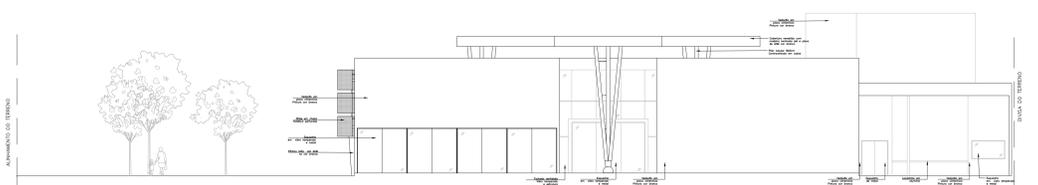
⊖ CORTE TRANSVERSAL B  
ESCALA 1:150



ELEVAÇÃO FRONTAL  
ESCALA 1:150

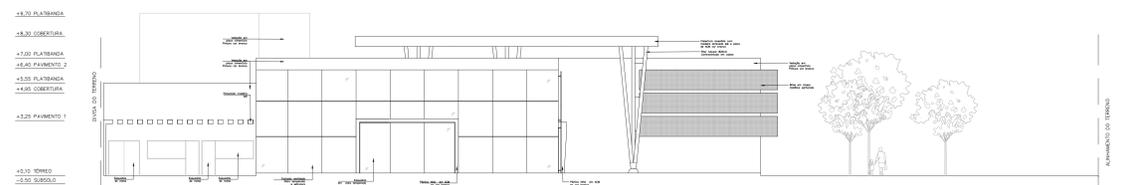


ELEVAÇÃO POSTERIOR  
ESCALA 1:150



ELEVAÇÃO LATERAL DIREITA  
ESCALA 1:150

+8,70 PLATANDA  
+8,30 COBERTURA  
+7,00 PLATANDA  
+6,40 PAVIMENTO 2  
+3,35 PAVIMENTO 1  
+0,00 TERREO  
+0,00 SÍMBOLO



ELEVAÇÃO LATERAL ESQUERDA  
ESCALA 1:150

+8,70 PLATANDA  
+8,30 COBERTURA  
+7,00 PLATANDA  
+6,40 PAVIMENTO 2  
+3,35 PAVIMENTO 1  
+0,00 TERREO

AVANÇADO DO TERRENO

AVANÇADO DO TERRENO