

EDIFÍCIOS DE MERCADO GAÚCHOS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS



Leonora Romano



Universidade Federal do Rio Grande do Sul
PROPAR - Programa de Pós-Graduação em Arquitetura

EDIFÍCIOS DE MERCADO GAÚCHOS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS

Leonora Romano

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura,
Área de Concentração em Teoria, História e Crítica,
da Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito para a obtenção do título de
Mestre em Arquitetura.

Orientadora: Glenda Pereira da Cruz
Co-Orientador: Andrey Rosenthal Schlee

Porto Alegre

2004

Dedico este trabalho a meus pais, Remo e Maria do Carmo Romano.

AGRADECIMENTOS

Devo o meu primeiro agradecimento ao Professor Andrey Rosenthal Schlee, que compartilhou comigo da importância de estudar este tema desde a diplomação, de seu empenho para que eu fizesse mestrado no PROPARG, indicando-me a Professora Glenda como orientadora, e pelo seu tempo para exercer a co-orientação de longe.

Também agradeço à Professora Glenda Pereira da Cruz, orientadora, que mesmo sem me conhecer pessoalmente, aceitou orientar-me, e que sem sua ajuda, não haveria como continuar este trabalho.

Agradeço às prefeituras das cidades de Pelotas, Rio Grande, Jaguarão, Itaqui e Porto Alegre, ao IPHAN, IPHAE, IHGRS, UFPel e UCPel, pelas informações colhidas e pelo empréstimo de material.

Agradeço também aos senhores Décio Vaz Emydgio e família e José Antônio Nabaes e família, que me acolheram durante a estada nas cidades de Jaguarão e Rio Grande, respectivamente.

Agradeço especialmente ao IAB, por todo material disponibilizado sobre o Mercado de Itaqui, através do Concurso Nacional de Reabilitação do Mercado Público.

Em particular agradeço aquelas pessoas que me auxiliaram além de suas obrigações. Sou sinceramente grata ao meus irmãos Leonardo Nabaes Romano, Maria Helena Romano Coelho e meus cunhados, Fabiane Vieira Romano e Denys Souto Coelho.

Aos Professores do PROPARG, especialmente ao José Arthur D'Aló Frola, coordenador, e ao Cláudio Calovi Pereira, orientador do estágio de docência.

Ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela recepção, e à Rosita e Luciane, pela assistência.

Aos colegas e amigos Heloisa Michelon Dotti, Anelis Rolão Flôres, Carolina Freire Fernandes e George Augusto Moraes, pela parceria e pelo intercâmbio de idéias, em especial, à Heloisa, Eduardo e à grande família que está por vir, pela amizade que sempre compartilharam.

À Universidade Luterana do Brasil, na pessoa do professor Luiz Gonzaga Binato de Almeida, e à CAPES, pelo suporte indispensável à realização deste trabalho.

Agradeço especialmente à Tia Lacy Elwanger Freire, ao Tio Estevam Romano e Tia Maria, pela acolhida.

Agradeço principalmente à Deus pela coragem, e por dar-me pais maravilhosos, Remo e Maria do Carmo, aos quais dedico este trabalho. Por fim agradeço aos meus dois lindos sobrinhos Thales e Eduardo, pela inspiração.

“Segue-me – disse Jesus – Eu sou o caminho que deves trilhar, a verdade em que deves crer, a vida que deves esperar. Eu sou o caminho sem perigo, a verdade sem erro e a vida sem morte.”

Malba Tahan, em *O Homem que Calculava*

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS.....	viii
LISTA DE FIGURAS.....	ix
RESUMO.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUÇÃO.....	1
I.1 Motivação para a Pesquisa.....	2
I.1.1 Os Mercados: Tema da Pesquisa.....	2
I.1.2 Contexto dos Edifícios de Mercado Gaúchos.....	5
I.1.3 Arquitetura dos Sentidos: Foco da Pesquisa.....	6
I.2 Questão da Pesquisa.....	7
I.3 Objetivos.....	7
I.4 Considerações Preliminares sobre Inserção Urbana e Arquitetura de Mercados.....	8
I.5 Revisão Bibliográfica.....	9
I.6 Metodologia e Contribuição da Pesquisa.....	10
I.7 Sobre a Capa.....	11
I.8 Resumo dos Capítulos.....	13
Capítulo 1.....	15
APORTES HISTÓRICOS E TEÓRICOS.....	15
1.1. Aportes Históricos: os Espaços Comerciais.....	15
1.1.1 A Ágora Grega.....	17
1.1.2 O Foro Romano.....	19
1.1.3 O Bazar Oriental.....	21
1.1.4 A Praça de Comércio.....	24
1.1.5 Os Mercados Cobertos.....	27
1.1.6 Os Mercados no Brasil.....	29

1.2.	Aportes Teóricos: Função e Forma nos Espaços Comerciais.....	32
1.2.1	Função Sintática.....	33
1.2.2	Função Semântica	40
1.2.3	Função Pragmática	43
1.2.4	A Forma Codificada.....	47
1.2.4.1.	A Decomposição da Forma	54
1.2.4.2.	A Composição da Forma	57
Capítulo 2	61
	ENSAIOS TIPOLÓGICOS APLICADOS AOS MERCADOS BRASILEIROS.....	61
2.1.	Sub-Tipo T 1A.....	61
2.1.1	Mercado de Porto Alegre (1914)	62
2.1.2	Mercado de Pelotas (1914)	62
2.1.3	Mercado de Itaqui (1909)	63
2.2.	Sub-Tipo T 1B.....	64
2.2.1	Mercado de Carnes (1908).....	64
2.2.2	Mercado de Rio Grande (1864).....	65
2.2.3	Mercado de Jaguarão (1867)	66
2.3.	Sub-Tipo T 2A.....	66
2.3.1	Mercado do Peixe (1901)	67
2.3.2	Mercado de São Paulo (1933).....	67
2.3.3	Mercado Modelo (1863)	68
2.4.	Sub-Tipo T 2B.....	69
2.4.1	Mercado São José (1875)	69
2.4.2	Mercado de Manaus (1883)	70
2.4.3	Mercado do Rio de Janeiro (1907)	71
Capítulo 3	74
	EDIFÍCIOS DE MERCADOS GAÚCHOS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS	74
3.1.	O Mercado Público de Porto Alegre	75
3.1.1	A Função Sintática e o Mercado de Porto Alegre.....	84
3.1.2	A Função Semântica e o Mercado de Porto Alegre	86
3.1.3	A Função Pragmática e o Mercado de Porto Alegre	89
3.2.	O Mercado Central de Pelotas	91
3.2.1	A Função Sintática e o Mercado de Pelotas	99
3.2.2	A Função Semântica e o Mercado de Pelotas	100

3.2.3	A Função Pragmática e o Mercado de Pelotas	102
3.3.	O Mercado Público de Itaqui	104
3.3.1	A Função Sintática e o Mercado de Itaqui.....	110
3.3.2	A Função Semântica e o Mercado de Itaqui	112
3.3.3	A Função Pragmática e o Mercado de Itaqui	113
3.4.	Quadro Sinótico	115
CONSIDERAÇÕES FINAIS		117
BIBLIOGRAFIA.....		119

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quadro comparativo entre o Tipo Ideal de Durand e as propostas para o Halles Centrales.....	56
Quadro 2 – Quadro resumo com os Sub-Tipos Ideais de Mercado.....	56
Quadro 3 – Quadro resumo com os as Idéias Geratrizes.....	57
Quadro 4 – Quadro resumo com os Sub-Tipos e as Séries Tipológicas dos Espaços Comerciais.....	59
Quadro 5 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Porto Alegre.....	62
Quadro 6 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Pelotas.....	63
Quadro 7 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Itaquí.....	64
Quadro 8 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Carnes.....	65
Quadro 9 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Rio Grande.....	65
Quadro 10 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Jaguarão.....	66
Quadro 11 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado do Peixe.....	67
Quadro 12 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de São Paulo.....	68
Quadro 13 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado Modelo.....	69
Quadro 14 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado São José.....	70
Quadro 15 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Manaus.....	71
Quadro 16 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado do Rio de Janeiro.....	72
Quadro 17 – Quadro das informações gerais dos Mercados estudados.....	115

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – As Mãos. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.	11
Figura 2 – Os Olhos. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.	12
Figura 3 – O Nariz. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.	12
Figura 4 – A Boca. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.	12
Figura 5 – Os Ouvidos: Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.	12
Figura 6 – Ágora de Atenas, Stoa Atalo. Fonte: Roth, 1993.	18
Figura 7 – Planta do Foro Romano e do Foro de Trajano, Roma. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.	20
Figura 8 – Mercado de Trajano, Roma. Fonte: Peter Conolly, 1998.	21
Figura 9 – Planta do Bazar Oriental de Aleppo. Fonte: L. Benévolo, 2003.	23
Figura 10 – Abóbadas do Bazar Oriental de Istambul. Fonte: Grande Bazar de Istambul. htm	24
Figura 11 – Munich, alargamento lateral da via de tráfego. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.	25
Figura 12 – Londonderry e Praça Central do Mercado. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.	26
Figura 13 – Mercado de Tecidos, Yprès, Países Baixos. Fonte: Pevsner, 1979.	27
Figura 14 – <i>Les Halles</i> , Paris. Fonte: L'Histoire en Ligne.htm.	28
Figura 15 – Gravura de Chamberlain, "Barraca de Mercado". Fonte: Gorberg e Fridman, 2003.	29
Figura 16 – Aquarela de Debret, o "Senhor". Fonte: Gorberg e Fridman, 2003.	30
Figura 17 – Mercado da Candelária, Rio de Janeiro. Fonte: Gorberg e Fridman, 2003.	31
Figura 18 – Mercado Público de Florianópolis. Fonte: Eduardo Schumacher.	31
Figura 19 – Priene, Reconstituição. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.	34
Figura 20 – Priene, Plano Ágora. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.	35
Figura 21 – Parte do Centro de Roma, Reconstituição. Fonte: Peter Connolly, 1998.	35
Figura 22 – Roma, Plano Foro. Fonte: Peter Connolly, 1998.	36
Figura 23 – Mercado de Trajano. Planta do Terceiro Nível. Fonte: Wasmuth, 1969.	37
Figura 24 – Croqui da Implantação Mercado Público de Jaguarão. Fonte: Projeto Jaguar, 1983.	38
Figura 25 – Planta Baixa Mercado Público de Jaguarão. Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguarão, 1999.	38
Figura 26 – <i>Les Halles</i> . Esquema gráfico. Fonte: Cloquet, 1900.	44
Figura 27 – <i>Halles Centrales</i> . Organização Espacial Linear. Fonte: Croquis da autora.	45

Figura 28 – <i>Filarete</i> . Esquema em Planta. Fonte: Vargas, 2001.....	46
Figura 29 – <i>Filarete</i> . Organizações Espaciais. Fonte: Croquis da autora.....	47
Figura 30 – Durand, Método Projetual. <i>Marché A’Suivre</i> . Fonte: Durand <i>apud</i> Schlee, 1990.....	49
Figura 31 – Projeto para Mercado Paris. Fonte: Pevsner, 1979.....	50
Figura 32 – Mercados Temporários. Fonte: Cloquet, 1900.....	51
Figura 33 – Mercados Permanentes. Corte. Fonte: Cloquet, 1900.....	51
Figura 34 – <i>Halles</i> Planta de um Pavilhão. Fonte: Cloquet, 1900.....	52
Figura 35 – a, b, c. Matrizes Pavilhonares. Fonte: Cloquet, 1900.....	53
Figura 36 – Matriz com Pátio Central. Fonte: Cloquet, 1900.....	54
Figura 37 – Matriz Pavilhonar. Fonte: Cloquet, 1900.....	54
Figura 38 – Decomposição do Mercado de Clothe. Fonte: Croquis da autora.....	55
Figura 39 – Decomposição de um Pavilhão do Mercado de Baltard. Fonte: Croquis da autora.....	55
Figura 40 – Mapa com a localização do antigo Mercado. Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre.....	76
Figura 41 – A Doca das Frutas e o Mercado com um pavimento. Fonte: Prefeitura Municipal de POA.....	77
Figura 42 – O Mercado com segundo pavimento. Fonte: Arquitetura e Construção. Ano 13. nº 9.....	79
Figura 43 – O Eclétismo do Mercado de Porto Alegre. Fonte: SMC Porto Alegre.....	80
Figura 44 – Perspectiva da proposta vencedora. Fonte: Prefeitura Municipal Porto Alegre.....	81
Figura 45 – Arcada Inferior e Galeria Superior. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	82
Figura 46 – Detalhe das colunas de apoio e lanternin. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	82
Figura 47 – Circulação Central e Bancas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	83
Figura 48 – Panorâmica do Mercado Público de Porto Alegre. Fonte: Boletim informativo IAB, Abril 1997.....	84
Figura 49 – Sentidos de percurso (pavimento térreo) em três momentos do Mercado Público de Porto Alegre. Fonte: Croquis da autora.....	85
Figura 50 – Mapeamento dos usos do Mercado Público de Porto Alegre. Pavimentos Térreo, Mezanino e Segundo, respectivamente. Fonte: Boletim Informativo IAB/RS, 1997.....	90
Figura 51 – O Mercado de Pelotas em 1869. Fonte: Schlee, arquivo particular.....	92
Figura 52 – O Mercado de Pelotas em 1914. Fonte: Schlee, arquivo particular.....	92
Figura 53 – A Torre do Mercado Pelotas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	93
Figura 54 – Escultura de Mercúrio. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	94
Figura 55 – Linearidade e simetria no Mercado de Pelotas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	95
Figura 56 – Torreão. Fonte: Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	96
Figura 57 – Eclétismo no Mercado de Pelotas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	96
Figura 58 – Fachada do projeto de 1950. Fonte: Schlee, arquivo particular.....	98
Figura 59 – Vista panorâmica do Mercado Pelotas. Fonte: Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.....	98
Figura 60 – Sentidos de percurso no pavimento térreo do Mercado de Pelotas. Fonte: Croquis da autora.....	99

Figura 61 – Mapeamento dos usos do Mercado Central de Pelotas. Fonte: Prefeitura Municipal de Pelotas, 2002.	103
Figura 62 – Mercado de Itaqui, Implantação. Fonte: Prefeitura Municipal de Itaqui, 2003.	105
Figura 63 – Acesso Rua Interna. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	106
Figura 64 – Cobertura e Lanternin. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	106
Figura 65 – Balcões Atendimento. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	107
Figura 66 – Esquina Osvaldo Aranha e Independência. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	107
Figura 67 – Pórtico de Acesso. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	108
Figura 68 – Capitéis Jônicos Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	108
Figura 69 – Ecletismo no Mercado de Itaqui. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	109
Figura 70 – Vista panorâmica do Mercado de Itaqui. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	110
Figura 71 – Planta com sentidos de percurso do Mercado de Itaqui. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.	111
Figura 72 – Mapeamento dos usos do Mercado Público de Itaqui. Fonte: Croquis da autora.	114

RESUMO

O que se pretende com o trabalho, é apresentar uma análise cuidadosa de uma arquitetura em desaparecimento, a arquitetura dos Mercados, bem como os significados que estes sugerem na sociedade em que estão inseridos. Elegeram-se três exemplares de Mercados Gaúchos para nomear o referido trabalho, Pelotas, Porto Alegre e Itaqui. Considerados como legítimos espaços de encontro e de troca, efetivamente, abarcam uma atmosfera de imagens, de sons, de aromas, de sabores e de calor humano, inerente a todos os Mercados brasileiros, mas de forma muito particular naqueles Mercados. Tais equipamentos urbanos se aproximam, não somente pelo período em que foram implantados, mas por apresentarem uma série de similaridades que vão dos antecedentes históricos, aos esquemas compositivos.

Considerados testemunhos da evolução dos tempos, os Mercados sofreram paulatinamente com a depreciação de seus espaços e o desvirtuamento de suas operações internas ao longo dos anos. Hoje, apesar de avariados, estão todos tombados, senão legalmente pelas autoridades, mas afetivamente pela população, e por esse motivo, configuram como referenciais únicos no contexto urbano daquelas cidades.

Palavras-chave: Mercados, Edifícios de Mercado Gaúchos, Arquitetura dos Sentidos

ABSTRACT

What we intend with the work, is to present a careful analysis of an architecture in disappearance, the architecture of markets, and so like the meanings that they suggest in the society in that they are inside. We choose three examples of "Gaúchos" markets to name the present work, Pelotas, Porto Alegre and Itaquí. They are regarded like authentic spaces of meeting and exchange, actually, they enclose an atmosphere of images, sounds, fragrances, tastes and human hot, inherent to every Brazilian markets, but so specially in those markets. Such urban equipments approach, not only in the period they were introduced, but they show a serie of sameness that they go from historic previous to compositive diagrams.

They are regarded evidences of time evolution, the markets suffered gradually with the depreciation of their spaces and the distorted of their intern operations for a long time.

Today, still damaged, they are all protected, otherwise legally by authorities, but with a lot of affection by population, and for this cause, they configure like only reference in the urban context from those cities.

Key Words: Markets, Buildings of "Gaúchos" Markets, Architecture of Senses

TATO:

“(...) e até ser tocado pelos vendedores ávidos em fazer contato (...)”

INTRODUÇÃO

"Imagine que para a troca se realizar é necessário o encontro. E a troca não será, apenas, de mercadorias. Idéias, palavras, experiências e sensações fazem parte do encanto... E essa troca, que nos perdoe o comércio virtual (e-commerce), não pode prescindir do espaço físico para se materializar." (Vargas, 2001, p.11).

Imagine um lugar essencialmente humano, onde o relacionamento entre as pessoas ultrapassa suas diferenças de cultura, raça e credo de tal maneira, que as contradições passam despercebidas.

Falamos dos Mercados Públicos, ou Santuários de Comércio, lugares consagrados tanto para os religiosos afro-brasileiros, quanto por cada permissionário que garante através dele, o pão de cada dia.

Mas o que é um Mercado Público?

Um Mercado Público pode ser um edifício de planta basilical, dividido em naves, encimado por lanternins, ou igualmente um edifício que concentra um espaçoso átrio geralmente quadrado, circundado por galerias. Pode ser um ponto de encontro sem comparação, o coração da cidade, onde se reúnem executivos, operários, donas-de-casa, cortesãs, desocupados, estudantes e empregadas domésticas, bem como uma lembrança impregnada de cheiros entrelaçados de peixes, legumes, carnes, frutas, especiarias, grãos, queijos, flores, vinhos, pastéis, fumos, incensos...

Moraes (1993), por exemplo, salienta que os Mercados denotam resistência, utilidade e perenidade. Muitos se encontram avariados, poucos corajosamente restaurados, mas todos tombados, senão legalmente pelas autoridades, mas afetivamente pela população.

Partindo destas considerações, e manifestando um profundo respeito ao local que abarca o cotidiano de uma atividade mercantil tão tradicional nas cidades em que vivemos, apresentamos a pesquisa intitulada: "OS EDIFÍCIOS DE MERCADO NO RS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS."

Um plano que foi estabelecido com a intenção de reunir, a partir de uma análise histórica e teórica da arquitetura de alguns emblemáticos espaços varejistas, as variadas percepções que tais espaços produzem (ou produziam) nas pessoas, seja pelos significados que encerram, seja pelas sensações que imprimem, seja pelas coordenadas que determinam, seja pelos juízos que assumem. Como paradigmas do estudo, destacaremos os Mercados de Pelotas, Porto Alegre e Itaqui, exemplares fundamentais da arquitetura comercial riograndense, ainda sobreviventes, senão operacional, mas materialmente.

Legitima-se então a escolha do Mercado, enquanto espaço do encontro e da troca, o tema central desta pesquisa, mesmo porque em termos de produção científica, é de causar-nos estranheza que este assunto, que enfoca um setor fundamental no processo de desenvolvimento destas cidades, em todas suas instâncias, seja tão carente de investigação.

I.1 Motivação para a Pesquisa

O primeiro contato que tive com os edifícios de Mercado foi em uma viagem acadêmica feita à capital do Estado, no ano de 1996, quando visitamos a obra de requalificação do Mercado de Porto Alegre, acompanhados pelo professor Luiz Gonzaga Binato de Almeida. Naquela oportunidade percebi o que significava um espaço público por excelência. Para minha satisfação, ao encerrar as atividades de graduação junto ao Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Santa Maria, tive a oportunidade de trabalhar, juntamente com o professor Andrey Rosenthal Schlee, em uma proposta de intervenção no Mercado Central de Pelotas. Embora se tratasse de uma atividade puramente acadêmica, pude compreender a dinâmica de tais espaços, bem como constatar as razões pelas quais coroam-se aqueles espaços como públicos, não somente em virtude dos inúmeros significados que eles concentram, mas em virtude da representatividade que cada edifício tem na comunidade que o mantém.

I.1.1 Os Mercados: Tema da Pesquisa

Considerada uma das mais antigas e complexa atividade econômica realizada, a atividade comercial iniciou a partir do encontro e da troca de produtos, feita primeiramente por tribos de nômades. Na História Antiga, mais precisamente durante o Império Romano, estabeleceram estruturas organizadas destinadas para este fim. O comércio era realizado tanto em edifícios próprios, os Mercados, como no pavimento térreo das construções que abarrotavam as *insulae*, quarteirões edificadas que definiram o traçado xadrez das principais cidades romanas.

Com o fim do Império Romano, aproximadamente no século IV, e o início da Idade Média, as cidades medievais passaram a construir suas praças com o propósito de que nelas se desenvolvessem as atividades dedicadas ao comércio; nestes locais, portanto, os Mercados foram implantados.

A rota seguida por Marco Polo, no século XIII, acompanhou o hábito da compra e da venda. O fascínio do Oriente, seus produtos e sua diferente estrutura de comércio, as ruas cobertas, sempre despertaram a cobiça principalmente dos países do Ocidente, em virtude das riquezas, novidades e diversidades dos produtos lá encontrados.

Por esse motivo, o Oriente foi conhecido durante séculos como berço dos produtos e mercadores de especiarias, dos aventureiros e dos traficantes. Durante muito tempo, houve um certo preconceito com relação às pessoas ligadas ao comércio, sendo o comerciante comparado a um personagem mesquinho, indigno e displicente. Desde há muito a Mitologia Grega e Romana já havia reservado aos comerciantes uma história semelhante, embora mais glamourosa: os comerciantes tinham um representante entre os deuses; Mercúrio, filho de Júpiter e Maia; foi o deus do Comércio, da luta e dos ladrões; em suma, de tudo quanto requeresse destreza e habilidade.

A partir das viagens ao Oriente, estabeleceu-se a principal ponte entre o comércio transitório e o sedentário, surgindo as novas estruturas de Mercados. Com programas bem mais complexos, alguns destes singulares equipamentos possuíam, segundo Pevsner, “em edifício anexo, tribunais, prisões e capela” (1980, p.195), como no caso do Mercado de Tecidos de Yprès, Países Baixos, construído aproximadamente em 1200.

O Renascimento cultural, comercial e urbano nos séculos XV e XVI, passou a sistematizar o que já havia sido iniciado na Idade Média em termos de comércio, atingindo sua plenitude a partir do Mercantilismo.

Mais tarde, no século XIX, o aumento da população e da produção, decorrente da Revolução Industrial, fez aparecer no Ocidente problemas referentes à estocagem e distribuição de produtos, o que veio a atingir diretamente a estrutura e as condições de funcionamento dos Mercados já instituídos, principalmente no que se refere à higiene e segurança daqueles equipamentos públicos. Assim, o incipiente capitalismo europeu, que gerava as estruturas de produção e consumo burguês, possibilitou a inserção das gigantescas construções em ferro no panorama de algumas cidades. A proposição de Blondel é reiterada por Pevsner “Os novos Mercados de Paris até 1770 eram totalmente inadequados. Necessitavam de uma disposição arquitetônica que, mesmo muito elementar, anunciasse pela sua decoração a riqueza da cidade” (1980, p.288).

Paris foi pioneira na readaptação destas novas demandas. A proposta urbana de Haussman contemplava esta questão e, em 1853, foi inaugurado o “Les Halles”, primeira versão de Mercado atacadista moderno, estrategicamente localizado na área central e com porte comparável ao de um bairro. O partido, idealizado por Victor Baltard, era como uma cidade intramuros, elaborado a partir de um sistema modular composto de cinco grandes edifícios pavilhonares de base quadrada com claustro, interligados através de vãos centrais cobertos, pré-fabricados em aço, assim como as coberturas em quatro águas encimadas por lanternins.

Aproximadamente entre 1880 e 1910, quase toda a América Latina e alguns países da América Central, como o Caribe e as Antilhas, importavam edifícios pré-fabricados em ferro da Europa. A tecnologia decorrente do emprego do ferro, extensivamente utilizada também na construção de Mercados nos países europeus, ainda mais após a Revolução Industrial do século XIX, favoreceu a inserção deste tipo de equipamento nas áreas centrais das principais cidades brasileiras. Conforme Gomes, “a emergência do ferro como material de construção civil viria provocar uma revolução na história da arquitetura, – os edifícios poderiam ser fabricados longe de onde seriam montados. Mais ainda, poderiam ser desmontados e remontados em outro lugar” (2000, p.88).

O fascínio pelo novo fez com que os mais expressivos exemplares de Mercados fossem construídos com o sistema de pré-fabricação em aço, importados de empresas inglesas, francesas, belgas, alemãs e escocesas, embora outros, não menos importantes, já tivessem sido construídos em alvenaria ou em estrutura mista.

Cabe acrescentar que as centralidades dos edifícios de Mercado devem-se também ao desenvolvimento das estradas de ferro, uma vez que transporte e comércio são operações inseparáveis. A dinâmica na distribuição da produção intensificou a urbanização, que se desenvolveu próximo aos centros de abastecimento, portos e estações ferroviárias. Estas últimas, em especial, favoreciam a ligação entre os centros urbanos, a periferia e o subúrbio, carregando mercadorias e conduzindo consumidores.

Isto porque, entre meados dos séculos XIX e XX, houve uma complexa transformação nas relações de produção do capitalismo mundial, refletindo-se em profundas alterações no modelo espacial urbano. A densidade excessiva nos centros das cidades favoreceu a criação de núcleos periféricos, gerando bairros para diferentes classes sociais, para o setor de produção e para o setor de serviços, que em um determinado momento fusionaram-se, sem que houvesse nenhuma previsão ou planejamento.

Deste modo, a crítica à cidade carbonífera ou industrial, e seus inúmeros problemas referentes ao aumento populacional, saneamento básico, poluição e habitação popular, obrigou a burguesia e o Estado a assumirem propostas urbanas mais condizentes com a realidade. O tecido das cidades passou então a ser dividido em zonas, onde o centro, ainda denso e convergente, comunicava-se com uma periferia mais organizada, e distanciava-se do setor de produção que, inconciliável com a estrutura urbana vigente, transferia-se para uma terceira faixa concêntrica, o subúrbio.

Somando-se a isso, a supremacia do transporte rodoviário e o crescimento vertiginoso dos centros urbanos nos países do ocidente, a partir da segunda metade do século XX, desestruturaram novamente o processo de distribuição de produtos, tais como os hortifrutigranjeiros, tornando-o mais complexo e oneroso. A preferência, pois, por uma localização periférica para as centrais de abastecimento se acentuou, passando os Mercados Centrais a dividirem a função varejo-atacadista com outros estabelecimentos, que agregaram aos seus programas uma série de serviços de apoio, complementando e aperfeiçoando suas atividades.

Neste contexto surgem, no Brasil, os supermercados, versão varejista do Mercado Público tradicional, importada dos Estados Unidos em 1930, transformando o cenário comercial brasileiro após o ano de 1950.

Além disso, o Programa Estratégico de Desenvolvimento (1970) e o 1º Plano Nacional de Desenvolvimento, (1972/74), o PND, estabeleceu como uma das prioridades, a construção de Centrais de Abastecimento nas principais concentrações urbanas do país. A partir da decisão do Governo Federal, passaram a ser implantadas as Centrais de Abastecimento, CEASAS, destinadas à comercialização de produtos hortigranjeiros, pescados e outros perecíveis, em quase a totalidade das capitais brasileiras e nas principais cidades de cada Estado, constituindo o chamado Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento, o SINAC, cuja gestão ficou por conta da COBAL, Companhia Brasileira de Alimentos.

Com este panorama, buscaram-se as mais diversas alternativas a fim de encontrar um novo uso, adequado aos velhos Mercados. Nesta polêmica, a população esteve sempre dividida entre aqueles que entendiam que nada deveria ser mudado, entre os que acreditavam no potencial do edifício a partir da requalificação dos espaços e de atividades, e entre os que defendiam a destruição do edifício em nome do progresso.

Felizmente, os Mercados continuaram como os entrepostos de comércio locais mais característicos e tradicionais do que nunca, quer pela preservação de suas peculiaridades como a venda a granel, peixe fresco e patuás, quer pelo atendimento amistoso e personalizado. A iniciativa de manter um elemento tão característico e único na paisagem urbana foi tutelada tanto pela população, quanto pelos Institutos Patrimoniais, órgãos de preservação do patrimônio cultural, que tombaram a maioria dos Mercados, através das diversas instâncias do governo, enquanto as idéias de demolição, ainda vigentes, ameaçavam os edifícios.

Embora não tenha sido aplicada em todos Mercados, a reformulação física destes espaços de comércio se efetivou em várias cidades brasileiras, através de iniciativas públicas engajadas em recuperá-los e devolvê-los à população, com o objetivo de preservar não somente o equipamento enquanto monumento urbano mas, e sobretudo, enquanto espaço de espetacular potencial de convergência urbana.

I.1.2 Contexto dos Edifícios de Mercado Gaúchos

Diferente do pragmatismo que a palavra Mercado hoje representa, enquanto edifício onde praticase a atividade comercial, de acordo com Gorberg e Fridman, “no início do século XIX, a palavra mercado era então usada de forma genérica, designando uma aglomeração de pessoas com o intuito de comercializar determinados produtos reiteradamente no mesmo local” (2003, p.01).

Entretanto, a presença de ambulantes e quitandeiros com mercadorias espalhadas pelo passeio público, sem ordenamento nem higiene, demonstrava grau de subdesenvolvimento da cidade, o descaso do governo, e o conseqüente desprestígio dele para com a população.

Portanto, descontando uma pequena banca de peixe e as toscas barracas de quitandeiros que se aglomeravam pela costa do rio Guaíba, entre as Praças do Paraíso e da Quitanda, não havia nenhum Mercado na capital da Província nas primeiras décadas do século XIX, embora desde 1831, o Código de Posturas já tratava de estabelecer medidas para disciplinar o tráfico de comestíveis estabelecido na região.

Com a chegada de Saturnino de Souza e Oliveira Coutinho para assumir o Governo Provincial em 1839, a decisão pela construção do primeiro edifício de Mercado, na capital, foi antecipada. Surpreendido com o fato de Porto Alegre ainda não dispor desse importante instrumento da vida comunitária, o então Presidente solicitou a construção do primeiro Mercado, reunindo toda a sorte de vendedores em espaços organizados de comércio, protegidos das intempéries, sob fiscalização municipal e com regras determinadas de higiene pública.

Logo, dos Mercados relacionados, o primeiro a ser construído foi o Mercado da Capital da Província, em 1844, no local onde hoje encontra-se a porção ajardinada da Praça XV, vindo a ser substituído, em 1869, pelo edifício de Mercado localizado no terreno conquistado por aterro do Rio Guaíba, portanto, na situação onde se encontra atualmente.

Em seguida, no ano de 1846, de acordo com a Lei Provincial n.º 11, o Presidente da Província autorizou a compra do terreno onde seria construído o primeiro Mercado de Pelotas, entre 1847 a 1850, cuja localização era determinada pelas ruas de São Miguel, Martins Coelho, das Flores e Praça da Matriz, ou as atuais, XV de Novembro, Tiradentes, Andrade Neves e Lobo da Costa, respectivamente. Tal edifício viria a sofrer uma impactante reforma entre 1911 a 1914, modificando-o substancialmente.

Anos mais tarde foi entregue à população, segundo documenta a Ata de Inauguração do dia 07/09/1909, o Mercado Municipal de Itaqui, obra que ocupa uma parcela do terreno compreendido entre as ruas Osvaldo Aranha, Travessa Lacroix e Independência, sendo esta última via de acesso uma das principais ligações entre o centro da cidade, o porto e o rio Uruguai.

Atualmente, dos Mercados acima relacionados, o único que não está em operação é o Mercado de Itaqui, entretanto, a reforma do referido edifício já é uma realidade, a partir do lançamento do Concurso Público Nacional de Arquitetura: Reabilitação do Antigo Mercado de Itaqui RS, ocorrido no ano de 2003.

I.1.3 Arquitetura dos Sentidos: Foco da Pesquisa

Não existe um edifício que apresente somente uma função. A maioria dos edifícios contém um agrupamento de funções utilitárias e simbólicas. No entanto, é possível que no universo dos conteúdos utilitários e simbólicos, um se sobressaia. Por exemplo, enquanto em uma igreja o conteúdo simbólico supera o utilitário, nos espaços de comércio os conteúdos utilitários e simbólicos podem ser considerados, sob meu ponto de vista, equivalentes. Esta é uma das razões porque se elegeu edifícios de Mercados como tema da pesquisa, equipamento urbano onde a carga simbólica é muito grande, enfatizando sempre que possível a relação entre o conhecimento físico do espaço e o conhecimento do imaginário do espaço, tendo como foco o indivíduo. Como bem discorreu Coelho Netto:

“(...) se o espaço mantém um relacionamento direto com o corpo do indivíduo, adquirindo em consequência uma significação precisa, ele alimenta igualmente uma relação não menos direta com o imaginário deste indivíduo (...)”(Netto, 1999.p. 118).

Assim, entendendo que a apreensão do edifício não estaria completa se a sua leitura estivesse restrita às informações concernentes ao espaço físico e o que ele compreende tecnicamente, buscaremos investigar a transcendência do espaço e as suas interfaces, através da investigação do seu conteúdo semântico. Além de arquitetura, o edifício é testemunho das transformações da cidade e da sociedade. E através da linguagem não verbal, transmite mensagens que provocam reações de emoção e de sentimento distintos. O resultado desta comunicação se dará pelos efeitos da percepção diferenciada de cada edifício de Mercado, o que convencionamos chamar de rasgo imaginativo, poderá produzir no indivíduo, ao ser examinado sob determinados aspectos, sem início nem fim absolutos.

I.2 Questão da Pesquisa

“A maior parte das atividades humanas necessita de um edifício que tenha sido projetado para elas; assim, além de resistir às intempéries, deve o edifício abrigar uma atividade.” (Colin, 2000. p. 40).

O trabalho a ser apresentado fundamenta-se em um dos sistemas de arquitetura propostos por Vitruvius¹ a *utilitas*, ou utilidade, que se concentra não somente no correto dimensionamento espacial para atender os requisitos físicos e psicológicos dos usuários, mas também na maneira como os espaços se relacionam, finalmente, nos significados que tais espaços sugerem. A questão implica em descobrir, se edifícios semelhantes, no que diz respeito às três categorias de funções, pragmática, sintática ou semântica, são necessariamente dedutíveis ao mesmo grupo tipológico.

I.3 Objetivos

Ficam definidos como objetivos gerais deste trabalho, documentar a evolução de uma arquitetura em desaparecimento, a arquitetura dos Mercados Públicos, a partir da análise de outras estruturas organizacionais semelhantes dentro da história da arquitetura comercial ocidental, dando ênfase à utilização dos edifícios, a partir da análise das três categorias de funções observadas nos Mercados Gaúchos das cidades de Pelotas, Porto Alegre e Itaquí. Os projetos arquitetônicos estudados (levantados) foram organizados a fim de estabelecer possíveis grupos tipológicos.

¹ Marco Vitruvio, antigo arquiteto romano, 25 a.C. Escreveu o tratado *De Architectura*, composto por dez livros.

Partindo destas considerações definiram-se, também, os objetivos específicos:

- a) Interpretar a arquitetura de cada edifício eleito em separado;
- b) Perceber os condicionantes programáticos que determinaram os partidos arquitetônicos dos Mercados;
- c) Comparar a arquitetura dos Mercados analisados, inserindo as referências regionais no seu contexto, através da bibliografia existente sobre o tema;
- d) Procurar definir tipologias aplicando conteúdos da teoria da arquitetura à análise crítica de exemplares específicos da arquitetura histórica do RS.

I.4 Considerações Preliminares sobre Inserção Urbana e Arquitetura de Mercados

Tendo por objetivo do trabalho aqui apresentado a análise de edifícios de Mercados Gaúchos, relacionados conforme seu programa, sua espacialidade e seu significado, a partir do elenco de alguns dos indícios que foram encontrados durante a pesquisa, considera-se também que:

- a) A inserção urbana da arquitetura de Mercados assinalava o grau de civilidade nas cidades;
- b) Os Mercados eram considerados geradores e integradores da espacialidade urbana dos centros das cidades;
- c) Segundo Durand², tratadista de arquitetura, o modelo de Mercado ideal era o de um edifício com pórticos rodeando zonas ao ar livre, fixando assim o esquema compositivo mais recorrente na arquitetura de Mercados;
- d) A modulação e a proporção, presentes na composição da arquitetura dos Mercados, implicaria em perda de hierarquias espaciais, resultando em arranjos lógicos e racionais.
- e) As composições das fachadas eram, aparentemente, padronizadas, quase não havendo distinção entre fachada frontal, lateral e posterior;
- f) A implantação do Mercado requeria, em geral, um edifício da escala de um quarteirão que possibilite a ligação diretamente de seus acessos às vias públicas;
- g) Era possível dividir o programa do Mercado em espaços de serviço (prestação de serviços), espaços de comercialização e espaços de apoio;
- h) As ampliações sucessivas ocorridas nos edifícios dos Mercados projetavam-se em direção à ocupação do pátio central, produzindo circulações centrais cruzadas e espaços residuais (pátios abertos).

² Jean-Nicolas Louis Durand, foi professor de arquitetura da *École Polytechnique*, Paris, publicando seus dois tratados entre 1799 e 1805.

I.5 Revisão Bibliográfica

Em termos gerais, o registro bibliográfico sobre o tema Mercados é escasso, necessitando associações e enfoques múltiplos.

Em 2003 foi publicado o livro “Mercados no Rio de Janeiro, 1834-1962” de autoria de Samuel Gorberg e Sergio Fridman³, que propõem um relato dos principais acontecimentos que envolveram a implantação dos diferentes edifícios de Mercado na cidade do Rio de Janeiro, entre os séculos XIX e XX, como os Mercados da Candelária, da Praça da Harmonia, da Glória, e finalmente o Mercado Municipal. Trata-se de um trabalho único e fundamental sobre este assunto, na medida que reuniu documentos dispersos em arquivos e bibliotecas públicas.

Em 2001 foi editado o trabalho realizado por Hellana Comin Vargas⁴, “Espaços Terciários: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio” resultado de sua tese de livre docência pela USP. O material apresenta o estudo sistemático da arquitetura comercial, desde o início da atividade comercial até os nossos dias, o que favoreceu a compreensão daquela arquitetura como um todo. Entretanto, por tratar-se de um estudo amplo, o universo dos espaços terciários, envolvendo até mesmo outras áreas do conhecimento como geografia urbana, estudos sociais e econômicos, marketing e administração, a questão da arquitetura dos Mercados foi apenas tangenciada.

Em 1993, Carlos Moraes⁵, editou a obra “Mercados Populares do Brasil”, um apanhado significativo em termos de descrições e impressões dos lugares de Mercado pelos quais o autor passou. Tal obra influenciou muito na decisão de abordar os sentidos dos espaços de Mercado, conjuntivo à análise pragmática e sintática dos edifícios.

Paralelamente aos autores que contemplaram a arquitetura dos Mercados, foram influentes na pesquisa: Geraldo Gomes da Silva, com “Arquitetura do Ferro no Brasil (2 ed.)”, que classificou de forma interessante os Mercados Públicos pré-fabricados em ferro importados pelo Brasil no Século XIX; Nikolaus Pevsner, com “*Historia de Las Tipologias Arquitectonicas* (2. ed)”, que também relacionou alguns Mercados europeus, dando enfoque especial aos edifícios lá construídos em estrutura de ferro, Beatriz Mugayar Kühl, com “Arquitetura do Ferro e Arquitetura Ferroviária de São Paulo, Reflexões sobre a sua Preservação”, e ainda, J. Teixeira Coelho Neto, com “A Construção do Sentido na Arquitetura”.

³ GORBERG, S; FRIDMAN, S. Mercados no Rio de Janeiro, 1834-1962. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2003.

⁴ VARGAS, H. C. Espaços Terciários: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Editora Senac, 2001.

⁵ MORAES, Carlos. Mercados Populares do Brasil. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 1993.

I.6 Metodologia e Contribuição da Pesquisa

A metodologia foi baseada na análise da arquitetura dos edifícios de Mercado gaúchos, a partir de suas funções sintática, semântica e pragmática, bem como através da composição da forma.

Como modelo de investigação da função sintática, propôs-se aplicar uma metodologia de análise de sintaxe espacial inspirado nas propostas de Gordon Cullen⁶ e Philippe Panerai⁷. Já para o entendimento da função semântica, buscou-se interpretar trechos de obras literárias, poemas ou relatos de viagens de autores que faziam referência à percepção espacial. Enfim, para a análise da função pragmática, tomou-se como base a planta baixa da edificação, procurando compreender a lógica funcional e espacial através do mapeamento das diversas funções encontradas nos edifícios de mercado, proposta por Francis Ching⁸. Além disso, através da composição da forma, e do método de análise proposto por Roger Clark e Michael Pause⁹, estudou-se as estratégias compositivas dos elementares edifícios de comércio, a fim de verificar novas séries tipológicas.

A partir desta perspectiva teórica:

- a) Examinou-se os projetos arquitetônicos existentes no Arquivo Público das Prefeituras das cidades de Itaqui, Porto Alegre, Pelotas, Rio Grande e Jaguarão, referentes ao período de 1850 a 2002. Cada projeto foi registrado no que diz respeito às suas características principais, além dos elementos verificados como constantes (fichas cadastrais): localização, autor do projeto, construtor, ano da aprovação do projeto, área e outros condicionantes.
- b) Paralelamente à pesquisa documental coletou-se documentos bibliográficos que, de alguma maneira, contribuíram para o enriquecimento do trabalho e para a melhor compreensão dos dados coletados. Foram analisadas, especialmente, memórias, notícias, relatos e relatórios de viagens para a partir delas, esclarecer o panorama sócio-econômico e cultural da época.
- c) Foram realizados, quando necessário, levantamentos gráficos e fotográficos dos ornamentos e dos detalhes arquitetônicos das construções estudadas.
- d) Os dados obtidos foram criteriosamente examinados, a partir de uma avaliação crítica, a fim de se detectar falhas no processo de coleta (informações confusas, distorcidas, incompletas ou ausentes). Cada um dos itens do levantamento de dados foi organizado de maneira a permitir sua fácil localização e manuseio (fotos, plantas arquitetônicas, gravuras, resumos, citações bibliográficas, fichas resumo etc.).
- e) Todo o material coletado e organizado, inclusive aquele não identificado como excepcional, foi analisado e interpretado de maneira a obter a melhor aproximação com o seu verdadeiro significado. Na interpretação utilizou-se o processo de inserir os dados obtidos em um contexto mais amplo, no qual os dados constituem apenas elementos parciais (a situação econômica, política e cultural de Porto Alegre, Pelotas, Itaqui, do Rio

⁶ CULLEN, Gordon. Paisagem Urbana. Lisboa: Edições 70 LDA, 1993.

⁷ PANERAI, Philippe, *et alii*. Elementos de analisis urbano. Madrid: Instituto de Estudios de Administracion Local, 1983.

⁸ CHING, Francis.D. K. Arquitetura, Forma, Espaço e Ordem. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

⁹ CLARK, Roger; PAUSE, Michael. Arquitectura: Temas de composición. México: Editora Gustavo Gili, 1996.

Grande do Sul e do Brasil). Desta maneira busca-se uma visão o mais próxima possível da produção arquitetônica dos Mercados no Rio Grande do Sul no período de suas implantações.

- f) A intenção era desenvolver análises referentes aos edifícios dos Mercados de Porto Alegre, Pelotas, Itaqui, Rio Grande e Jaguarão, entretanto, em virtude da indisponibilidade de dados, escolhemos apenas os três primeiros.

No que se refere a contribuição desta pesquisa, acreditamos que a documentação acerca dos edifícios de Mercado no Rio Grande do Sul careceria de sistematização, já que é fragmentada e dispersa, dificultando o acesso daqueles que se interessam pelo tema. Entendemos também que os aportes das funções sintática, semântica e pragmática são bastante interessantes como método de análise, principalmente o segundo, abordagem dos sentidos a partir da percepção espacial proposta, enriquecendo a pesquisa, tanto tecnicamente quanto subjetivamente.

I.7 Sobre a Capa

Criação: Leonora Romano

Produção: Cristiane Mangini

Sob pano de fundo, o método projetual proposto por Durand; dele elevam-se os três edifícios de Mercado gaúchos investigados: o Mercado Público de Porto Alegre, o Mercado Central de Pelotas e o Mercado Público de Itaqui, além dos 5 Sentidos estimulados pela atmosfera única da Arquitetura dos Mercados, foco deste trabalho.

Os cinco sentidos organizaram a seqüência, do princípio ao fim, dos capítulos, e para representá-los escolhemos a subjetividade da obra "O Corpo Humano", do artista plástico JUAN AMORETTI, que também fez referência ao TATO (Figura 1), à VISÃO (Figura 2), ao OLFATO (Figura 3), ao PALADAR (Figura 4) e à AUDIÇÃO (Figura 5), apresentados através dos croquis abaixo.



Figura 1 – As Mãos. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.



Figura 2 – Os Olhos. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.

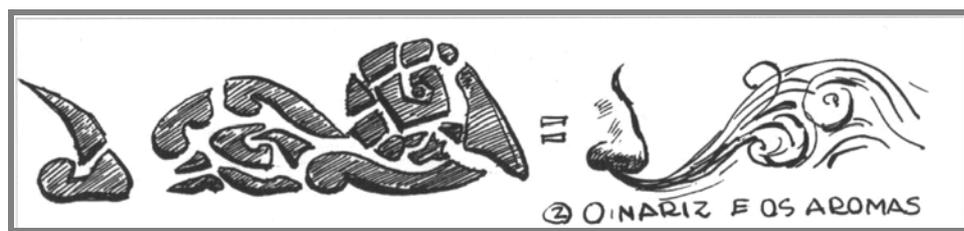


Figura 3 – O Nariz. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.

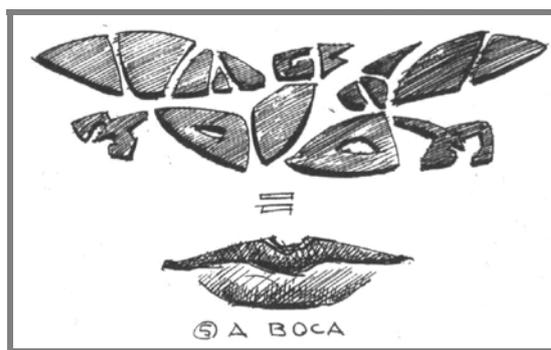


Figura 4 – A Boca. Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.



Figura 5 – Os Ouvidos: Fonte: Cópia xerográfica dos croquis do autor, 2001.

I.8 Resumo dos Capítulos

Você entra... imediatamente é atraído pela atmosfera única dos Mercados: vendedores ansiosos por contato... mas a escolha é sua: examina o produto, apanha um, e o aproxima, sorve o seu aroma...

– Prove... não custa nada!

Seguindo o mesmo ritual, apresentamos o trabalho:

“EDIFÍCIOS DE MERCADO GAÚCHOS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS”

INTRODUÇÃO

O primeiro **CON**TATO com o trabalho, a motivação, os objetivos e o método.

Capítulo I

APORTES HISTÓRICOS E TEÓRICOS

A proposta é apresentar uma **VISÃO** ampla do assunto a ser abordado, a historiografia, a teoria, e as categorias de análise.

Capítulo II

ENSAIOS TIPOLÓGICOS APLICADOS AOS MERCADOS BRASILEIROS

Neste capítulo sentiremos o **AROMA** diferenciado de cada Mercado, percebendo seus espaços e conferindo as suas peculiaridades.

Capítulo III

MERCADOS GAÚCHOS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS

O deleite: uma apreciação **SABOROSA** da arquitetura dos Mercados Gaúchos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, **OUVIREMOS** os resultados obtidos.

VISÃO:

“(...) seus olhos perdem-se num colrido infinito (...)”

Capítulo 1

APORTES HISTÓRICOS E TEÓRICOS

Segundo o Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa¹⁰, a palavra “Mercado” significa o lugar onde se comercializam gêneros alimentícios e outras mercadorias.

Entretanto, a idéia generalizada de Mercado, enquanto programa arquitetônico (construído), surgiu na Idade Média, por volta de 1200, e segundo Pevsner (1980, p. 284) “coincidiu primeiramente com o térreo do paço municipal, depois se separou deste, constituindo prédio isolado usado comunitariamente por uma série de lojas ou bancas.” Anterior a isso, a idéia de Mercado consistia, simplesmente, em um espaço aberto e público de comércio. Ainda segundo Pevsner (1980), a maioria dos Mercados cobertos medievais tiveram derivação romana ou oriental. No primeiro caso, a referência concentra-se na estrutura organizacional, constituída de uma galeria de lojas ao redor de um recinto coberto, semelhante ao Mercado de Trajano, Roma, 112 a.C. Já no segundo caso, a referência concentra-se na estrutura construtiva, constituída por arcos abatidos cobertos por abóbadas, similar ao Mercado de Algodão, Jerusalém, 1329.

Este capítulo apresenta, através dos aportes históricos, uma visão da evolução de algumas tipologias comerciais importantes da história da arquitetura ocidental, procurando relacioná-las, sempre que possível, à evolução urbana das cidades correspondentes. Na seqüência, através dos aportes teóricos, abordaremos as três categorias de funções, pragmática, sintática e semântica, tomando como exemplo, determinados espaços comerciais.

1.1. Aportes Históricos: os Espaços Comerciais

Provavelmente foram os excedentes agrícolas e a evolução do modo de vida nômade para o sedentário que originaram as cidades.

De qualquer maneira desta evolução resultou, com o aparecimento das primeiras cidades, as principais funções urbanas, anteriormente dispersas em aldeias, que passaram a agrupar-se dentro de uma área limitada.

Uma vez que há uma relação de dependência entre a produção de excedentes agrícolas e o surgimento da vida urbana, certamente daí a atividade comercial surgiu, como meio de promover, além da satisfação das necessidades de certas mercadorias e distribuição de bens e de idéias, o intercâmbio e a comunicação entre os povos.

É preciso considerar, entretanto, que para haver a troca se faz necessário o produto e o encontro, ou melhor, o ponto de encontro. Dessa necessidade surge o Mercado, correspondendo a um dos principais elementos da estrutura urbana. Estrategicamente localizado, originava-se na interseção de duas ou mais rotas. Como descreveu Munford (1998, p.85), "O ideograma sumeriano de mercado, um Y, talvez indicasse que a idéia de mercado, como ponto de junção das rotas de comércio, já era reconhecida". Ainda segundo Munford (1998), os mais antigos registros, datados de 2.000 a.C., associavam o comércio das cidades aos templos, atividade que era monopolizada por sacerdotes.

Entretanto, anteriormente à construção dos edifícios de Mercado, muitos foram os espaços que abrigaram a atividade comercial através do tempos: ágoras, fóruns, bazares e praças de mercado, que embora mantivessem a função comercial, modificaram seus formatos, variando suas categorias espaciais sem perder a característica de serem elementos de convergência da vida coletiva das cidades.

Aparentemente, o espaço comercial apresentou-se sob dois aspectos: em locais abertos, originados espontaneamente na rua e sem nenhum planejamento, onde era priorizados unicamente o contato direto com o público, e em locais planejados, visando abrigar tanto as funções concernentes à atividade comercial, quanto serviços e apoios, com o propósito de facilitar a vida do comerciante e do usuário.

Já os edifícios de comércio foram sendo oferecidos gradualmente à população, inicialmente apresentando programas enxutos, evoluindo mais adiante para programas e estruturas cada vez mais complexas.

Neste estudo, o objetivo é apresentar uma análise diacrônica dos tipos mais característicos de lugar de comércio no decorrer da história da arquitetura, dando ênfase maior à sua inserção urbana e aos aspectos tipológicos do edifício.

A atenção aos lugares do comércio históricos contribuirá para fundamentação das análises e revivências dos edifícios interessantes, objetivos finais desta pesquisa.

¹⁰ Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 3ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2003.

1.1.1 A Ágora Grega

“Vereis que tudo é vendido junto no mesmo lugar em Atenas: figos, testemunhas para atender a convocações, cachos de uvas, nabos, pêras, maçãs, fornecedores de provas, rosas, nêspas, sopas, favos de mel, ervilhas, processos legais...máquinas de demarcação, íris, lâmpadas, clepsidras, leis, denúncias.” (Eubolo *apud* Munford, 1998).

A Grécia, devido à sua localização estratégica em termos de acessibilidade, transformou-se numa das maiores potências comerciais do mundo antigo. Nas cidades gregas, a estrutura social e política das cidades-estado teve influência direta na configuração do traçado urbano, destacando na paisagem os monumentos que acolhiam as funções públicas. Os espaços públicos mais significativos estavam ligados à religião e ao poder aristocrático. Assim, os Templos, os Teatros, os Ginásios e os Mercados ocupavam os pontos principais das cidades e organizavam as estruturas urbanas.

A ágora, centro cotidiano destinado a múltiplas funções, justiça, política, comércio, artesanato, religião e sociedade, dominou a estrutura física e foi o suporte da estrutura social e política da cidade grega. Os espaços destinados ao comércio concentravam-se na ágora, a praça grega, a partir da evolução da atividade comercial, que anteriormente era realizada ao pé da acrópole. Segundo Vargas (2001, p.116), “A acrópole adquire então um caráter mais simbólico, com uma função puramente religiosa, e o centro de atividades muda-se para os locais de mercado, isto é, para a ágora.”

A ágora constitui-se de um espaço plano, quando possível, implantado próximo à principal fonte de água da cidade. Nas cidades coloniais e nas cidades do período helenístico, o plano axial adotado conferia monumentalidade à praça. Esta era efetivamente o centro nevrálgico da vida comunitária da cidade grega, adotando a condição de espaço fluido, semi-aberto, pois era cercado por edifícios, as *stoas*. Tal desígnio isolava o ambiente da praça ao da cidade, criando uma atmosfera de segurança e independência.

As *stoas* eram edifícios públicos que destinavam um espaço, lojas e ou escritórios, abrigado para a venda de mercadorias. Consistia em um volume alongado, de estrutura porticada, localizado em dois ou mais lados da ágora. Largas galerias com colunatas formavam as fachadas e constituíam verdadeiras vias cobertas contornando o logradouro. Quanto mais monumentais os edifícios circundantes, mais o espaço aberto acabava por isolar-se e destacar-se do entorno urbano. As pessoas ficavam protegidas do sol e da chuva, e podiam observar tudo o que se passava no centro, pois o nível do piso da stoa era sempre mais alto que o da esplanada descoberta.

Das praças gregas, as mais conhecidas são as ágoras de Atenas, Assos, Mileto e Priene.

Em Priene, exemplo de cidade planejada, a ágora localizava-se no centro da cidade, ocupando mais de dois quarteirões ladeando a rua que conduzia à porta principal de entrada da cidade. Seu formato em “U”, rodeado pelas colunatas das *stoas* e acessos criados por um conjunto de escadas e de caminhos, possibilitava mais permeabilidade ao centro. Segundo as coordenadas geográficas, no lado Norte da ágora situava-se a *Stoa* Sagrada, um edifício de 115 m de comprimento que abrigava os escritórios dos magistrados;

no lado Sul, junto ao recinto porticado que circundava em três dos lados a ágora (espaço aberto com área aproximada de 3350 m²), localizava-se o mercado central de alimentos.

Em contrapartida, em Assos, o plano da praça foi condicionado pelo formato irregular do platô em que seria implantada, definindo, em conjunto com as *stoas*, uma forma trapezoidal que a diferenciava das demais ágoras gregas.

Já em Mileto, após o projeto planejado de Hipódamo de reconstrução, iniciado em 479 a.C, a ágora, que também se situava no centro, a exemplo de Priene, diferenciava-se pela ligação que mantinha com o porto. A construção do porto contíguo à ágora fez com que a prosperidade da atividade mercantil da cidade de Mileto renascesse.

Contrastando com o planejamento sistemático de cidades como Mileto e Priene, Atenas, que embora tenha tido a oportunidade de reedificar-se de forma planejada após as guerras médicas, conforme aconteceu com Mileto, não o fez, aproveitando o traçado antigo e agilizando assim a reconstrução. O mesmo processo aconteceu na área da praça, onde a maioria dos edifícios foi reerguida a partir de suas implantações originais. O espaço da ágora era dividido, com os espaços da assembléia dos anciãos, com alguns templos e com a *Stoa* de Atalo (Figura 6) e *Stoa* de Zeus, seguida da *Stoa* Sul, construída somente no período helenístico (século III a C.)



Figura 6 – Ágora de Atenas, Stoa Atalo. Fonte: Roth, 1993.

1.1.2 O Foro Romano

A história do urbanismo romano esteve ligada tanto aos acampamentos militares como aos assentamentos urbanos coloniais romanos que, dispersos na península itálica e em todo território europeu sob o domínio de Roma, buscavam impor e manter a soberania imperial.

Assim, um grande número de colônias e acampamentos militares deu origem às cidades romanas. O caso de Roma, tem origem no espaço de trocas conhecido como *Forum Boarium* e *Foro Holitorium*, em torno do qual se reuniam as tribos latinas para comercializar o gado. A estrutura dos acampamentos militares, ou castros romanos, partia de uma forma retangular ou quadrada onde dois eixos sagrados “*Cardo*” e “*Decumanus*” cruzavam-se, definindo em suas interfaces os quarteirões residenciais ou *insulae*.

Sobre o cruzeiro ou ao lado, o foro, equivalente romano da ágora grega, que se configurava num espaço público de múltiplas funções dentre as quais, o comércio¹¹.

O foro comercial era um espaço aberto, pavimentado, que ocupava geralmente dois quarteirões, onde muitas vezes, no centro, havia uma fonte de água pública. Este espaço era rodeado por colunatas que davam acesso às lojas e aos escritórios de comerciantes, localizados nas sobrelojas. Alguns artesãos viviam com as suas famílias nos cômodos situados atrás ou em cima das lojas.

A modulação das lojas era, em média, 4 m x 4 m, onde, em cada uma destas células, por meio de desenhos em mosaico, é possível visualizar, ainda hoje, a atividade artesanal ali desenvolvida: mercearias, confeitarias, lojas de cerâmica, de móveis, de roupas, bazares e pequenos restaurantes.

Roma era uma cidade que contava com inúmeros pequenos comerciantes que mantinham suas atividades junto às habitações populares, edificações construídas em diversos pavimentos que tinham acesso direto pela rua formando os quarteirões edificados, ou *insulae*, concentradas próximo aos foros.

Além do comércio realizado no foro e nas lojas das *insulae*, outros mercados especializados distribuíam-se pela cidade de Roma: o *Forum Piscarium*, mercado do peixe; o *Forum Holitorium*, mercado dos legumes; o *Forum Pistorium*, mercado de trigo e farinhas; o *Forum Suarium*, mercado de porcos; o *Forum Vinarium*, mercado de vinhos; e o *Forum Boarium*, mercado de bois.

No final da República, o Foro Romano tornou-se demasiado pequeno para a cidade de Roma. A partir desta necessidade os Imperadores Júlio César, Augusto, Vespasiano, Nerva e Trajano mandaram construir novos foros. A este conjunto denominou-se *Forum Imperialia* onde havia basílicas, bibliotecas, armazéns, praças rodeadas de pórticos com lojas, templos e mercados cobertos.

O mais espetacular dos foros romanos, o Foro de Trajano, foi projetado e supervisionado pelo planejador urbano Apollodorus de Damasco, que criou também espaços para o comércio, os Mercados de Trajano (Figura 7).

¹¹ Nem todos os foros eram só comerciais; muitos eram praças para abrigar o templo em homenagem ao Imperador, as bibliotecas, as basílicas (função judicial e de câmbio), etc.

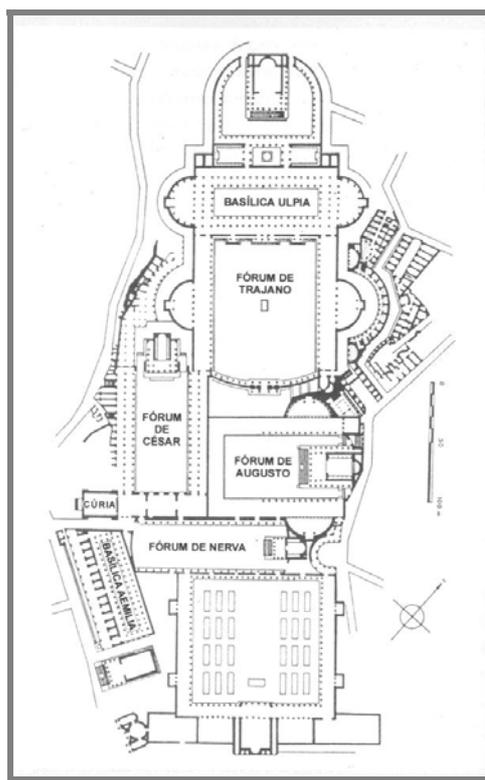


Figura 7 – Planta do Foro Romano e do Foro de Trajano, Roma. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.

Em 112 d. C. Trajano mandou construir os Mercados, considerados uma das maravilhas do mundo clássico. Erigidos na encosta do Monte Quirinal, com a forma de meio arco circular de seis pisos, semelhante a uma cávea¹², o complexo dos Mercados de Trajano desempenhou uma função essencial em uma capital de um milhão de habitantes.

Contrastando com o caráter oficial e ostentatório do Foro em mármore branco, a natureza utilitária dos Mercados de Trajano foi realçada pelo uso do tijolo em todas as estruturas da sua vasta construção. A ornamentação restringia-se às esquadrias brancas de mármore que se sobressaiam do vermelho das paredes (Figura 8).

¹² Cávea, espaço reservado à platéia nos teatros gregos e romanos.



Figura 8 – Mercado de Trajano, Roma. Fonte: Peter Conolly, 1998.

Os pavimentos térreo e primeiro, implantados em um semicírculo com 60 m diâmetro, tinham, respectivamente, entradas em arco com sobreposição de umbrais e dinteis retangulares e vãos abobadados semicirculares ritmados por colunas toscanas sobrepostos por frontões alternadamente angulares e semicirculares.

Havia um terceiro piso um pouco recuado em relação aos outros, embora nada tenha restado deste pavimento. As lojas davam para a Via Biberática, que atravessava o complexo. Do outro lado desta rua, o outro mercado coberto, retilíneo, disposto em dois pavimentos, constituindo o quarto e o quinto pisos da estrutura geral. Este grande recinto era coberto por abóbadas transversais de concreto com abertura por cima da galeria lateral, fornecendo ventilação e luz direta.

Os Mercados de Trajano tinham cerca de 150 módulos comerciais entre lojas e escritórios. Neste local vendia-se de tudo, sedas e especiarias vindas do Oriente Médio, peixe fresco, frutas, flores, óleo e azeite.

1.1.3 O Bazar Oriental

“Desde os tempos pré-islâmicos, comerciantes e artesãos gozaram de uma posição privilegiada entre os povos árabes, parcialmente devido às origens mercantis de sua religião.

A localização geográfica era um importante fator de estímulo ao comércio. Era inevitável que o Oriente Médio, situado entre dois continentes, tornar-se-ia um centro de comércio..” (Vargas, 2001, p.104).

Os camponeses e nômades produziam grande parte dos produtos necessários a sua sobrevivência; construíam suas casas em adobe, e suas mulheres teciam tapetes e roupas.

Mas era preciso trocar parte da produção excedente por bens de outros tipos, fossem derivados da produção agrícola ou bens manufaturados como: móveis, equipamentos para animais, utensílios de cozinha e armas, executados por artesãos qualificados. A combinação de comércio a longa distância com a produção de um excedente de alimentos e matérias primas, tornou possível o surgimento das cidades.

Nos pontos de encontro de diferentes distritos agrícolas, cujo acesso era facilitado, organizavam-se feiras regulares, realizadas semanalmente ou uma vez por ano. Algumas destas feiras, com o tempo, passaram a ser permanentes; pequenas cidades onde mercadores e artesãos, livres da necessidade de ir cultivar a própria comida ou cuidar dos rebanhos, exerciam atividades especializadas. A maioria destas cidades de feiras eram pequenas, mas segundo esclarece Hourani (1994, p. 125), “alguns vilarejos, contudo, eram mais do que simplesmente sede de feiras, constituindo um ponto de convergência para vários distritos agrícolas de diferentes tipos, no qual se realizava uma troca de produtos particularmente intensa e complexa”. Quando surgia essa possibilidade, grandes cidades surgiam, mantendo-se por décadas ou séculos.

Quanto à configuração das cidades nos países islâmicos, deve-se às tempestades de areia e aos ventos quentes, o fechamento entre os poucos edifícios públicos e habitações árabes. A cidade tornava-se um organismo compacto, homogêneo, fechado por muros, com poucas ruas atravessando-a. A maioria destas ruas servia para demarcar quarteirões residenciais e eram em geral muito estreitas, formando um labirinto de passagens sinuosas que levavam às portas das casas, mas que não permitiam uma orientação e uma visão de conjunto.

Somente algumas alamedas conduziam a espaços onde a vida coletiva acontecia, a *medina*, centro de reunião de toda grande cidade. Na *medina* distinguia-se dois núcleos entre o conjunto de prédios: o primeiro, formado pela mesquita, “onde a consciência coletiva da população muçulmana podia manifestar-se em momentos de crise” (Hourani, 1994, p. 136), pelo tribunal do *cádi*¹³ principal, pelas escolas de cultura superior ou *madradas*, e pelas livrarias; já o segundo, incluía a praça central do Bazar, principal ponto de troca e venda de produtos nas cidades árabes.

Manter muitas atividades diferentes acontecendo no mesmo lugar é o conceito de Bazar, termo originado da língua árabe que significa lugar onde as mercadorias são expostas para venda.

O comércio era localizado estrategicamente nas principais artérias de tráfego e os incontáveis *sucks*, também chamadas lojas ou tendas, dispostos em fita, com ou sem cobertura, eram a sua típica feição, apresentando-se com este formato durante séculos. Em Alepo, (Figura 9), pode-se ainda identificar o traçado quadrilateral das ruas principais no labirinto de alamedas com arcos de pedra do Bazar (Hourani, 1994).

¹³ *Cádi*, juízes que ministravam a lei e eram responsáveis pela divisão da propriedade após a morte de uma pessoa. (Hourani, 1994, p.129).

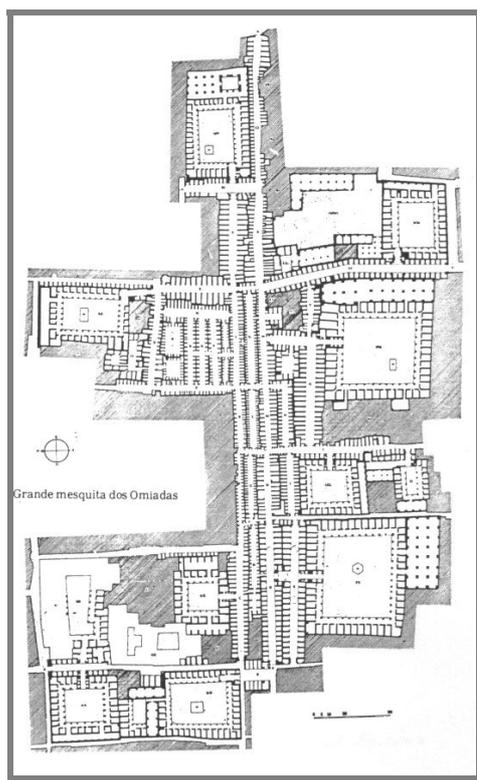


Figura 9 – Planta do Bazar Oriental de Aleppo. Fonte: L. Benévolo, 2003.

A área de cada *suck*, medindo em geral 2 m², era pequena, estabelecendo conexão direta com a rua. Atrás ou sobre o *suck*, ficavam os escritórios e depósitos, independentes portanto da residência do proprietário e do estoque principal, situados em outras áreas da cidade. Esses primeiros *sucks* não tinham nada em comum com a rede complexa de hoje.

A estrutura física dos Bazares Orientais foi modificada durante a Baixa Idade Média, quando substituiu-se o comércio realizado nas tendas, por uma rede complexa formada por arcos e abóbadas, que protegia a atividade comercial das intempéries e dos saqueadores (Figura 10).



Figura 10 – Abóbadas do Bazar Oriental de Istambul. Fonte: Grande Bazar de Istambul. htm

Composto de um maior número de galerias, onde se armavam barracas agrupadas segundo os artigos a serem vendidos, o Bazar do Oriente é, até hoje, o local de encontro favorito dos transeuntes, e era um dos raros pontos da cidade onde se podia gozar de algum lazer.

Seguindo uma sistemática funcional, a localização dos diversos tipos de mercadorias e serviços nos bazares era determinada de forma que tintureiros, costureiros, açougueiros, ceramistas, serralheiros e vendedores de pólvora fixavam-se na periferia, em função da especificidade de cada atividade. Já os cambistas e agiotas ocupavam as áreas mais centrais, por razão estratégica e de segurança. Tendenciosamente, as mercadorias destinadas às mulheres localizavam-se próximas às tendas de jóias, enquanto as destinadas aos visitantes do campo, localizavam-se perto das entradas da cidade.

Juntamente ao Bazar localizavam-se os banhos e as casas atacadistas ou caravançarais, locais de chegada e partida das caravanas, conjugando em sua maioria, espaços de descanso de viajantes, de armazenagem e de distribuição de mercadorias. Estes equipamentos possuíam uma tipologia muito parecida com os edifícios de Mercado conhecidos, edifício construído em um ou mais pavimentos contornando um pátio central ladeado por galerias que, por sua vez, conduziam ao exterior.

1.1.4 A Praça de Comércio

“Toda cidade medieval era um mercado. O comércio e a produção tinham lugar por todas as partes da cidade: em espaços abertos e em espaços fechados, em espaços públicos e em espaços privados.” (Howard Saalman *apud* Morris, 1984).

Da queda do Império Romano à Baixa Idade Média, o comércio, por terra, se fez de forma itinerante, sendo os mercadores os responsáveis por desenvolver um comércio de características regionais, baseado fundamentalmente na distribuição de gêneros alimentícios ou utilitários, como a lã, provenientes do campo, quando o processo de interiorização e ruralização, que caracterizou a Alta Idade Média, se estabeleceu.

Inicialmente periódico e externo aos assentamentos urbanos, em feiras regionais regulares, o lugar do comércio passou a voltar a integrá-los a partir de do ano 1000, de forma que o Mercado e sua espacialidade foram determinados também pela categoria da cidade que os envolvia.

Assim, nas cidades de crescimento orgânico era possível encontrar atividades mercantis junto à principal porta de entrada da cidade, nas Praças de Mercado onde a implantação das mesmas não obedeciam a nenhum traçado regulador e cada praça possuía um caráter distintivo, ou a partir do alargamento lateral das principais vias de tráfego concentrando o comércio de forma linear (Figura 11).

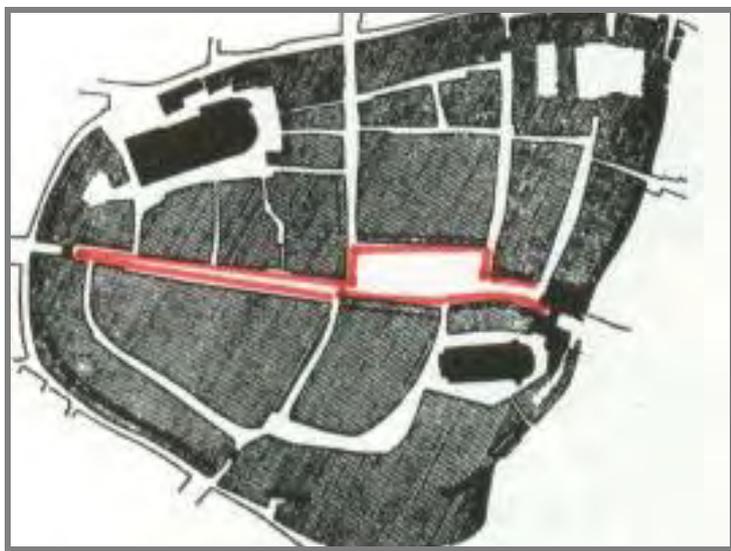


Figura 11 – Munich, alargamento lateral da via de tráfego. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.

Entretanto, nas cidades planejadas da Baixa Idade Média evidenciou-se a praça central, que funcionava como Mercado ou abrigava um edifício desta natureza (Figura 12), como salientou Cruz:

A praça da cidade, no século XIII, não é mais só o largo das festas religiosas, das procissões, a continuação da nave da catedral, etc., é o lugar do Mercado, o lugar das trocas, o lugar da administração dos interesses coletivos dos mercadores (...). (Cruz, 1997, p.16).



Figura 12 – Londonderry e Praça Central do Mercado. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.

De forma distinta, a atividade comercial apresentou-se nas cidades islâmicas espanholas de mesma época. Neste caso, o comércio se estabelecia em ruas estreitas, através dos *sucks* ou tendas, cobertos em sua maioria, formando um caminho tortuoso embora obedecendo a uma hierarquia funcional determinada, em conformidade com a tradição dos bazares árabes.

As praças de comércio, evidenciadas pelo clarão que provocavam no tecido urbano compactado, eram abertas e delimitadas por um sistema de arcadas que suportavam edifícios cuja altura era uniforme. Este sistema de arcadas possibilitava a interligação dos edifícios a partir da liberação do solo, e funcionavam muitas vezes como galerias de comércio e serviços.

Em virtude da diversificação do comércio nas cidades medievais, houve também um zoneamento em termos de produtos a serem comercializados nas praças. Assim, o sortimento de produtos que atenderiam às necessidades diárias localizava-se no centro e itens mais especializados eram encontrados em diversos pontos espalhados pela cidade.

Segundo Vargas (2001, p. 138), as funções mais representativas das praças medievais incluíam, além do comércio, as funções cívicas e religiosas e enquanto as praças cívicas se desenvolviam em torno de algum edifício municipal e as praças religiosas em torno de uma igreja, as praças de comércio não exigiam a presença de nenhum edifício, apenas, o fluxo de pessoas.

Paralelo ao comércio local, era comum a realização de feiras internacionais concomitantes à realização de festividades religiosas¹⁴. Tais feiras eram temporárias e duravam semanas. A frequência era estabelecida em quatro edições anuais. “Muitas delas eram especializadas em alguns artigos e as mais importantes foram as Feiras de Champagne, nas cidades de Lagny, Provins, Bar-sur-Aube e Troyes” (Vargas, 2001, p. 146).

1.1.5 Os Mercados Cobertos

A partir do mercantilismo desenvolvido a partir do século XV, começaram a surgir nas cidades gigantescas construções em ferro, ou *Halles*, conforme designaram os franceses. Estes edifícios que continham em seu interior produtos variados e de primeira necessidade, se consolidaram como a primeira ponte entre o comércio transitório e o sedentário, fazendo surgir o que conhecemos como espaços de Mercado Cobertos. A tipologia formal destes edifícios assemelhava-se muito à dos Mercados romanos, um edifício envoltório delimitando um átrio com colunas, ou um edifício de planta basilical, disposto em duas ou mais naves e dois ou mais pavimentos. Alguns destes singulares equipamentos possuíam, em edifício anexo, tribunais, prisões e capela, como o caso do Mercado de Tecidos, construído no ano de 1200 até 1620, em Yprès nos Países Baixos (Figura 13).

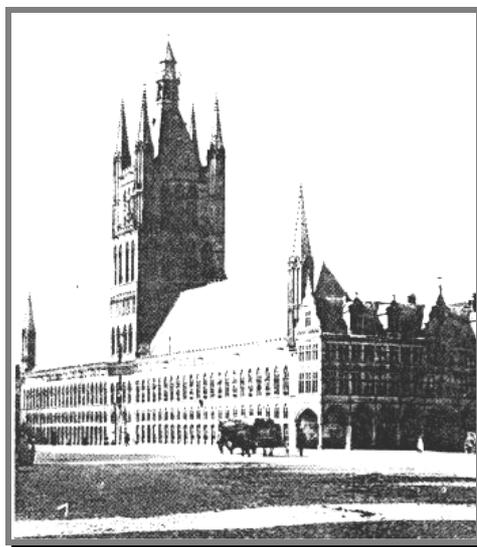


Figura 13 – Mercado de Tecidos, Yprès, Países Baixos. Fonte: Pevsner, 1979.

Somando-se aos edifícios de Mercado, outras estruturas de comércio foram encontradas neste mesmo período na Itália, como por exemplo os *Fondacos* venezianos e os *Filaretos* florentinos. Os *Fondacos* eram estruturas cujas funções de armazenagem, centro atacadista e hospedagem assemelhavam-se aos *caravançarais* orientais, ao passo que os *Filaretos*, eram complexos de comércio onde coexistiam mercados de carne, peixe, grãos, vinhos, casas de câmbio, tabernas, banhos públicos e prostíbulos.

A ascensão do poder de uma nova classe, a dos comerciantes, bem como a consolidação da dignidade da atividade comercial fomentou o interesse em reformular e especializar os espaços de comércio. Aliada a isso, a produção agrícola pensada em escala, a partir de meados do século XVIII, causou uma série de dificuldades no que se refere à estocagem e distribuição de produtos, atingindo diretamente a estrutura e as

¹⁴ Feira, deriva-se de *feria* que do latim significa festa de santo.

condições de funcionamento dos Mercados já instituídos, principalmente no que se refere à higiene, segurança e especificidade de utilização daqueles equipamentos públicos. A necessidade de uma modificação nesse panorama, como relatou Blondel, *apud* Pevsner (1979, p.288), era urgente: “Os novos Mercados de Paris até 1770 eram totalmente inadequados. Necessitavam de uma disposição arquitetônica que, mesmo muito elementar, anunciasse pela sua decoração a riqueza da cidade”.

Paris é pioneira na readaptação destas novas demandas, e a proposta urbana de Haussman, em meados do século XIX, contempla a implementação de ruas de mercado contíguas às principais vias de acesso da capital francesa. Além disso, em 1853 é inaugurado o *Les Halles*, primeira versão de Mercado atacadista moderno, estrategicamente localizado na área central e com porte comparável ao de um bairro, uma verdadeira “cidade intra-muros”, idealizada por Victor Baltard a partir de um sistema modular composto de grandes edifícios pavilhonares de base quadrada, interligados através de vãos centrais cobertos, pré-fabricados em aço, assim como a cobertura em quatro águas encimada por lanternins (Figura 14). Cada pavilhão era responsável por comercializar um tipo específico de produto, denunciando assim a prioridade em se implantar um zoneamento de usos. O referido edifício foi demolido em 1971, dando lugar a outro centro de compras.



Figura 14 – *Les Halles*, Paris. Fonte: L'Histoire en Ligne.htm.

1.1.6 Os Mercados no Brasil

O comércio realizado nas ruas do Brasil colonial teve um papel fundamental na organização urbana das cidades brasileiras. Conforme se relatou na introdução do trabalho, ainda nos primórdios do século XIX, a palavra Mercado designava, primeiramente, uma aglomeração de pessoas com objetivo de comercializar determinados produtos em um determinado local. Da mesma forma, era considerado Mercado, o comércio feito pelos mascates, vendedores ambulantes que comercializavam tanto produtos como serviços, que incluíam alfaiataria, barbearia e até mesmo “tira-dentes”, ocupação que denominou o ilustre Joaquim da Silva Xavier.

A primeira situação apresentada remete à barraca de mercado, uma construção muito elementar, formada por quatro esteios retos e uma coberta de folhas de bananeira, utilizada para proteger do sol. Esta estrutura era retirada do local à noite e remontada pela manhã. Tais barracas pertenciam a negras livres que negociavam toda sorte de produtos: aves, verduras, legumes, milho, cachaça, pão e peixe frito (Figura 15).

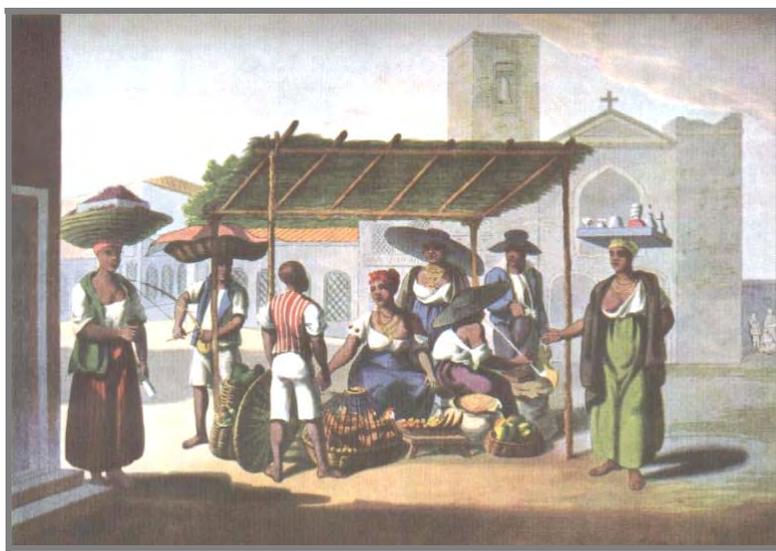


Figura 15 – Gravura de Chamberlain, “Barraca de Mercado”. Fonte: Gorberg e Fridman, 2003.

A segunda situação, corresponde ao comércio feito tanto pelos escravos, acompanhados de seu patrão, os chamados “negros de ganho”, quanto pelos escravos livres. A única limitação à venda de porta em porta era o tamanho da mercadoria: o que pudesse ser carregado era oferecido (Figura 16). Carregando em cestas, bandejas de madeira ou caixas sobre as cabeças, escravos de ambos os sexos vendiam de tudo: artigos de vestuário, livros, utensílios domésticos, estatuetas de santos, ervas e flores, pássaros e jóias (Gorberg e Fridman, 2003).

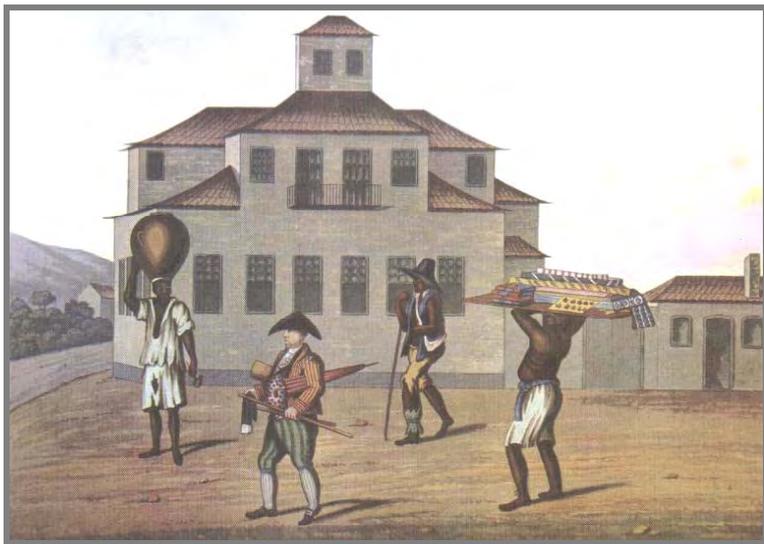


Figura 16 – Aquarela de Debret, o “Senhor”. Fonte: Gorberg e Fridman, 2003.

A fim de ordenar e estabelecer um local apropriado para a atividade comercial realizada, anteriormente, em barracas de madeira instaladas aleatoriamente nas ruas e praças, surge no Brasil, ainda nas primeiras décadas do século XIX, as construções destinadas a abrigar o comércio de pescados e outros gêneros alimentícios.

A cidade do Rio de Janeiro é uma das pioneiras a implantar edifícios de Mercado no Brasil. Em 1841 é inaugurado o primeiro Mercado do Rio de Janeiro, o Mercado da Candelária, projetado pelo arquiteto Grandjean de Montigny¹⁵, embora não executado na íntegra.

O Mercado da Candelária compreendia uma área de 5.187 m², dividida em dois pavimentos, inteiramente executados em alvenaria de tijolos. Tinha planta regular com galeria contornando pátio central (Figura 17), foi destruído pelo fogo em 1899. “No centro das frentes voltadas para o Largo do Paço e para a Rua do Ouvidor estavam os portões de entrada, coroados por frontões” (Gorberg e Fridman, 2003, p. 12).

Após a construção referida, outros três Mercados foram entregues à população carioca: o Mercado da Praça da Harmonia (1856), o Mercado da Glória (1858) e o Mercado Municipal (1907), o maior da categoria, com área de 22.500 m², totalmente executado em ferro.

Dos edifícios elencados, nenhum sobreviveu ao século XXI. Apenas um dos torreões do Mercado Municipal é mantido, ainda, no Largo do Moura, ocupado atualmente pelo Restaurante Albamar.

O Brasil, a partir da segunda metade do século XIX, passou a importar da Europa edifícios pré-fabricados em aço. Importantes exemplares de Mercados brasileiros foram construídos com esta tecnologia, tais como: o Mercado de São José (1875) no Recife, o Mercado do Peixe em Belém (1901), o Mercado Municipal do Rio de Janeiro (já mencionado), o Mercado São João, o “Mercadinho” em São Paulo (1890), o Mercado

¹⁵ Grandjean de Montigny veio para o Brasil com a Missão Artística Francesa, em 26 de março de 1816. Recebeu, pelo decreto de 12 de agosto de 1816, o título de Professor de Arquitetura, tendo sido, com esta nomeação, o primeiro professor de arquitetura do Brasil.

Municipal de Manaus (1883-1910), o Mercado Público de Fortaleza (1897), o Mercado da Casa Amarela no Recife (1930), o Mercado da Carne em Belém (1867-1908) e o Mercado Central de Pelotas (1914). Tanto a procedência quanto os projetos diferem muito entre si. Segundo Silva (1987, p. 138), “a única característica que sugere uma classificação é a natureza de suas vedações externas. Assim, há alguns mercados fechados e outros abertos.”



Figura 17 – Mercado da Candelária, Rio de Janeiro. Fonte: Gorberg e Fridman, 2003.

Além dos mercados construídos em ferro, outros, não menos importantes, como o Mercado Modelo em Salvador (1863), o Mercado Municipal de São Paulo (1933), o Mercado Público de Florianópolis (1889) (Figura 18), e o Mercado Público de Porto Alegre (1869), foram construídos em alvenaria, a exemplo do Mercado da Candelária.



Figura 18 – Mercado Público de Florianópolis. Fonte: Eduardo Schumacher.

A partir dos aportes históricos destacados, entendemos todos os espaços de comércio apresentados como geradores de espacialidade porque, inicialmente, reuniam pessoas e produtos, em lugar de fácil acesso, com objetivo único da troca e que, gradativamente, começam a se organizar, construindo as condições físicas de suporte para que a atividade comercial se tornasse uma referência; e quando isso aconteceu, outras funções foram sendo integradas a este contexto, resultando, cada vez mais, em uma concentração maior de pessoas, de produtos, de serviços e de idéias.

1.2. Aportes Teóricos: Função e Forma nos Espaços Comerciais

Quase a totalidade das atividades que realizamos necessitam de um local especializado que abrigue as funções concernentes a elas.

Marco Vitruvius (25 a C.), desde a Antiguidade, acreditava que a arquitetura deveria proporcionar utilidade, solidez e beleza. Para fins do presente trabalho, escolhemos estudar a utilidade, mais precisamente, investigar como funciona um edifício de mercado. E para tanto, precisamos esclarecer o que entendemos por função.

Por definição, função é a adaptação objetiva do espaço arquitetônico, visando uma solução estética e prática para as atividades e necessidades humanas (Ferreira, 1993). Além disso, entendemos que não há edifício destinado a cumprir uma função somente. A maioria dos edifícios contém uma hibridez de funções essencialmente utilitárias e simbólicas. Como funções utilitárias temos as funções pragmática e sintática e como função simbólica, temos a função semântica. O desígnio proposto está em discorrer sobre as diferentes categorias de funções encontradas nos espaços comerciais, bem como sobre as variáveis que sugerem os domínios da forma que assinalam tais espaços.

Se todo edifício representa uma função principal na paisagem, seja ela natural ou construída, sem uma função original e principal, o edifício não existiria. É precisamente a combinação de no mínimo duas funções que cria o ambiente do lugar. Estas funções referem-se ao lugar, ao conteúdo e ao programa, descrevendo a situação específica do edifício estudado, a fim de entendê-lo de uma maneira integralizadora. Contemplaremos aqui três categorias de funções desempenhadas pelos espaços varejistas. Primeiramente a Função Sintática, que irá apresentar as especificidades e a intensidade das relações estabelecidas entre o edifício e a cidade, ou, entre o edifício e o seu contexto imediato. Em seguida a Função Semântica, que irá apresentar os diferentes significados que o edifício reúne e o que eles representam para a sociedade e, por último, a Função Pragmática, que irá estudar as relações dos edifícios com seus usos.

A identidade formal, sintetizada a partir da costura entre as diferentes funções anteriormente enumeradas, é o assunto a ser trabalhado na sequência. Assim, concentrados na individualidade que a forma imprime no espaço, examinaremos a tipologia dos Mercados, e os Tratados de Arquitetura de, J. N. L. Dürand, e

Louis Cloquet que codificaram tais edifícios, e em seguida a Composição e a Decomposição da forma arquitetônica dos espaços comerciais.

1.2.1 Função Sintática

“A arquitetura tem um sério compromisso com o local onde o edifício é construído; há um sentido de adequação ao lugar, de conjunto, de casamento com o meio ambiente, que cresce com o tempo, e que praticamente impede que possa ser repetido, sem prejuízo, fora da sua localização original.” (Stroeter, 1986. p.103).

Propor o estudo das relações entre os edifícios e seu entorno, e entre eles e a cidade, é um dos aspectos que sugere a Função Sintática. A dialética entre espaços construídos e não construídos, a convergência de edifícios cujas funções não se assemelham (como por exemplo um Mercado ao lado de um Templo), a permeabilidade de acesso favorecida pela ligação de determinados edifícios diretamente com a rua (facilitando o tráfego e o trânsito de pessoas), resumem o panorama formal dos principais centros urbanos, organização que perdura nas estruturas urbanas atuais.

A seguir analisaremos duas situações urbanas distintas. A primeira situação corresponde a Priene, cidade helenística planejada com traçado em retícula, século III ou IV a C, e Roma, cidade espontânea, século VII a C.

A escolha destas cidades vem de encontro, tão somente, com a necessidade de aplicação de uma metodologia de análise da sintaxe espacial, inspirada nas propostas de Gordon Cullen e Philippe Panerai, à uma situação exemplar destinada ao comércio.

É reconhecível a característica em termos de escala que o edifício assume, no que se refere à grandiosidade ou à monumentalidade¹⁶ em relação ao seu entorno, possibilidade determinada, também, pela singularidade do edifício ou pelo sombreamento dele em relação ao contexto que o abarca.

Invariavelmente, nos espaços de comércio ocorre uma correlação, ou conforme mencionou Gordon Cullen (Cullen, 1993. p.10), uma arte do relacionamento, entre o edifício e o meio circundante, em razão do enredo de diferentes elementos e situações urbanas que concorrem para a criação de um ambiente distintivo. Entretanto, em razão da lógica da formação do espaço urbano com seus aspectos particulares, principalmente em termos de posicionamento dos espaços públicos, podemos observar diferenças em relação ao caráter dos edifícios de comércio entre aquelas cidades, por exemplo.

Em termos gerais, a procura da integração entre cidade, organismo artificial, e ambiente natural, define o ato de construir dos gregos. A uniformidade das casas de moradia facilita o reconhecimento do caráter

¹⁶ Neste contexto, entendemos por grandiosidade a qualidade do edifício que se destaca mais pelo caráter do que propriamente pelo tamanho; e por monumentalidade, a qualidade do edifício que se destaca mais pelo tamanho do que propriamente pelo caráter.

grandioso dos recintos públicos e sagrados, assim como o caráter monumental define a arquitetura dos romanos. A delicadeza e sutileza da arquitetura e urbanismo gregos, contrapõem-se à monumentalidade romana, demonstrando força, capacidade técnica e realização. Gregos e romanos representavam os modelos possíveis de diálogo do edifício com o sítio, seja por integração ou seja por imposição.

Ilustrando esta assertiva, a partir da imagem reconstituída da cidade grega de Priene, percebe-se o caráter distintivo e grandioso da Ágora (A) local do comércio, dos Templos (B e E), do Ginásio (C), do Teatro (D) e do Estádio (F), inseridos em um tecido homogêneo formado pelas casas de moradia. A imagem torna reconhecível as áreas privadas, sagradas e públicas, inter-relacionadas por zonas de compressão e vazio, assinalando a qualidade do perfil urbano e a singularidade dos monumentos (Figura 19).

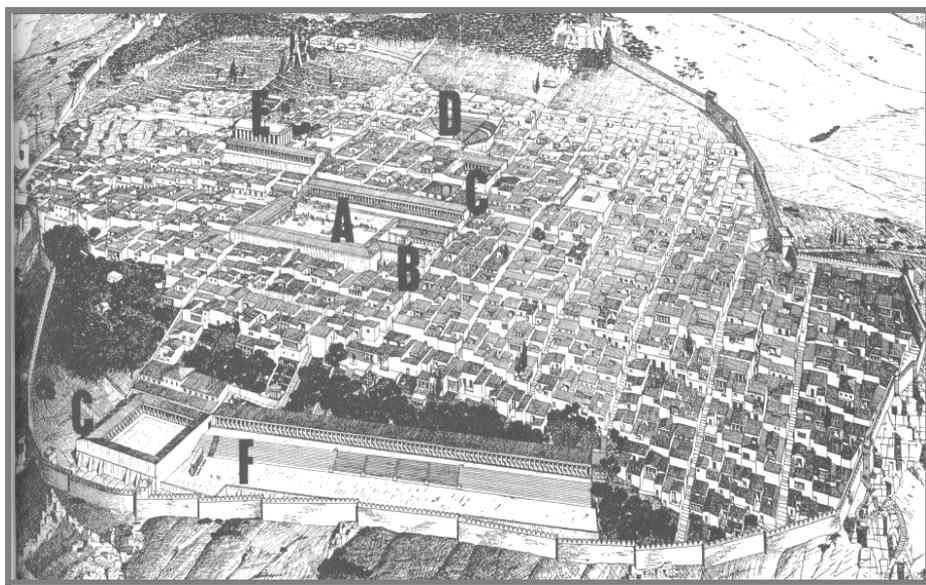


Figura 19 – Priene, Reconstituição. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.

Aproximando o foco ao plano da ágora, a partir de suas reconstituições, percebemos que o caráter distintivo torna-se claramente visível, a partir da sucessão de espaços entretecidos como: viscosidades, enclaves, recintos e pontos focais, que aliviam as possíveis tensões resultantes do aglomerado de equipamentos e elementos urbanos.

Segundo a classificação de Gordon Cullen, identificamos como **viscosidades**, os locais que simultaneamente são objetos de ocupação estática e de ocupação pelo movimento (A, B e F); **enclaves**, espaços interiores abertos para o exterior que permitem acesso livre e direto entre ambos (D), **recintos**, como uma síntese da polaridade entre a circulação de pessoas e veículos (C); e **pontos focais** os monumentos verticais de convergência (K) enumerados na figura abaixo (Figura 20).

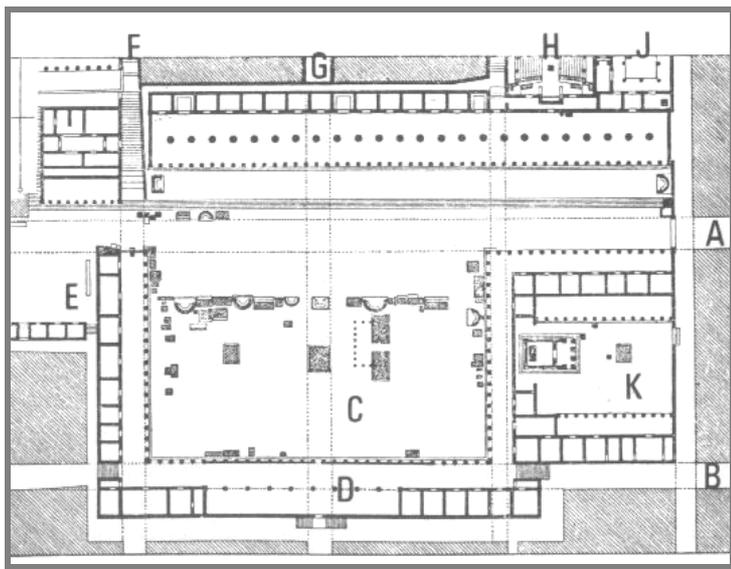


Figura 20 – Priene, Plano Ágora. Fonte: A. E. J. Morris, 1984.

A e B= Ruas; C= Praça; D= Stoa Sul; E= Mercado de Carnes e Pescado; F= Escada;
G= Stoa Norte; H= Bouleuterion; J= Prytaneion; K= Templo de Zeus.

Na seqüência, percebe-se através da imagem reconstituída de parte do centro da cidade de Roma, seu caráter monumental. Aqui, o espaço é concentrado e maciço. A monumentalidade é obtida pela saturação de construções de dimensão excepcional. É o crescimento por acumulação de volumes cilíndricos, semi-esféricos, prismáticos, produzindo uma imagem de grande intensidade arquitetônica mas que comprime o tecido urbano, gerando tensões e o caos visual (Figura 21).

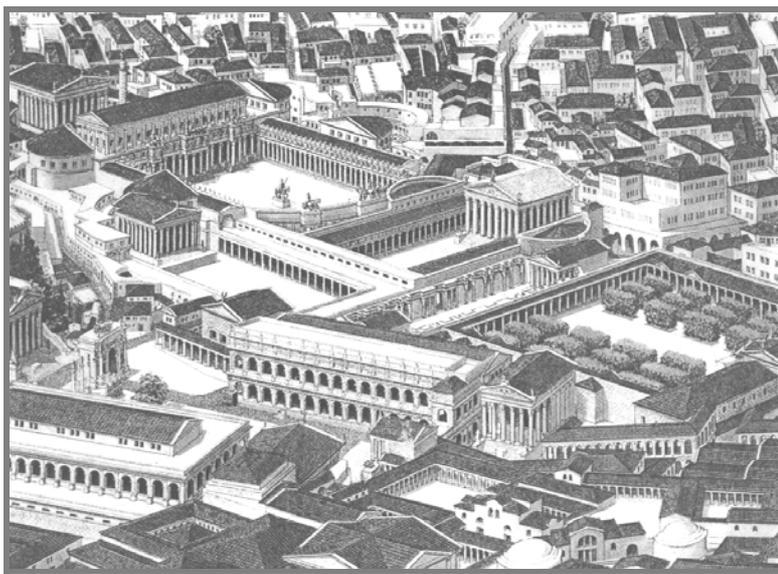


Figura 21 – Parte do Centro de Roma, Reconstituição. Fonte: Peter Connolly, 1998.

Contribuem para a sensação de compressão, o congestionamento de construções próprio dos foros, o traçado labiríntico das ruas que os circundam, tornando incompreensível a identificação das viscosidades e dos enclaves, embora perceba-se com mais facilidade os recintos (E, G, K, J) e os pontos focais (A, B, C, D, H, L), que no caso do foro compreendem os pátios, os templos e os monumentos, respectivamente localizados abaixo (Figura 22).

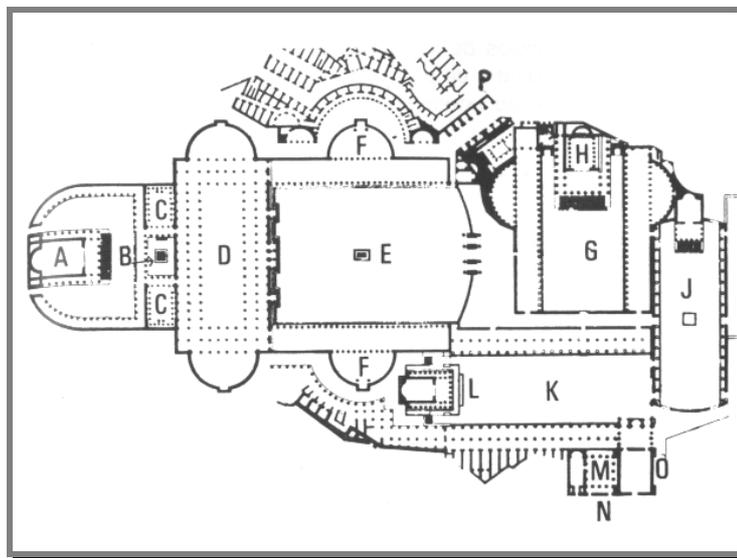


Figura 22 – Roma, Plano Foro. Fonte: Peter Connoly, 1998.

A= Templo de Trajano; B= Coluna de Trajano; C= Biblioteca; D= Basílica; E= Foro Trajano;
 F= Exedras; G= Foro de Augusto; H= Templo de Marte; J=Foro de Nerva;
 K= Foro de César; L= Templo de Vênus; M= Curia ; N= Comitium; O= Argiletum;
 P= Mercado de Trajano.

Valendo-se dos exemplos anteriores, examinaremos a intensidade das relações entre os domínios exteriores e interiores da Ágora de Priene e do terceiro nível do Mercado de Trajano em Roma, em separado, enumerando os níveis intermediários¹⁷, e os espaços entretecidos¹⁸, a fim de verificar o resultado das relações espaciais. Na seqüência, tal metodologia será repetida também no Mercado de Jaguarão (Figura 24), a fim de demonstrar o método proposto, tomando como exemplo uma situação conhecida.

Para efeitos metodológicos, convencionou-se: Se o quociente entre o número de espaços intermediários e entretecidos for superior ou igual a 3; será estabelecida uma relação de Tranqüilidade local; e se o mesmo quociente, for inferior ou igual a 2, será estabelecida uma relação de Tensão local.

¹⁷ Entende-se por nível intermediário qualquer plano de separação que represente limite, visual e físico, entre os espaços externo e interno.

¹⁸ Entende-se por espaços entretecidos aqueles que fazem a ligação entre o espaço interior e exterior.

Caso 1 Ágora de Priene: Sentido de percurso Indicado na Figura 20 (de D a G)

Módulos espaço interior	Porta, Galeria, Escada	Plataforma, Escada, Rua Principal, Praça espaço exterior	Escada, Galeria, Porta	Módulos espaço interior
-----------------------------------	---------------------------	--	---------------------------	-----------------------------------

Do espaço exterior ao espaço interior:

- Número de níveis intermediários: 3 (2 Portas, 2 Galerias, 2 Escadas)
- Número de espaços entretecidos: 1 Enclave (2 Galerias)
- Resultado relações espaciais: (3/1 = 3) Tranquilidade local

Caso 2: Mercado de Trajano (3º Nível): Sentido de percurso Indicado na Figura 23

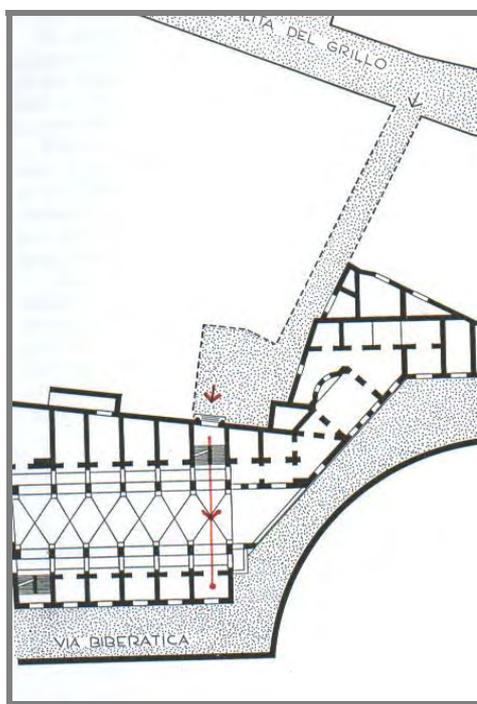


Figura 23 – Mercado de Trajano. Planta do Terceiro Nível. Fonte: Wasmuth, 1969.

Salita del Grilo espaço exterior	Porta, Escada	Nave Secundária, Nave Principal, Nave Secundária, Módulo espaço interior
--	---------------	--

- Número de níveis intermediários: 2 (Porta e Hall da Escada)
- Número de espaços entretecidos: 1 (Escada)
- Resultado relações espaciais: (2/1 =2) Tensão local

Caso 2: Mercado de Jaguarão: Sentido de percurso Indicado na Figura 25

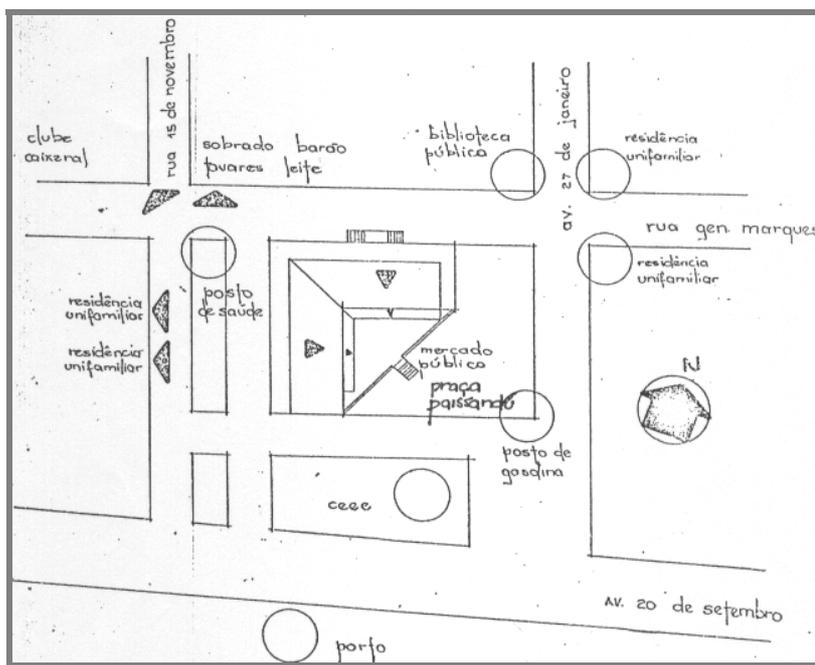


Figura 24 – Croqui da Implantação Mercado Público de Jaguarão. Fonte: Projeto Jaguar, 1983.

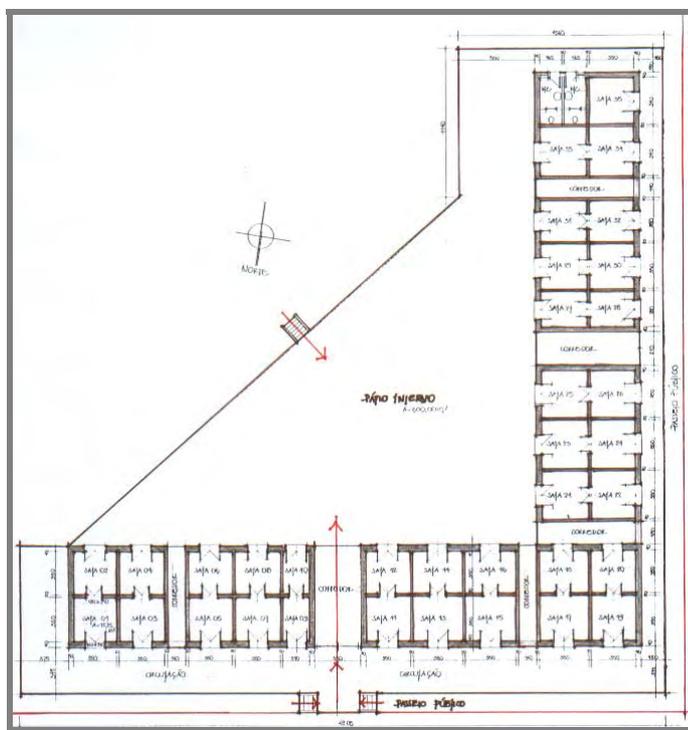


Figura 25 – Planta Baixa Mercado Público de Jaguarão. Fonte: Prefeitura Municipal de Jaguarão, 1999.

**Rua General
Marques, Passeio**
espaço exterior

Escada, Plataforma,
Porta

**Vestíbulo Lojas,
Porta, Pátio interno**
espaço interno

Portão, Escada

**Passeio, Praça
Paissandú**
espaço exterior

Da Rua General Marques ao espaço interno:

- Número de níveis intermediários: 3 (2 Escadas, Plataforma, Porta, Portão)
- Número de espaços entretecidos: 2 (Plataforma e 2 Escadas)
- Resultado relações espaciais: $(3/2 = 1, 5)$ Tensão local

Da Praça Paissandú ao espaço interno:

- Número de níveis intermediários: 2 (2 Escadas, Plataforma, Porta, Portão)
- Número de espaços entretecidos: 1 (Plataforma e 2 Escadas)
- Resultado relações espaciais: $(2/1 = 2)$ Tensão local

Analisando-se os resultados, supõe-se que a continuidade que existia entre o espaço externo, praça, e o interno, módulos comerciais das stoa, sugerida a partir da reconstituição da Ágora de Priene, poderia traduzir uma situação de Tranquilidade local, identificada através de dois níveis intermediários e um espaço entretecido. Tal configuração espacial, que assinalava de forma gradual a passagem entre o nível exterior e o interior, poderia indicar que havia uma interação maior entre o lugar do comércio, Ágora, e a cidade de Priene.

Em contrapartida, a contigüidade que existia entre o espaço externo, rua, e o interno, terceiro nível do Mercado de Trajano (Figura 24), poderia traduzir uma situação de Tensão local, identificada através de um nível intermediário único, a porta de acesso. A ruptura repentina entre o domínio exterior e interior e a concentração do lugar do comércio em um espaço fechado, poderia sugerir certa alienação deste em relação à cidade.

Resultado diferente encontramos no Mercado de Jaguarão. Em razão da configuração geométrica, tivemos uma diferença no valor de tensão, considerando que foram analisados dois sentidos de percurso diferentes. À medida que aumentava a dificuldade em transpor os espaços até chegar no interior, diminuía ainda mais, o quociente de tensão.

Completadas as análises das funções sintáticas propostas, através da aplicação do método em duas reconstituições e em uma situação existente, concluímos que: a função sintática, que analisa os percursos responsáveis pela integração do edifício, domínio interno, ao seu entorno imediato, domínio externo, pode estabelecer que, quanto mais estreitas forem estas relações entre os domínios, maior deverá ser a tensão local, e do contrário, quanto mais amplas forem estas relações, maior será a placidez e a integração entre os domínios.

1.2.2 Função Semântica

“Você não reparou, nos seus passeios pela cidade, que dentre os edifícios que a povoam, uns são mudos, outros falam, e outros ainda, que são os mais raros, cantam?” (Paul Valéry, 19--).

O edifício sempre significa algo mais para a sociedade do que sua simples presença. A função semântica estuda a relação entre os edifícios e seus significados, ou melhor, analisa o projeto em torno das idéias que o geraram e das idéias que a edificação transmite, alheias ao universo estrito de seus ajustes formais ou de seus programas de necessidades.

A arquitetura é arte que comunica, também, através daquilo que simboliza. Conota idéias. Mas a arquitetura representa também um estigma, que é a concretização de um costume, de uma época, de um povo, de uma cultura. O valor simbólico e significativo de certas construções, dá lugar a uma reflexão sistemática sobre o sentido que adquire o fato arquitetônico. Os edifícios não vivem somente por aquilo que tem de visível, de físico, mas também pelo que transmitem à sociedade. O valor simbólico da arquitetura é encontrado, portanto, não só no edifício e nas suas relações com outros edifícios, mas na relação entre o edifício e quem o usufrui, dependendo, portanto, do ponto de vista de quem o vivifica.

O que a Função Semântica proporciona, é a aproximação do imaginário humano à realidade, não somente a partir da descrição do espaço sob o ponto de vista físico, mas sobretudo sob o ponto de vista figurado.

A fim de extrair do fato arquitetônico a sua carga semântica, escolhemos três exemplos de espaços varejistas orientais, os bazares, os caravançarais, e os Mercados, por razões que incluem a perenidade de espaço e tempo que envolvem tais equipamentos, bem como a estreita relação étnica e cultural existente entre eles. Para tanto, sob a ótica da Função Semântica, introduziremos no discurso alguns trechos de obras literárias que descrevem circunstâncias cujo foco encontra-se na impressão que tais espaços transmitem às pessoas, ou foco subjetivo, e a seguiremos, com a interpretação do significado de cada parágrafo, a partir do foco objetivo deste trabalho.

FOCO SUBJETIVO

“No bazar dos sapateiros, por exemplo, mal se podia entrar; havia sacos e caixas, com mercadorias, amontoados nos pátios das estalagens. Forasteiros damascenos, com imensos turbantes coloridos, ostentando nas cinturas suas armas, caminhavam descuidados, olhando com indiferença para os mercadores. Sentia-se um cheiro forte de incenso, de quife e de especiarias. Vendedores de favas discutiam, quase se agrediam, proferindo pragas tremendas em sírio. Um jovem guitarrista mossulense, sentado sobre grandes sacos de melancia, cantava uma toada monótona e triste: (...) Vendedores, nas portas de suas tendas, apregoavam suas mercadorias, exaltando-as com elogios exagerados e fantasiosos, no que é fértil a imaginação dos árabes.” (Tahan, 2002, p.46).

FOCO OBJETIVO

Apesar da suposta organização espacial do bazar, que seria determinada pelo zoneamento funcional, o teor semântico da primeira sentença está justamente na descrição do caos, que se estabelece tanto no domínio interior, dentro de cada *suck*, quanto exterior, a partir da convivência pacífica de grupos opostos nos limites do bazar, considerado um local neutro e sagrado entre os comerciantes que competem entre si o contato direto com os clientes; entre a infinidade de produtos que, misturados, geram atmosferas de aromas, de cores, de sons e paladares; e dentro da própria atividade comercial, enquanto venda de produtos, serviços e idéias.

FOCO SUBJETIVO

“Entrei. No meio da pequena sala, mal iluminada, forrada de tapetes amarelos, avistei um homem alto, pálido, de barbas grisalhas, que se dirigiu para mim vagarosamente. No seu semblante havia cansaço e esse não sei que de misterioso notado em todos quantos mercadejam com a magia. Era o famoso feiticeiro hindu. Os marroquinos do bairro, com aquela precisão com que o vulgo geralmente apelida os tipos populares, haviam-no denominado o mercador de sonhos.” (Tahan, 2002. p. 23).

FOCO OBJETIVO

Nesta segunda sentença temos a caracterização de uma tenda do bazar, carregada de significações relativas ao oculto e ao desconhecido. A partir da descrição de um espaço exíguo e sombrio, o imaginário é remetido a um cenário característico, onde se comercializam ilusões. Somando-se a isso, a presença humana enigmática transferida para o espaço, aumenta sua carga semântica.

FOCO SUBJETIVO

“Quando a cidade começava a se movimentar, ainda cedo, passamos em frente a um caravançaraí cuja placa em letras bem desenhadas informava, em inglês: **Artisan Development Center** (Centro de Desenvolvimento Artesão). Os portões de ferro artisticamente retorcidos estavam fechados. A antiga hospedaria compunha-se de um enorme pátio central e um prédio de dois andares ao redor. Várias portas de madeira trabalhada e bem conservadas, ainda trancadas, sugeriam ser cada uma delas uma pequena loja ou um ateliê. O lugar merecia ser explorado. Andamos mais uns trinta minutos e voltamos para lá.” (Caldas, 2002. p.122).

FOCO OBJETIVO

Percebe-se, claramente nesta sentença, o sentido de monumentalidade impregnado na descrição do espaço: portões de ferro; enorme pátio; prédio de dois andares; ao redor, várias portas; bem como a transcrição do nome do lugar, originalmente em inglês, traduzido imediatamente para o português. O sentido de

espaço comum e espaço privado também é demonstrado no texto através das passagens: “portões fechados” e “o lugar merecia ser explorado”.

FOCO SUBJETIVO

“Os dias em Kashgar estavam ficando cada vez mais longos e intensos. No dia seguinte, ainda de madrugada, seguimos para as margens do lamacento rio Tuman, onde num imenso descampado acontece o Mercado de Domingo de Kashgar. (...) Essa grande feira é a maior de toda a Ásia e, há séculos, uma das mais famosas na região. O cenário parece extraído do Livro das Maravilhas, de Marco Polo.(...) Um turbilhão de gente, que dizem somar cem mil pessoas, desembarca todos os domingos em Kashgar para comprar ou vender produtos. Juntam-se à população local de duzentas mil pessoas, que também se reúne no mercado. (...) Vende-se como no tempo de Marco Polo, de tudo. Há especiarias das mais variadas, tapetes persas, camelos bactrianos, aves, jóias, remédios caseiros, blocos de sal, seda das mais finas e uma infinidade de bois, cavalos e carneiros. Montam-se barbearias e clínicas dentárias ao ar livre. Faz-se muita comida, lê-se a sorte e domestica-se cavalos em exposições públicas.”(Caldas, 2002, p.216).

FOCO OBJETIVO

Em cada entreposto comercial encontram-se agrupadas uma infinidade de tendas, reunidas segundo os artigos que nela se vendem. A carga semântica desta sentença está no caráter social, aqui representado tanto pela importância da atividade comercial geradora de espacialidade, por isso estrategicamente localizada, quanto pela multiplicidade de atividades que confluem para os domínios do Mercado e transcendem a atividade comercial.

FOCO SUBJETIVO

“Quando você entra num Bazar, seus sentidos são assaltados por milhares de odores dos mais variados condimentos, seus olhos perdem-se num colorido infinito e seus ouvidos são preenchidos por um burburinho que se completa por sons das ofertas anunciadas em alto e bom tom. Você pode sentir o gosto de pó na ponta da sua língua e até ser tocado pelos vendedores ávidos para fazer contato. Mas quanto mais avançar neste labirinto, mais deixar-se-á levar pelo fluxo. Mais do que estímulo sensorial, os recém-chegados são intoxicados pela atmosfera única do Bazar.” (Vargas, 2001, p.109).

FOCO OBJETIVO

Nesta última sentença temos a carga semântica totalmente direcionada para as sensações que são despertadas no indivíduo, simultaneamente, quando da aproximação e entrada deste no espaço bazar.

A partir da proposta apresentada durante a análise da carga semântica dos bazares, entendemos que a importância da carga utilitária do bazar, enquanto espaço de comércio, é equivalente à sua carga simbólica; por exemplo: há uma mescla de organização (a partir da setorização dos produtos no bazar) e caos (através da proximidade das tendas, da quantidade de pessoas circulando, da estimulação dos sentidos), e ainda, há um clima de mistério (relacionado ao imaginário do espaço), e de fantasia que, mesmo sem nunca ter estado em um bazar, se consegue, facilmente, se transportar para aquela realidade.

1.2.3 Função Pragmática

“Tudo que surgir ou for criado deve, por necessidade, ser criado devido a alguma causa, pois sem uma causa nada pode ser criado.” (Stroeter, 1986, p. 35).

Cada edifício abriga uma atividade. Deve ser dimensionado para tal, situar-se em um local adequado, atender às exigências da função. Esta função, a de abrigar uma atividade, chama-se Função Pragmática. A Função Pragmática estuda as relações dos espaços com seus usos a partir da acomodação de uma determinada atividade a um espaço específico.

Dado um programa construtivo, poderá haver ainda exigências específicas para os diferentes tipos de espaços que: encerram funções exclusivas ou que exijam formas exclusivas, que permitam flexibilidade de uso, que sejam singulares e únicas em sua função ou significado, que exerçam funções semelhantes, podendo ser agrupados em conjunto ou repetidos em uma seqüência linear (Ching, 1998).

A relação, pois, entre o conteúdo do programa e a organização do espaço, é o assunto a ser tratado a seguir.

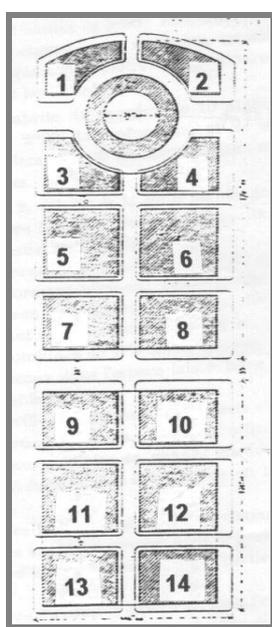
“O atendimento das necessidades e aspirações expressas pelo programa, assim como daquelas que estão sempre nele implícitas, constitui o objeto principal da realização do edifício. O programa define, portanto, as finalidades do espaço arquitetônico.” (Graeff, 19--., p.19).

Dois exemplos de espaços comércio serão estudados separadamente sob a ótica da Função Pragmática, mais especificamente o *Les Halles* de Paris (Figura 26) e o *Filarete* de Florença (Figura 28).

A palavra *Halle*, do Francês, designa os edifícios de Mercado originalmente especializados e cobertos com um ou mais blocos, construídos a partir do Século XIII; o *Les Halles* de Paris tem vários blocos e foi construído no século XIX. *Filarete* era um tipo de Mercado diversificado fechado, encontrado na Itália no século XIII.

Passaremos então a analisar os espaços envolvidos, através da organização funcional do edifício, definida a partir de seu programa de necessidades, relacionando-os com proposta analítica de Francis Ching (Ching, 1998, p.198-207), que apresenta os diversos arranjos espaciais, completando assim o estudo da organização espacial.

Observando o esquema gráfico do conjunto *Les Halles* de Paris, constatou-se, através do zoneamento por atividade, que seções de produtos ou serviços semelhantes agrupavam-se a cada dois pavilhões, idênticos na forma e tamanho, com exceção da Feira do Trigo. Logo, a organização do *halle* ficou assim constituída: dois pavilhões destinados à administração; um à feira do trigo; dois à aves e derivados; dois à carnes; quatro à horticultura (sendo dois em cada bloco diferente); dois à frutos do mar; e dois à derivado animal (Figura 26). Esta forma de organização espacial é denominada, conforme Ching, Organização Linear.



1 e 2	Anel Central	Bloco I	Bloco II
Administração	Feira do Trigo	3 = Salsicharia 4 = Aves Domésticas 5 e 6 = Carnes; 7 e 8= Frutas e Legumes	9= Frutas e Flores 10= Legumes e Verduras 11= Peixes 12= Ovos e Queijos 13= Ostras 14= Manteiga, Ovos

Figura 26 – *Les Halles*. Esquema gráfico. Fonte: Cloquet, 1900.

A organização linear consiste, essencialmente, em uma série de espaços repetidos, semelhantes em termos de tamanho, forma e função, que podem estar diretamente relacionados uns aos outros, como podem estar ligados através de um espaço linear distinto.

Em contrapartida, no ponto terminal, após a seqüência de pavilhões, empregou-se uma solução diferenciada para abrigar a feira do trigo e os edifícios administrativos, com função, formato e tamanho distintos.

Esta diferenciação serviu como barreira à sugestão de movimento direcionado que favorece as organizações lineares, e promove uma organização hierárquica no que diz respeito à distribuição das funções no conjunto (Figura 27).

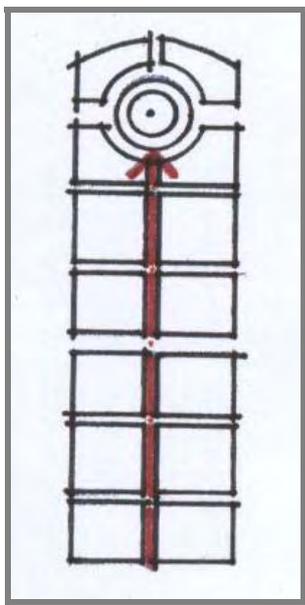


Figura 27 – *Halles Centrales*. Organização Espacial Linear. Fonte: Croquis da autora.

Analisando os esquemas acima, concluímos, que o programa específico de comércio de gêneros alimentícios do *halle* pode ter influenciado na escolha da organização linear, como estratégia compositiva, facilitando a resolução do problema através da repetição de pavilhões, interligados, cujas funções abrigavam atividades de comércio semelhantes.

Passaremos agora à análise da função pragmática do *Filarete*, mercado florentino, através de seu esquema gráfico (Figura 29).

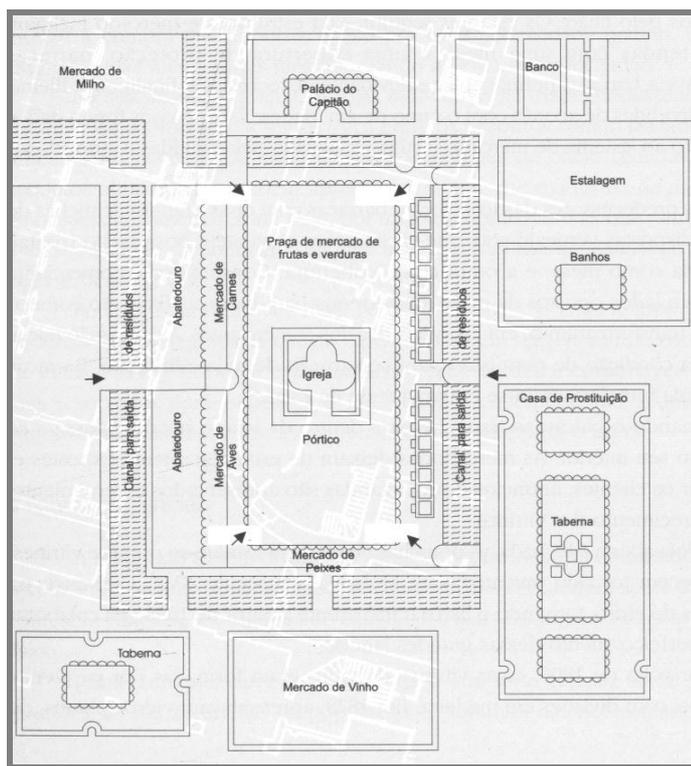
Ao observar o zoneamento das funções, verificadas no esquema em planta do *Filarete*, percebeu-se uma reunião de atividades: comerciais, religiosa, de moradia e serviços.

A lógica espacial iniciava-se a partir do centro, um retângulo para barracas e bancas cercado por galerias com colunatas, onde se localizava a igreja e o mercado de frutas e verduras. Atrás das galerias distribuíam-se os abatedouros, mercados de peixes, aves e carnes, mantendo este último, uma ligação direta com o mercado do milho. Um canal circundante servia para esgotar os resíduos resultantes das atividades.

Dando continuidade a esta disposição, arranjaram-se na porção norte, o palácio do capitão, o câmbio, a estalagem e os banhos, e na porção sul, o prostíbulo, o mercado do vinho e as duas tabernas.

Não se estabeleceu, neste caso, uma seqüência de espaços ordenados com uma função comum, venda de gêneros alimentícios, mas uma organização aglomerada orientada em torno de um volume de espaço central dominante, embora abrigando com funções comerciais distintas. Percebeu-se claramente que, no arranjo todo, a função comercial prevaleceu, seguida pela prestação de serviços.

A organização aglomerada é baseada na proximidade física, para relacionar os espaços uns com os outros. Consiste, neste caso, em espaços celulares aproximados conforme uma característica visual ou funcional comum.



Comercial	Religiosa	Moradia	Serviços
Mercado de Milho	Igreja	Palácio de Capitão	Câmbio
Mercado de Carne			Estalagem
Mercado de Aves			Banhos
Abatedouros			Prostíbulo
Mercado de Peixes			
Mercado de Frutas			
Mercado de Vinhos			
Tabernas			

Figura 28 – *Filarete*. Esquema em Planta. Fonte: Vargas, 2001.

Com isso concluímos: uma vez que o padrão não se origina de um conceito geométrico rígido, esta forma de distribuição gerou uma organização mais flexível, embora não se possa identificar com facilidade a

noção de direção e lógica espacial verificada na organização anterior, entretanto, em razão do uso comercial ser preponderante e localizado basicamente na posição central, pode-se sugerir um ganho de hierarquia deste em relação os demais núcleos. Vejamos o esquema gráfico do *Filarete* florentino, a partir do qual onde é possível visualizar o padrão aglomerado (Figura 29).

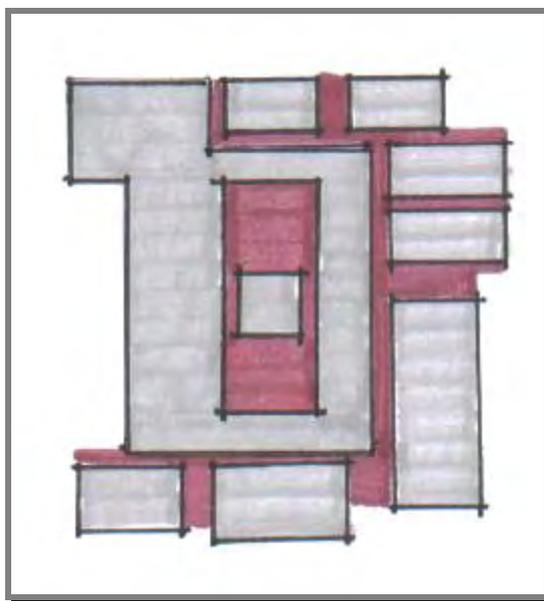


Figura 29 – *Filarete*. Organizações Espaciais. Fonte: Croquis da autora.

1.2.4 A Forma Codificada

Apresentar determinados conceitos a fim de definir grupos tipológicos é o trabalho a ser desenvolvido a seguir. Partiremos inicialmente em busca de um referencial teórico que fundamente os parâmetros de análise para a definição das tipologias, finalidade desta investigação. Para o ensaio escolhemos o exemplar gerador de padrões tipológicos, o *Les Halles*, de Victor Baltard.

“Há uma coisa mais importante que as mais belas descobertas: o conhecimento do método pelo qual são feitas.” (Leibniz *apud* Stroter, 1986, p.143).

A questão do reconhecimento tipológico vem sendo tratada ao longo da história e teoria da arquitetura desde o século XVIII e XIX, quando Quatremère de Quincy, estudioso francês, sistematizou as primeiras noções de tipologia em arquitetura.

"(...) a arte de construir corretamente nasceu de um germe preexistente. Para tudo é necessário um antecedente; nada, em qualquer gênero, provém do nada, e isso deve ser aplicado a todas as intervenções humanas. Vemos também que todas as coisas, a despeito de modificações posteriores, conservam de maneira sempre visível, sempre evidente ao sentimento e à razão, seu princípio elementar. (...). Eis o que devemos chamar tipo, em arquitetura, como em todas as outras invenções e instituições humanas." (Quincy, 1980. p. LVIII, LIX).

Para Quatremère, somente retornando continuamente ao tipo, a razão original do objeto, era possível evitar os "descaminhos da arquitetura".

Por outro lado, foi justamente calcado no processo de simplificação geométrica, ou na busca do "princípio elementar", que J. N. L. Durand estabeleceu um método de projeto compositivo baseado no arranjo das partes componentes do edifício, muito embora este método já houvesse sido trabalhado por outros tratadistas sem o mesmo aprofundamento.

"Não devemos nos esforçar para tornar um edifício agradável, já que, se houver unicamente a preocupação como preenchimento dos requisitos práticos é impossível que não se torne agradável. (...) Tampouco devemos buscar a variedade, o efeito ou o caráter nos edifícios, posto que é impossível que o arquiteto não tenha tido no mais alto grau todas essas qualidades quando, fazendo uso somente dos verdadeiros meios desta arte, tenha lhes dado tudo que a eles faz falta, nada mais do que o necessário. É portanto, apenas da disposição que deve se ocupar o arquiteto (...)." (Durand *apud* Martínez, 1990. p. 95).

Durand executa seu método através da decomposição sucessiva da forma arquitetônica, num processo dedutível, reduzido a um esquema gráfico mínimo, chamado "princípio elementar". O referido autor exemplifica graficamente as quatro etapas que compreendem o método projetual na prancha 21, do livro *Précis*, intitulada "*Marche a suivre dans la composition de un projet quelconque*", ou seja, seqüência a seguir na composição de um projeto qualquer, valendo-se do projeto da Academia de Artes da França, de autoria de Charles Percier (1786). Em planta baixa, define-se primeiramente os traçados reguladores das circulações e arcadas, em seguida, os das paredes e muros, depois os traçados principais e secundários e, por último, os traçados principais, ou o "princípio elementar"(Figura 30).

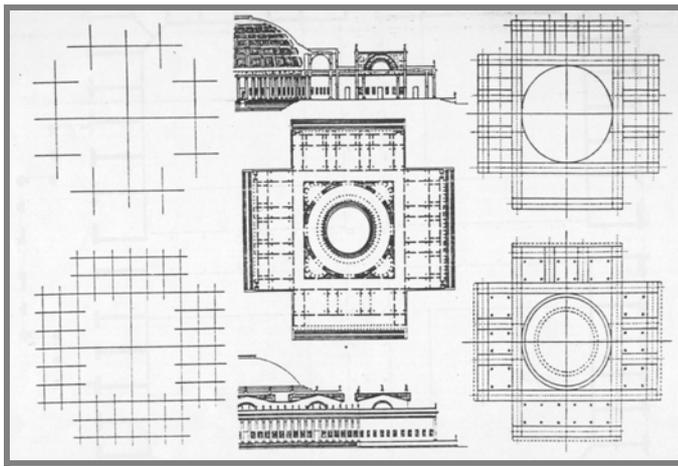


Figura 30 – Durand, Método Projetual. *Marche a suivre dans la composition de un projet quelquonque*. Fonte: Durand apud Schlee, 1990.

O processo, cujo interesse é a composição e o programa, resume-se em um método para se chegar ao projeto como produto, como resultado. Tal critério tipológico serviria para organizar várias categorias formais, estruturais ou organizacionais de objetos para que se mantivessem constantes.

Como resultado, Durand descreve o partido de seu Mercado ideal, produto de seu método compositivo, um grande vão central abobadado rodeado por construções que o limitavam por meio de arcadas sobre colunas, onde o pavimento térreo seria destinado ao comércio e os pavimentos superiores ao depósito de grãos, já que, segundo seus estudos, os Mercados existentes até o século XVIII estavam fadados à obsolescência.

Não obstante, desde 1771, o arquiteto J. F. Blondel, em *Cours d'Architecture Civile*, já havia defendido que os Mercados existentes até 1770, mesmo os mais novos, eram totalmente inadequados, demonstrando um modelo de mercado ideal: um edifício com pórticos rodeando zonas ao ar livre, de acordo com o *Marché Saint Germain*, 1813, de sua própria autoria.

Observamos que ambos definiram como ideais os edifícios de mercado cujo agrupamento resultante era um vazio central associado aos edifícios circundantes por meio de galerias, o "Tipo Pátio", independente deste mesmo vazio estar ou não arrematado por coberta.

Mesmo com as idéias confluindo para um Tipo comum, em 1853, foi executado o *Les Halles* de Paris, projeto de Victor Baltard, com partido arquitetônico aparentemente diferente das propostas afinadas e codificadas por aqueles arquitetos, e que depois meio século, foi objeto de estudo de outro tratadista, cujo código apresentaremos a seguir.

Ocorre que a proposta original de autoria de La Clothe, 1784, (Figura 31), uma monumental composição simétrica de cinco edifícios quadrados e quatro absides, semelhante ao estilo grandioso de E. L. Boullé e formalmente coerente com os desígnios de Durand e Blondel, não chegou a ser construída, sendo substituída pela proposta "inglesa" de Victor Baltard, cujo projeto não foi executado na íntegra (Figura 14).

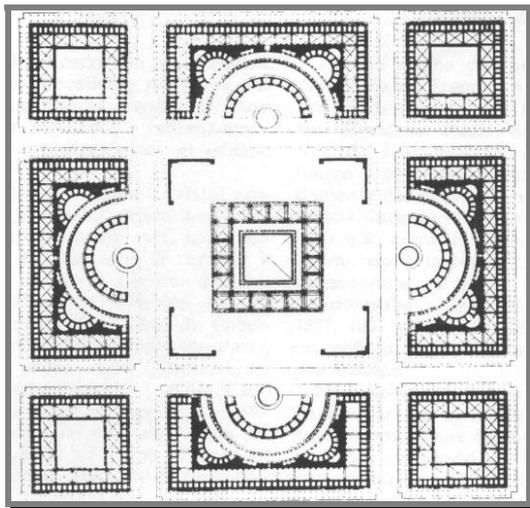


Figura 31 – Projeto para Mercado Paris. Fonte: Pevsner, 1979.

Dado o enfoque compositivo de Durand, passaremos à visão tecnológica e racionalista da construção dos edifícios de Mercado, proposta a partir de agora pelo tratado de Cloquet.

Louis Cloquet foi outro tratadista que teve uma produção teórica significativa, dedicando parte de seus estudos aos edifícios de Mercado, especialmente o *Les Halles*, trabalho documentado através do seu *Traité d'Architecture* publicado em 1900. O tratado de arquitetura dividia-se em cinco volumes:

- *Tomo I:* Elementos de Arquitetura (muros, abóbadas e arcadas)
- *Tomo II:* Elementos de Arquitetura (portas, janelas, chaminés, carpintaria, marcenaria, pisos, escadas, telhados e coberturas)
- *Tomo III:* Higiene, Aquecimento e Ventilação
- *Tomo IV:* Tipos de Edifícios (habitações privadas e coletivas, entrepostos, mercados e matadouros, bolsas e bancos, escolas, bibliotecas e museus, prefeituras, administrações municipais e parlamentos, tribunais e prisões, hospitais e hospícios, estações ferroviárias, correios, teatros, panoramas, cassino, circos, cavalariças, banhos e lavanderias, tumbas e cemitérios)
- *Tomo V:* Estética, Composição e Prática da Arquitetura

Em *Halles et Marchés, Tomo IV*, Cloquet começa definindo Mercado como um lugar abrigado ou ao ar livre, suas primeiras disposições referentes ao Tipo, destinado à venda de mercadorias e objetos necessários à sobrevivência, localizado de forma a facilitar o acesso de vendedores e compradores.

Os edifícios de mercado tinham, segundo Cloquet, categorias diversas. Os temporários, destinados aos cultivadores que eventualmente faziam a venda de seus produtos, e os permanentes, ocupados pelos vendedores da cidade que diariamente disponibilizavam seus produtos ao público consumidor. Naturalmente, tais categorias de mercados estenderam suas particularidades à estrutura física de suas instalações. Os primeiros eram abrigados das intempéries, tinham suas empenas abertas com cobertura

aparente apoiada em pontaletes de madeira ou metal, e mercadorias expostas sobre cavaletes removíveis (Figura 32).

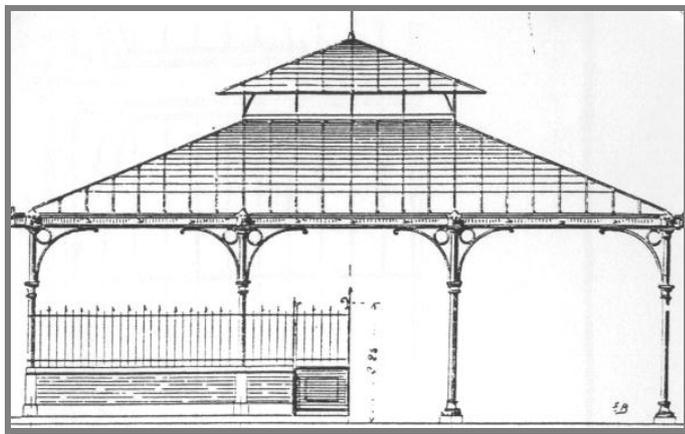


Figura 32 – Mercados Temporários. Fonte: Cloquet, 1900.

Já os mercados permanentes demandavam maiores cuidados (Figura 33). Eram igualmente abrigados, embora com fachadas parcialmente fechadas, e inclusive com expositores fixos desenhados de acordo com o produto a ser comercializado.

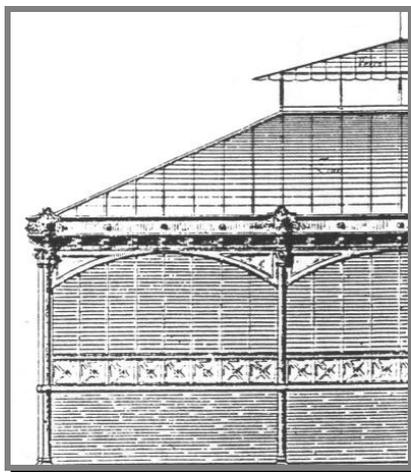


Figura 33 – Mercados Permanentes. Corte. Fonte: Cloquet, 1900.

O desígnio comum entre os dois edifícios é que ambos necessitavam de uma arquitetura simplificada, com ventilação permanente, coberturas que preservassem as mercadorias frescas, facilidade de acesso, e uma alimentação de água abundante.

Para evitar a insolação, a iluminação indireta através de brises verticais era preferível aos lanternins vitrificados. Ambos mercados foram executados primeiramente abertos, facilitando a entrada de

animais e carroças, sendo fechados posteriormente por gradis em ferro. Havendo fechamento lateral as empenas eram praticamente cegas, eram construídas em alvenaria de tijolos erguidos até 4 m de altura, seguidos de uma fileira de vidros fixos, arrematados por uma pele de venezianas em vidro fosco que protegiam da chuva e do vento mas que favoreciam a entrada de luz e ar.

Cloquet observou em seu tratado o *Les Halles*, descrevendo com certo detalhe o edifício exemplar (Figura 14). O projeto original constava de 12 pavilhões oblíquos no sentido longitudinal, ligados por uma rua coberta, e no sentido transversal por quatro ruas também cobertas com 15 m de largura e 15 m de altura, além de um edifício circular construído em pedra lavrada encimado por cúpula metálica, que serviria como feira para o trigo, a chamada *Halle au Blé*, um projeto sem precedentes. Um *boulevard* igualmente transversal, com 32 m de largura, separava em duas seções o conjunto dos pavilhões.

Cada pavilhão era sustentado por colunas, com suas empenas formadas por uma série de arcadas com 6m de intercolúnio e 8m de altura do chão à chave de abóbada. A cobertura de cada pavilhão, em lâminas de zinco, formava quatro águas e era dotada de lanternim, cuja cumeeira encontrava-se a 25m do solo. Como isolante térmico, era utilizado foros de madeira (Figura 34).

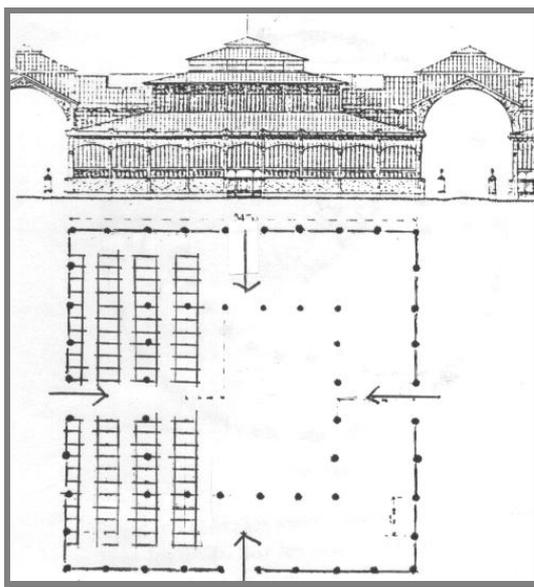


Figura 34 – *Halles* Planta de um Pavilhão. Fonte: Cloquet, 1900.

O abastecimento de água era feito por 40 fontes e a pavimentação, por uma fina camada de asfalto. Havia também um pavimento inferior cujo $\theta = -3.40$ m, uma espécie de galeria subterrânea de tijolos aparentes. Cada pavilhão do *Les Halles* era comparável ao tamanho dos mercados de bairro das grandes cidades e com os Mercados Centrais das cidades pequenas, comprovando sua monumentalidade.

Cloquet estimou ainda uma base de cálculo para implantação de um mercado, aproximadamente 1m^2 5000 habitantes, e com base no *Halles*, estabeleceu uma série de matrizes para os mercados.

As três primeiras matrizes relacionadas referiam-se aos mercados temporários e as duas últimas aos mercados permanentes. Vamos a elas:

- Matriz Primeira: Pórtico aberto dos dois lados, separados por um muro de $h = 2.50$ m, ao qual são encostados os módulos comerciais de $2\text{m} \times 2\text{m}$, delimitados por gradis de ferro rendilhados para não impedir a circulação de ar (Figura 35 a);
- Matriz Segunda: Planta retangular fechada em seus dois menores lados, com abertura central nos dois lados adjacentes, centro livre e módulos comerciais na periferia (Figura 35 b);
- Matriz Terceira: A exposição de mercadorias poderia ser disposta em dois lados ao longo da planta, com circulação central facilitada pelos acessos cruzados (Figura 35 c);
- Matriz Quarta: Esta matriz coincide com o edifício *Marché Saint Germain*, Paris. Planta quadrada, e esqueleto metálico aparente. Além disso, de 420 módulos comerciais ficavam dispostos ao redor do invólucro perimetral em forma de "U". Existência de porão de pedra e quatro pórticos que se abrem para quatro vias circundantes. O centro da planta é livre, ocupado somente por uma fonte monumental (Figura 36).
- Matriz Quinta: Utilizando melhor o espaço em relação à matriz anterior, esta proposta de planta retangular, permite a disposição de duas filas duplas de expositores concorrentes na parte central do edifício além de duas linhas simples encostadas nas duas fachadas, a exemplo do *Marché Saint Géry*, Bruxelas (Figura 37).

Das matrizes codificadas, observamos que é recorrente nos edifícios de mercado estudados o Tipo Pavilhonar que poderá ser mono ou polinucleado, neste último caso podendo ser explicado através do estímulo à construção destes edifícios, uma vez que a tecnologia da construção em ferro, nesta época pujante, favorecerá a construção em série.

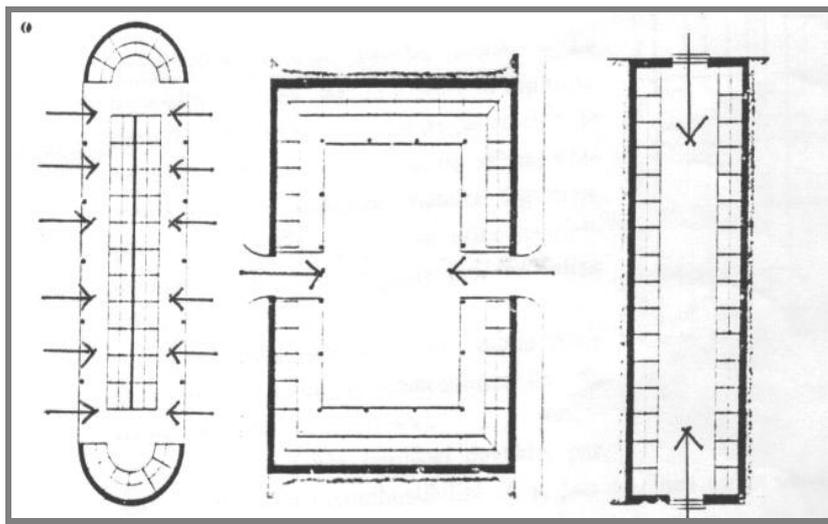


Figura 35 – a, b, c. Matrizes Pavilhonares. Fonte: Cloquet, 1900.

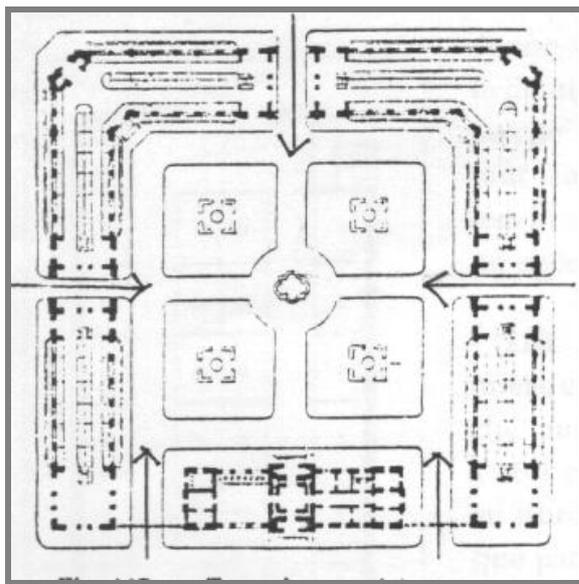


Figura 36 – Matriz com Pátio Central. Fonte: Cloquet, 1900.

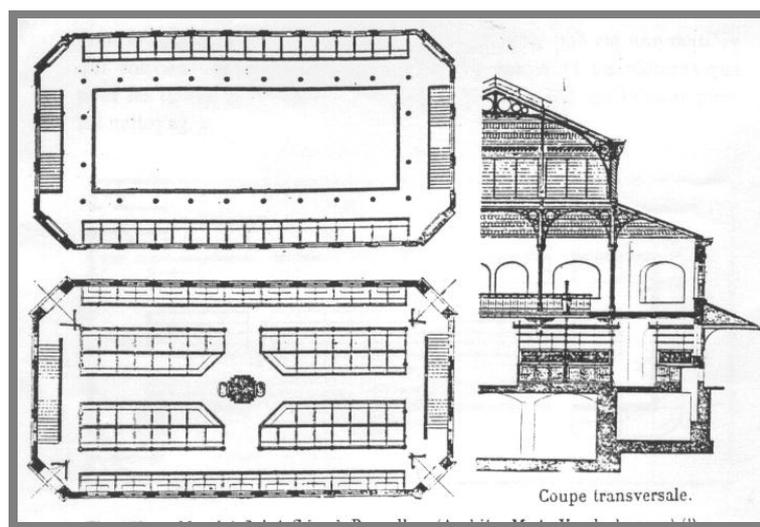


Figura 37 – Matriz Pavilhonar. Fonte: Cloquet, 1900.

1.2.4.1. A Decomposição da Forma

Baseado nas fundamentações teóricas dos Tratados de Durand e Blondel, que consideraram como ideal a matriz tipológica do Mercado com pátio central, aplicaremos a seguir o método projetual de

decomposição às propostas de Clothe, e Baltard; duas propostas que embora concorrentes, possuíam a mesma matriz tipológica, a fim de constatar se há correspondência com o “Tipo Ideal” de Durand, e em que nível esta correspondência se verifica. Na primeira proposta, consideraremos todo o conjunto edifícios, e na segunda proposta, consideraremos apenas um dos pavilhões do Halles (Figura 38 e Figura 39).

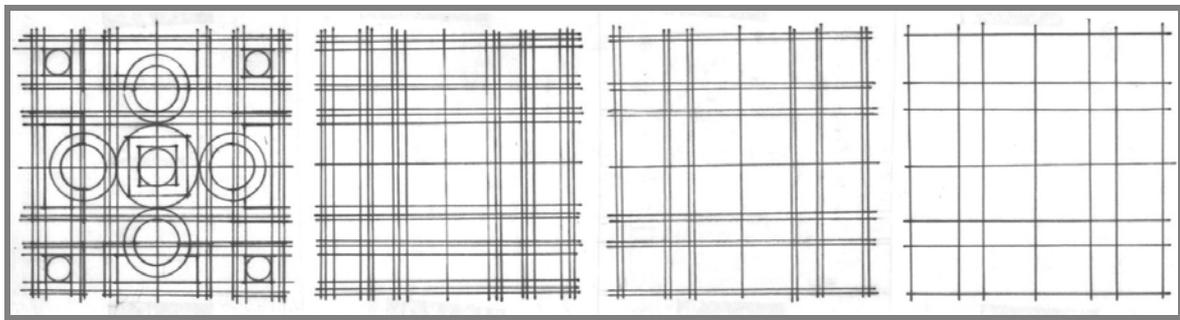


Figura 38 – Decomposição do Mercado de Clothe. Fonte: Croquis da autora.

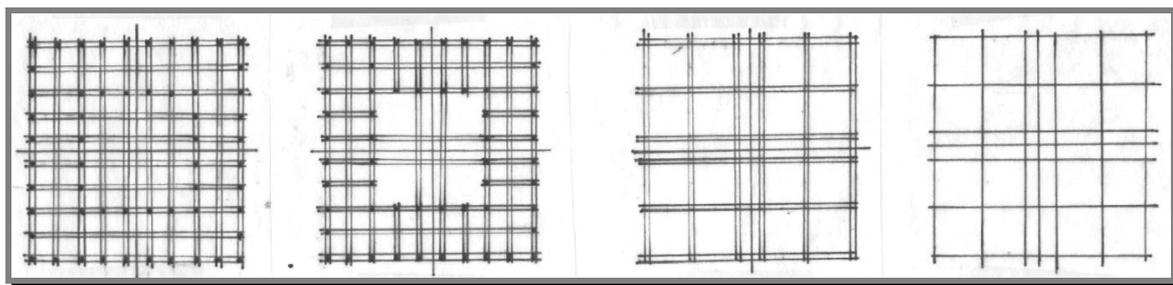


Figura 39 – Decomposição de um Pavilhão do Mercado de Baltard. Fonte: Croquis da autora.

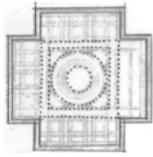
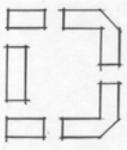
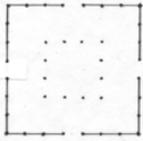
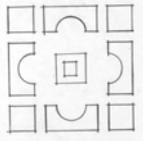
Coincidente ou não, o fato é que, ao final da decomposição, a forma de ambos foi reduzida a 14 traçados reguladores, resultado idêntico ao que foi observado no exemplar do edifício onde foi aplicado o método compositivo proposto por de Durand. Se houve correspondência na configuração do princípio elementar, possivelmente, entre os caracteres que norteiam a Academia de Artes da França e o *Halles Centrales* em suas duas versões, haverá novas correspondências a serem verificadas. Para tanto examinaremos se há “constantes tipológicas” através do Princípio Normativo, da Estratégia Compositiva e do Princípio Elementar (já constatado), e se há “constantes morfológicas” através das Relações Espaciais e das Organizações Espaciais, e ainda, se há correspondência entre o número de Acessos.

Quadro 1 – Quadro comparativo entre o Tipo Ideal de Durand e as propostas para o Halles Centrales.

	TIPO IDEAL "DURAND"	PROPOSTA "CLOTHE" (para o conjunto de edifícios)	PROPOSTA "BALTARD" (para um pavilhão)
Princípio Normativo	Regularidade geométrica Ortogonalidade Uniformidade Bidirecional	Regularidade geométrica Ortogonalidade Uniformidade Bidirecional	Regularidade geométrica Ortogonalidade Uniformidade Bidirecional
Estratégia Compositiva	Mononucleada-Coberta	Polinucleada	Mononucleada
Princípio Elementar	14 Traçados Reguladores	14 Traçados Reguladores	14 Traçados Reguladores
Organizações Espaciais	Organizações Centralizadas	Organizações Centralizadas	Organizações Centralizadas
Relações Espaciais	Espaço ligado por um espaço comum	Espaço ligado por um espaço comum	Espaço ligado por um espaço comum
Acessos	4 Acessos	8 Acessos	4 Acessos

Realmente houve correspondências entre o Tipo Ideal de Durand e as Propostas de Clothe e Baltard. O que nos leva concluir que não há um "Tipo Ideal" para os edifícios de mercado, e sim "Tipos Ideais" de mercado, que são justamente o Tipo Pátio e o Tipo Pavilhonar, com suas derivações ou "Sub-Tipos" (mercados cobertos ou abertos, nono ou polinucleados), relacionados no Quadro 2. Paralelamente entendemos que diferentes edifícios de mesma função, se confrontados, mesmo mantendo constantes as suas características intrínsecas, nem sempre estas constantes convergirão para um mesmo "Tipo", gerando com isso a variedade nos esquemas de projeto e nos partidos arquitetônicos.

Quadro 2 – Quadro resumo com os Sub-Tipos Ideais de Mercado.

T1A Sub-Tipo Pátio Coberto	 Proposta Durand
T1B Sub-Tipo Pátio Aberto	 <i>Marché Saint Germain</i>
T2A Sub-Tipo Pavilhão Mononucleado	 Pavilhão Halles
T2B Sub-Tipo Pavilhão Polinucleado	 Proposta Clothe

1.2.4.2. A Composição da Forma

Ao observar o vasto conjunto de edifícios que constitui o domínio da arquitetura dos espaços comerciais, com vistas a entender o fenômeno complexo da forma arquitetônica, verificou-se que estes edifícios, além das diferenças acidentais que sustentam, apresentavam diferenças muito mais profundas, relacionadas com as estruturas elementares e os conceitos sob os quais foram concebidos.

A forma tipológica, derivada dos tipos arquitetônicos, é uma das estruturas que mais frequentemente é investigada, pois possibilita a separação e organização destas estruturas e conceitos em uma série tipológica.

Argan (1984), define série tipológica como um agrupamento de edifícios que são reunidos de acordo com aspectos compositivos, programáticos e estruturais. Além disso, considera outros critérios de análise mais específicos, como elementos de arquitetura e estratégias compositivas, relacionados ao período histórico correspondente.

Com a intenção de sugerir uma série tipológica possível de classificar qualquer edifício de mercado interessante, recorreu-se ao método proposto por Clark e Pause (1996), que propõe uma técnica diagramática exclusiva para exame de idéias geratrizes, relativa à projetos de edifícios.

Para este trabalho elegeu-se, primeiramente, algumas destas idéias geratrizes que, sistematizadas a partir do Quadro 3, foram estendidas para o universo dos edifícios comerciais anteriormente estudados, confluindo para a sugestão de novas séries tipológicas resumidas no Quadro 4.

O mesmo método de análise será aplicado aos mercados brasileiros, atividade proposta para o Capítulo 3.

Quadro 3 – Quadro resumo com os as Idéias Geratrizes.

IDÉIAS GERATRIZES	UNIDADE x CONJUNTO	EQUILÍBRIO	GEOMETRIA	CONFIGURAÇÃO	
a1	Igual				
a2	Contida				
a3	Agregada				
b1		Por Simetria			
b2		Por Configuração			
b3		Por Positivo e Negativo			
c1					De Quadrados
c2					De Retângulos
c3					Giros
d1				Linear	
d2				Centralizada	
d3				Agrupada	

A primeira, relação unidade e conjunto, consiste no reconhecimento do componente elementar que vincula diversas partes para formar um todo. Este componente pode manifestar-se em várias escalas. Para

efeitos de classificação, a relação unidade e conjunto será decomposta em modalidades, a saber: unidade igual ao conjunto, unidade contida no conjunto ou unidades que se agregam, por aproximação, para formar um conjunto.

A segunda, equilíbrio, consiste em estabelecer, entre os componentes do conjunto, um equilíbrio perceptível. Esta idéia geratriz também pode ser decomposta em modalidades: simetria, quando unidades desiguais equidistam da linha de equilíbrio; configuração, quando se verifica uma estabilidade entre componentes diferentes, tanto em forma quanto em tamanho; e positivo e negativo, quando dois componentes diferem na maneira de manifestar-se, como por exemplo, o cheio e o vazio.

A terceira idéia geratriz, geometria, consiste em valer-se dos conceitos do plano e do sólido para determinar a forma construída. Neste estudo optou-se por analisar a geometria de figuras semelhantes, decomposta em: geometria de quadrados, de retângulos, e ainda, geometria por giros, esta última dando à composição, impressão de movimento.

Por fim, a quarta classificação das idéias geratrizes escolhidas, a configuração, que consiste em definir as posições relativas das partes que compõem o conjunto. Será decomposta, para fins deste estudo, em configurações lineares, quando o foco está na linha e no movimento; centralizadas, quando há domínio da centralidade; e agrupadas, quando há reunião de espaços sem modelo aparente.

Deste estudo entendemos que, de porte da classificação geral dos "Tipos" e "Sub-Tipos" encontrados, é possível que se estabeleça, ainda, séries tipológicas, a partir do estudo das idéias geradoras, buscando descobrir especificidades que podem ser comuns a outros modelos de composição de espaços de comércio.

A partir da observação do quadro resumo com os Sub-Tipos e as Séries Tipológicas dos Espaços Comerciais a seguir, verificamos que a *ágora* e os *caravançais* possuem o mesmo Sub-Tipo, entretanto, não possuem a mesma Série Tipológica, porque para esta situação, foram necessárias análises de especificidades que não são comuns aos dois edifícios.

Quadro 4 – Quadro resumo com os Sub-Tipos e as Séries Tipológicas dos Espaços Comerciais.

IDÉIAS GERATRIZES	ÁGORA	MERCADO DE TRAJANO	CARAVANÇAIS	FILARETE	HALLES
Unidade e Conjunto					
Equilíbrio					
Geometria					
Configuração					
SUB-TIPOS	T 1B Pátio Aberto	T 2B Pavilhão Polinucleado	T 1B Pátio Aberto	T 2B Pavilhão Polinucleado	T 2B Pavilhão Polinucleado
SÉRIES TIPOLOGICAS	S a3 b2 c1 d1 Agregada Por Configuração De quadrados Linear	S a3 b2 c3 d3 Agregada Por Configuração De giros Agrupada	S a2 b1 c1 d2 Contida Por Simetria De Quadrados Centralizada	S a3 b2 c2 d2 Agregada Por Configuração De retângulos Centralizada	S a3 b1 c2 d1 Agregada Por Simetria De retângulos Linear

OLFATO:

*“(...) seus sentidos são assaltados por milhares de odores
dos mais variados condimentos (...)”*

Capítulo 2

ENSAIOS TIPOLOGICOS APLICADOS AOS MERCADOS BRASILEIROS

Segundo livro de Geraldo Gomes da Silva (Silva, 1987), os mercados foram caracterizados, a partir de sua vedação externa, como Mercados Abertos e Fechados. Tal caracterização corresponde à classificação proposta por Louis Cloquet, em 1900, que diferenciava os mercados temporários dos permanentes também a partir do aspecto de suas empenas, abertas e fechadas, respectivamente. O trabalho aqui proposto destina-se ao elenco dos Mercados Brasileiros, classificados segundo o padrão tipológico relacionado nos "Sub-Tipos Ideais de Mercado". A classificação conterá também a descrição das Séries Tipológicas, definidas a partir do método de análise das estratégias compositivas, estabelecido no capítulo anterior.

2.1. SUB-TIPO T 1A

O primeiro grupo, determinado como **T 1A** está caracterizado, segundo as estratégias compositivas, pela presença de um edifício perimetral em alvenaria de tijolos definindo um vazio central coberto total ou parcialmente, através de cúpula ou circulações em cruz. A percepção clara da dupla espacialidade, está exatamente na independência entre as coberturas do vazio central e da edificação perimetral.

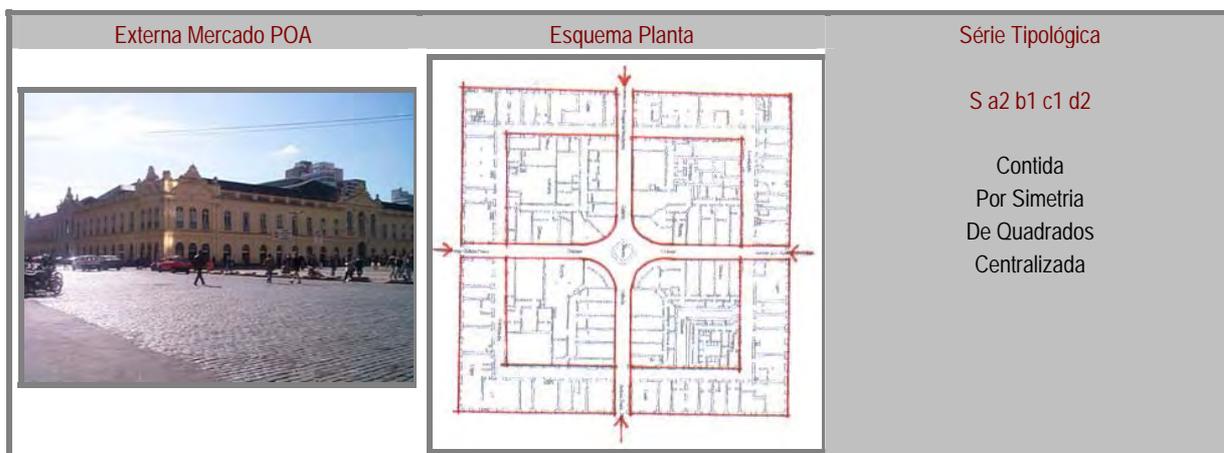
2.1.1 Mercado de Porto Alegre (1914)

Praça XV de Novembro, s/n. Porto Alegre, RS.

Este mercado é resultado de uma grande e radical reforma que ocorreu no antigo mercado, construído em 1869, em alvenaria de tijolos. O antigo edifício perimetral, centralizado e de um pavimento, com torreões nos quatro vértices e pátio central aberto, recebeu um segundo pavimento que se abria para uma ampla galeria-terraço voltada para o vazio central. Neste, foram construídos sobre os quatro quadrantes, pavilhões de comércio em alvenaria e ferro e cobertura leve, definindo uma circulação cruzada e coberta que ligava o centro do edifício aos acessos principais do Mercado.

De estrutura mista desde então, o mercado manteve as fachadas iguais nos quatro lados, com seus vértices e centro marcados por ressaltos, contendo, cada um, três aberturas no pavimento inferior e três no pavimento superior. Entre dois ressaltos, oito vãos inferiores abriam-se simultaneamente para a rua e para a galeria interna, juntamente com oito porta-janelas guarnecidas com guarda-corpo metálico, marcando o ritmo do pavimento superior. Em 1997, uma segunda reforma implementou, entre outros equipamentos, uma alterosa estrutura metálica, que cobriu por inteiro o vazio central e o terraço do edifício circundante.

Quadro 5 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Porto Alegre.



2.1.2 Mercado de Pelotas (1914)

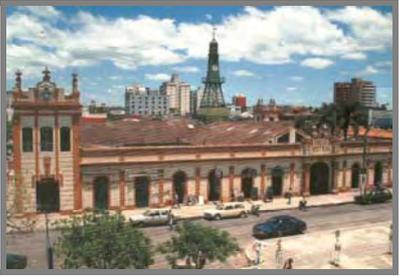
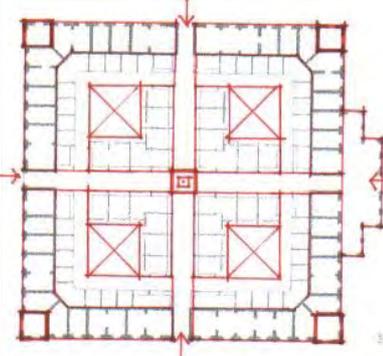
Praça 7 de Julho. Pelotas. RS.

O atual mercado é resultado da reforma que ocorreu no antigo edifício, construído entre 1848-49. O novo edifício perimetral, um quadrilátero vazado construído sobre o antigo feito em alvenaria de tijolos, ocupava a totalidade do quarteirão. Em seu interior, sobre os eixos de simetria, mantinha uma espécie de

varanda construída em ferro, que ligava o núcleo central do edifício, onde se situa a torre do relógio, às vias adjacentes, e dividia-o em quatro partes iguais. Cada eixo de simetria continha o portal de acesso que dividia, naturalmente, a fachada em duas partes iguais, contendo cada porção seis portas de acesso às lojas, e uma porta de acesso maior acessando o torreão.

A linearidade das fachadas do quadrilátero era quebrada pelos torreões, que marcavam pela altura cada um seus dos quatro vértices, bem como pela torre do relógio, ao centro. Outro aspecto peculiar desta obra refere-se à galeria da fachada NO, construída a fim de demarcar o comércio de pescado que ali se estabeleceria, destacando a fachada NO das demais.

Quadro 6 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Pelotas.

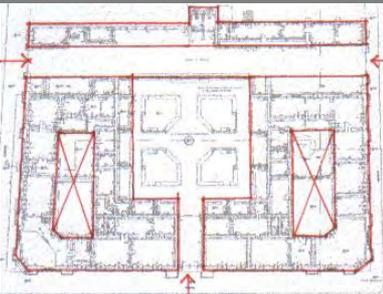
Externa Mercado Pelotas	Esquema Planta	Série Tipológica
		<p data-bbox="1166 734 1313 763">Série Tipológica</p> <p data-bbox="1166 801 1302 831">S a2 b1 c1 d2</p> <p data-bbox="1166 869 1302 992">Contida Por Simetria De Quadrados Centralizada</p>

2.1.3 Mercado de Itaqui (1909)

Rua Osvaldo Aranha n° 1108. Itaqui, RS.

O referido mercado tem partido arquitetônico diferente dos mercados inseridos no padrão tipológico T 1A. Enquanto os demais possuem um formato de quadrilátero, este tem edificação perimetral em alvenaria de tijolos em “U” e arcabouço central em ferro, gerando uma composição diferenciada entre as fachadas. A implantação do terreno em aclive também interfere no partido, determinado pelas duas fachadas que acessam diretamente ao interior do edifício, a primeira e principal, feita pela Rua Osvaldo Aranha, com centralidade marcada por pórtico central, com cinco lojas em cada um de seus lados, e torreões ressaltados nas esquinas, e a segunda, feita através de uma ruela interna de serviço. Assim, as duas fachadas restantes, de menor extensão, e suas lojas, quatro em cada fachada, abrem-se direto para a via pública e para cada um dos dois pátios internos, lindeiros ao núcleo central.

Quadro 7 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Itaquí

Externa Mercado Itaquí	Esquema Planta	Série Tipológica
		<p data-bbox="1166 248 1310 277">Série Tipológica</p> <p data-bbox="1177 315 1299 344">S a3 b1 c2 d2</p> <p data-bbox="1171 383 1305 506">Agregada Por Simetria De Retângulos Centralizada</p>

2.2. SUB-TIPO T 1B

O segundo grupo, determinado como T 1B, caracteriza-se pela presença de um grande vazio central, aberto, cercado de edificação perimetral com galerias. Este padrão tipológico permite a utilização do vazio central por edificações isoladas, independentes umas das outras.

2.2.1 Mercado de Carnes (1908)

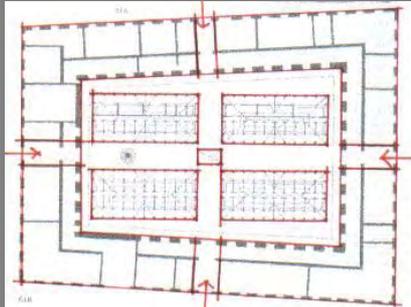
Complexo Ver-o-Peso, Bairro do Comércio. Belém, PA.

Este mercado, conhecido também como Mercado Bolonha ou Mercado Municipal, é resultado de uma ampla reforma que ocorreu no antigo Mercado Municipal, um paralelogramo perimetral de um pavimento, originalmente executado em alvenaria de tijolos, no ano de 1867.

O projeto de reforma previa o aumento da edificação em todos os sentidos. Construiu-se, então, mais um pavimento e cinco pavilhões de ferro no pátio interno de procedência escocesa e inglesa. Da totalidade, quatro eram destinados à venda de carne, dispostos em cada um dos quatro quadrantes, e um maior, central, destinado aos sanitários públicos.

Tal configuração gerou um traçado interno em cruz, que recebeu calçamento de lajes estriadas de cimento comprimido sobre base de concreto, exceto nos corredores dos pavilhões metálicos, que possuíam piso de mosaico poligonal de pedra grés, de procedência inglesa. Além disso, providenciou-se a substituição dos quatro grandes portais de madeira, por portões de ferro batido, com o brasão da cidade estampado em suas bandeiras.

Quadro 8 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Carnes.

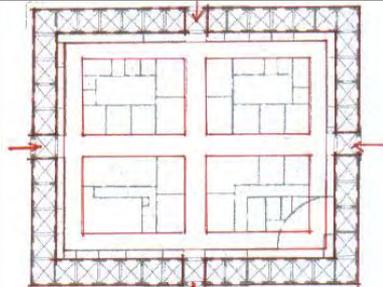
Externa Mercado de Carnes	Esquema Planta	Série Tipológica
		<p data-bbox="1233 264 1374 293">Série Tipológica</p> <p data-bbox="1241 331 1366 360">S a2 b1 c2 d2</p> <p data-bbox="1233 398 1374 521">Contida Por Simetria De Retângulos Centralizada</p>

2.2.2 Mercado de Rio Grande (1864)

Rua General Osório s/n. Rio Grande, RS.

O edifício do mercado de Rio Grande foi construído, em 1864, ao redor do edifício existente, construído em 1847, e que permaneceu intacto até 1888. A partir desta data, o edifício teve o vazio central completamente livre, conforme seu partido original, possibilitando a utilização deste pelos tabuleiros dos feirantes temporários. O edifício, de planta retangular, possuía em cada par de fachadas paralelas, oito e quatorze lojas, totalizando quarenta e quatro, cobertos com abóbadas de arestas em alvenaria portante. As lojas abriam-se para o exterior e para a galeria interna que circundava o pátio central, ligando-o, através de quatro acessos centrais, às vias públicas. A linearidade das fachadas não é interrompida neste caso, em virtude do partido apresentar-se totalmente em nível. Em 1959, uma reforma implementou a construção de cobertura, sobre a circulação interna em cruz e sobre os quatro quiosques com partido em "O".

Quadro 9 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Rio Grande.

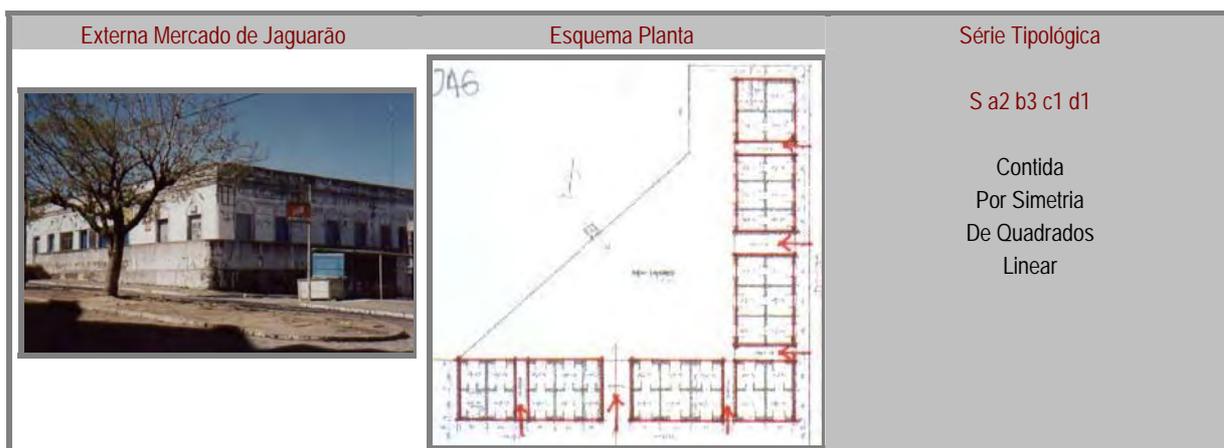
Externa Mercado Rio Grande	Esquema Planta	Série Tipológica
		<p data-bbox="1169 1559 1310 1588">Série Tipológica</p> <p data-bbox="1177 1626 1302 1655">S a2 b1 c2 d2</p> <p data-bbox="1169 1693 1310 1816">Contida Por Simetria De Retângulos Centralizada</p>

2.2.3 Mercado de Jaguarão (1867)

Rua General Osório, s/n, Jaguarão, RS.

O edifício do Mercado de Jaguarão possui um partido completamente diferente dos demais Mercados estudados. A diferença é logo percebida na sua implantação, uma espécie de talude acessado por escadaria. Sua planta em "L", define um "pátio interno" triangular, que nada mais é do que um adro, cercado por mureta de alvenaria rebocada e com acesso por meio de escadaria. O edifício possui seis corredores de acesso ao "pátio", que dividem o edifício, alternadamente, a cada quatro e a cada seis lojas. Os vãos, em arco pleno e bandeira de ferro da fachada externa são rebatidos nos vãos da fachada voltada para o pátio, que tem alpendre em ambos os braços. O alpendre servia para abrigar os tabuleiros expositores executados em concreto e era apoiado sobre finas colunas de aço.

Quadro 10 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Jaguarão.



2.3. SUB-TIPO T 2A

O terceiro grupo, determinado como T 2A, caracteriza-se pela "planta única", mesmo que dividida em diferentes naves. Esta "planta única" é coroada por uma mesma cobertura com lanternins, sistema de ventilação zenital. Tal padrão tipológico permite a utilização racional e total da edificação.

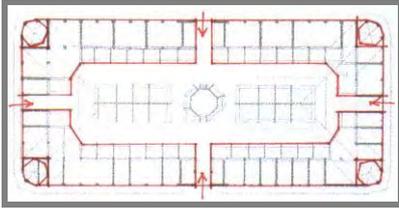
2.3.1 Mercado do Peixe (1901)

Complexo Ver-o-Peso, Bairro do Comércio. Belém, PA.

O mercado, popularmente conhecido como Ver-o-Peso, tem forma retangular com ângulos abatidos em seus quatro de seus cantos, de onde se levantam torres de feições neogóticas e coruchéus cobertos de escamas de zinco. O monobloco construído inteiramente em ferro, possui estrutura de cobertura dividida em três níveis, sendo que o último, um lanternim edificado a 11 m do piso, atravessa a edificação e areja todo centro da planta.

O centro da planta compreende 60% da área total, sendo o restante dividido entre as lojas, quarenta e quatro lojas, e a área útil das torres. A circulação interna é perimetral, em razão da construção de um quiosque octogonal bem no eixo central. Além da utilização de torres, o que o diferencia dos outros Mercados é a ausência de ressaltos de fachada, principalmente em seus vértices, portanto, a linearidade da mesma não é comprometida, mesmo pela presença das torres, que neste caso encontram-se recuadas atrás da platibanda que circunda o edifício.

Quadro 11 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado do Peixe.

Externa Mercado Peixe	Esquema Planta	Série Tipológica
		<p data-bbox="1177 1099 1302 1128">S a3 b1 c2 d2</p> <p data-bbox="1166 1167 1313 1294">Agregada Por Simetria De Retângulos Centralizada</p>

2.3.2 Mercado de São Paulo (1933)

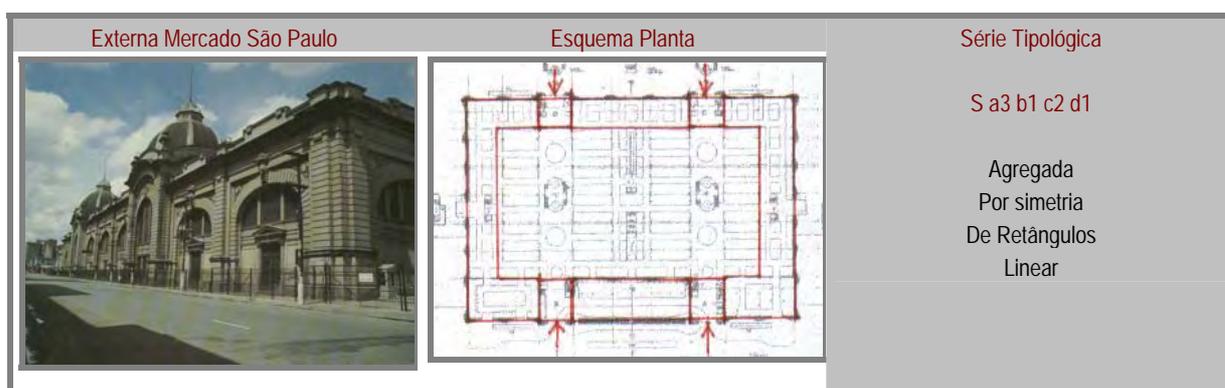
Avenida do Estado, s/n. São Paulo, SP.

Trata-se do maior "Mercado Municipal de sua espécie na América do Sul", anunciava o jornal Estado de SP, em 25 de janeiro de 1933, data de sua inauguração. Foi construído para substituir o velho Mercado Anhangabaú e o da Rua 25 de Março.

O edifício em questão, de planta retangular, inteiramente construído em concreto armado e alvenaria de tijolos, é um monobloco modulado, dividido em nove naves, ricamente arejado por lanternins instalados a 17 m do solo, e ricamente iluminado por vitrais que espelham atividades agropastoris. A circulação é

definida por dois eixos principais de circulação, orientados no sentido das duas fachadas principais, ligando o interior do edifício aos seus acessos para público. A composição de suas fachadas é configurada pelo ressaltado dos grandes torreões, quatro no total e com três pavimentos, deslocados para uma posição mais central da planta, sobre os acessos principais. Sobre os torreões, cúpulas, encimadas por lanternas de cobre.

Quadro 12 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de São Paulo

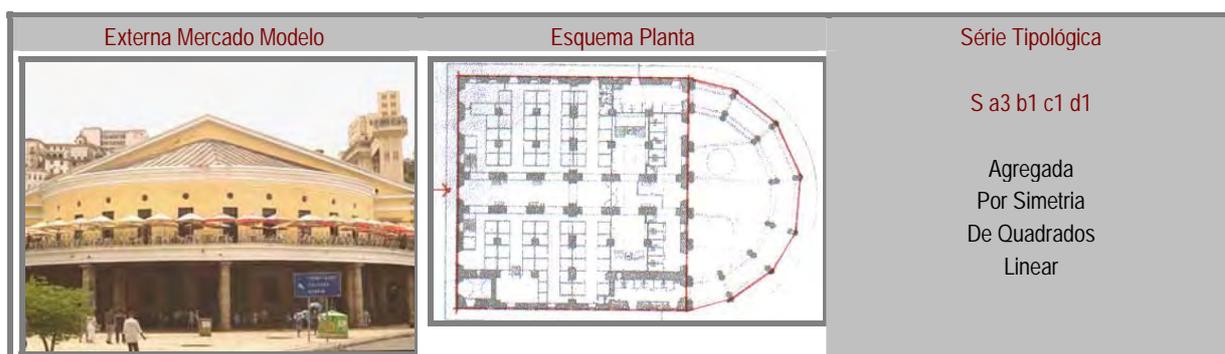


2.3.3 Mercado Modelo (1863)

Praça. Cairú - Cidade Baixa, Salvador, BA.

O edifício onde hoje se encontra o Mercado Modelo, no centro histórico de Salvador, abrigou por mais de um século o prédio da alfândega, uma obra considerada audaciosa para a época, por ter sido construída em três pavimentos, inteiramente dentro do mar. O Mercado Modelo funcionou neste local desde 1971, quando foi interrompido por um destruidor incêndio ocorrido em janeiro de 1984. Em dezembro deste mesmo ano o edifício já havia sido devolvido à população. O corpo principal do edifício, distribuído em três pavimentos e um mezanino, tem forma quadrada e possui uma meia-rotunda adicionada em uma de suas fachadas, que se projeta do edifício, proporcionando uma espécie de galeria na sua parte inferior (antigo atracadouro embarcações), e terraço na parte superior. A cobertura, sobre o quadrilátero é em duas águas, e independente da coberta da rotunda, neste caso semicircular.

Quadro 13 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado Modelo.



2.4. SUB-TIPO T 2B

O último grupo, determinado como **T 2B**, é caracterizado pela geminação ou multiplicidade de pavilhões, cujas unidades podem ter plantas únicas ou diferenciadas, interligados por estrutura de cobertura ou por ruas arborizadas.

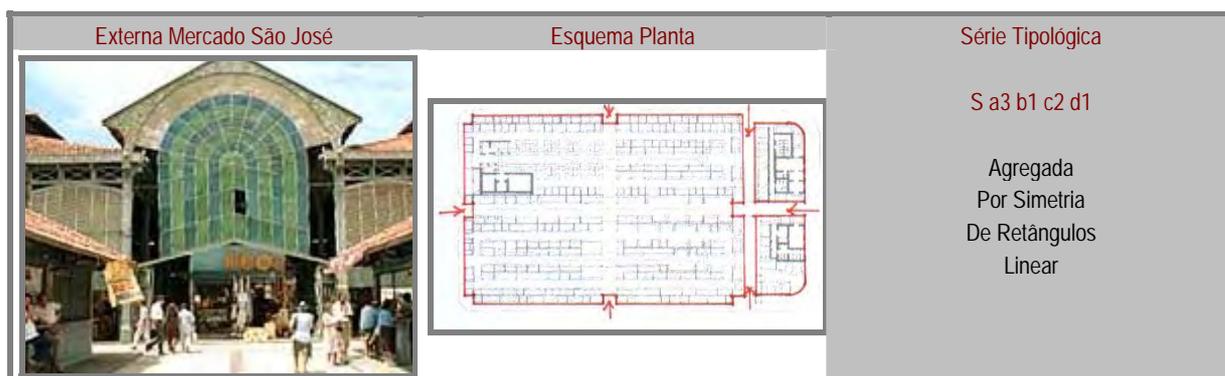
2.4.1 Mercado São José (1875)

Pç. Dom Vital, s/n – São José, Recife, PE.

O primeiro Mercado a ser construído em estrutura de ferro no Brasil, foi de tecnologia francesa. De tipologia pavilhonar completamente coberto, sua planta retangular é composta de dois pavilhões idênticos, ligados por um vão central de 8 m de largura, cuja estrutura de ferro difere da usada nos pavilhões. Possui arcabouço metálico coberto por tesouras, arcos treliçados e telhas francesas. O interior é único, não havendo portanto lojas na periferia.

O projeto original, encomendado pela Câmara Municipal, foi inspirado nos *Halles* franceses, sendo em parte modificado pelo engenheiro francês Louis Vauthier. Das modificações impostas pelo referido engenheiro, uma em especial, demonstra seu conhecimento acerca das condições climáticas da região, a partir da substituição da coberta metálica por cobertura de telhas cerâmicas, e da troca das empenas de vidros por empenas de madeira venezianadas, favorecendo a ventilação natural e a proteção solar. A fachada principal é marcada por duas construções em alvenaria simetricamente dispostas e pelo gradil de ferro fino, de malhas largas, de acordo com o que se usava nos Mercados parisienses.

Quadro 14 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado São José.



2.4.2 Mercado de Manaus (1883)

Rua Barés, 46. Manaus, AM.

O Mercado em questão foi o segundo a ser montado no Brasil. O conjunto, simétrico em sua composição, tem módulos que se alternam em razão da procedência inglesa e escocesa, formando uma reunião de edifícios de diferentes configurações formais. Dos pavilhões, um dominante, localizado em posição central, anteparado por quatro edificações em alvenaria de tijolos maiores na fachada principal, cujas empenas laterais de alvenaria de pedra e de tijolos suportam todo o restante, construído em ferro.

Em 1890 foram construídos dois pavilhões laterais idênticos, ladeando o edifício dominante, ambos executados em ferro fundido e vidro colorido, para venda de carne e peixe. A seguir, um pavilhão voltado inteiramente para o Rio Negro foi executado também em ferro, com empenas cegas em chapas de ferro, e venezianas do mesmo material arrematadas por vidro, cuja função destinava-se à venda de tartarugas. A coberta, em chapas onduladas, possui uma configuração semelhante à de água-furtada, proporcionando movimento ao volume. Finalmente construiu-se os dois pequenos pavilhões de planta octogonal, montados de cada lado do pavilhão das tartarugas, de configuração semelhante aos coretos, só que fechados em suas laterais.

Quadro 15 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado de Manaus.



2.4.3 Mercado do Rio de Janeiro (1907)

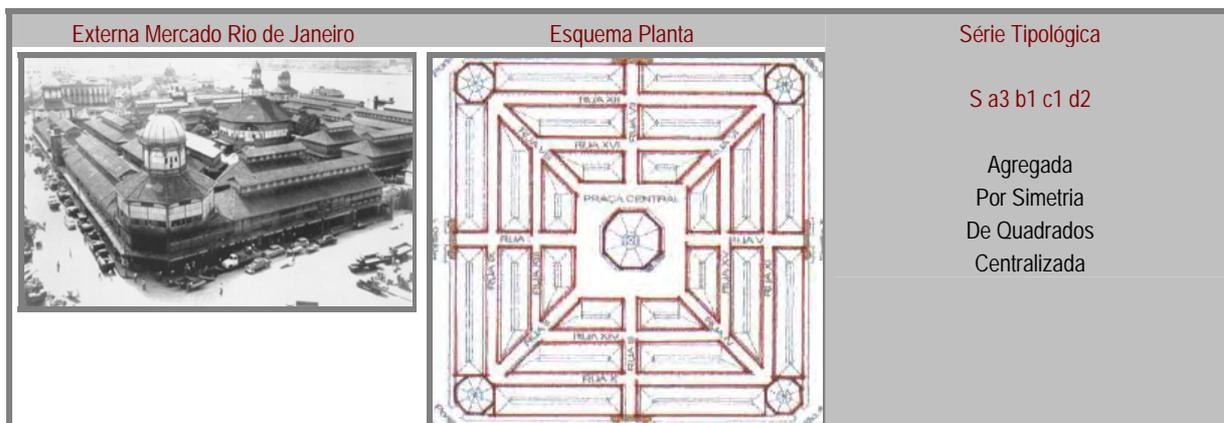
Pç. Marechal Âncora, Rio de Janeiro, RJ.

Sem dúvida a maior edificação desta categoria, cuja estrutura metálica, de origem inglesa e belga, foi fornecida por Hopkins, Causer & Hopkins e Atelier Willebrock, respectivamente, totalmente implantada em terreno conquistado da Praia de D. Manuel.

O partido determinava que as quatro faces do edifício perimetral deveriam ser orientadas para os quatro pontos cardeais, "N" para a CIA Cantareira, "S" para o Arsenal de Guerra, "L" para o mar e "O" para o Largo do Moura, tendo os acessos, em seu centro, definidos segundo quatro ruas internas principais em cruz e quatro radiais partindo dos torreões e confluindo todas para o grande pavilhão central. Estas oito ruas eram transversalmente cortadas por outras oito. Sua planta, constituía-se de um grande quarteirão de 150 m de lado, abrigando em seu interior, 24 pavilhões retangulares e trapezoidais com partido simplificado, monobloco com empenas metálicas escamoteáveis e cobertura com lanternim. Além destes pavilhões, outros com planta octogonal inseridos no centro e nos quatro ângulos do Mercado.

Em 1950 o Mercado foi inteiramente destruído para dar lugar a construção de um viaduto, restando somente um torreão, onde funciona o Restaurante Albamar, testemunha da destruição em nome do progresso.

Quadro 16 – Quadro resumo com o padrão tipológico do Mercado do Rio de Janeiro.



Confrontando os resultados, encontramos doze exemplares que, distribuídos conforme os quatro “Sub-Tipos Ideais de Mercado”, verificou-se uma correspondência entre as séries tipológicas dos Mercados de Porto Alegre (T 1A) e Pelotas (T 1A); Rio Grande (T 1B) e Mercado da Carne (T 1B); São José (T 2B) e São Paulo (T 2A); e Itaquí (T 1A) e Mercado do Peixe (T 2A).

Sobre o qual concluímos: nem sempre os Tipos (tipo pátio e tipo pavilhonar) e Sub-Tipos (T1A, T1B, T2A, T2B), convergem para uma mesma série tipológica, mas se a igualdade de série se verifica, geralmente, o Tipo também de verificará, embora haja exceções, conforme verificamos nos Mercados do Peixe e de Itaquí, que apesar de não serem provenientes dos mesmos Tipo e Sub-Tipo, possuem a mesma Série Tipológica.

PALADAR:

“Você pode sentir o gosto do pó na ponta da sua língua (...)”

Capítulo 3

EDIFÍCIOS DE MERCADOS GAÚCHOS: UMA ARQUITETURA DOS SENTIDOS

Este capítulo discorrerá sobre os Edifícios de Mercado Gaúchos das cidades de Porto Alegre, Pelotas e Itaquí. O estudo envolverá um breve levantamento histórico de cada mercado, seguido da análise de suas funções sintática, semântica e pragmática. A metodologia de análise das funções foi definida, anteriormente, no Capítulo 2 deste trabalho, e os dados históricos foram extraídos das obras:

Porto Alegre e o Mercado Público

- *Porto Alegre: Guia Histórico (1998)*, Sérgio da Costa Franco
- *Porto Alegre: História e Vida da Cidade (1973)*, Francisco Riopardense de Macedo
- *História do Rio Grande do Sul (1973) e o Imaginário da cidade: visões do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre (1999)*, Sandra Jatahy Pesavento
- *Viagem ao Rio Grande do Sul (1987)*, Auguste de Saint-Hilaire
- Cronologia resumida dos fatos históricos da evolução física do prédio do Mercado Público de Porto Alegre, *in Mercado Público Central: Um importante capítulo da nossa história (1993)*, Elizabete Breitman
- *Mercado Público: 1869-1996 (1996)*, Prefeitura Municipal de Porto Alegre

Pelotas e o Mercado Central

- *Pelotas Século XIX. Cadernos e Folhas de Arquitetura e Urbanismo (1994)*, Ester Gutierrez (coordenação)
- *Mercado Municipal de Pelotas: Ferro e Arquitetura in Anais do Congresso Brasileiro de Arquitetos (2000)*, Andrey Rosenthal Schlee e Leonora Romano (Texto apresentado nos *Aportes Históricos do Mercado de Pelotas*)
- *Eclétismo na Arquitetura Pelotense até as décadas de 30 e 40 (1993)*, Andrey Rosenthal Schlee

Itaqui e o Mercado Público

- *Resumo Histórico de Itaqui (2003) in* Levantamento Cadastral Concurso Público Nacional Antigo Mercado Público de Itaqui
- *Histórico do Mercado Público (2003) in* Levantamento Cadastral Concurso Público Nacional Antigo Mercado Público de Itaqui
- *Condições para a construção de um Mercado Municipal de Itaqui, Paschoal Minoggio*

3.1. O Mercado Público de Porto Alegre

*“Meu bonde passa pelo Mercado
Mas o que há de bom mesmo não está à venda,
O que há de bom não custa nada.
Este momento de euforia é a flor da eternidade.”
(Mario Quintana, in Mercado Público 1869-1996, p. 51.)*

Desde 1831 o governo tomava providências através de posturas para disciplinar a atividade comercial de gêneros alimentícios na antiga Praça do Paraíso. Os chamados “telheiros”, sem muita ordenação, tinham criado certo caos e agitação naquele espaço, dificultando a circulação, a segurança e a limpeza pública. Foi neste panorama que, em 1841, ficou acordado que todo o comércio informal desenvolvido na via pública, sem as devidas condições, deveria ser transferido para um edifício com programa específico, centralizando assim o comércio de legumes, hortaliças, frutas e aves.

O primeiro Mercado foi implantado no espaço onde hoje se encontra a parte ajardinada da Praça XV. A construção levou dois anos, entre 1842 e 1844, sendo a obra entregue ao público em 01/10/1844 (Figura 40).

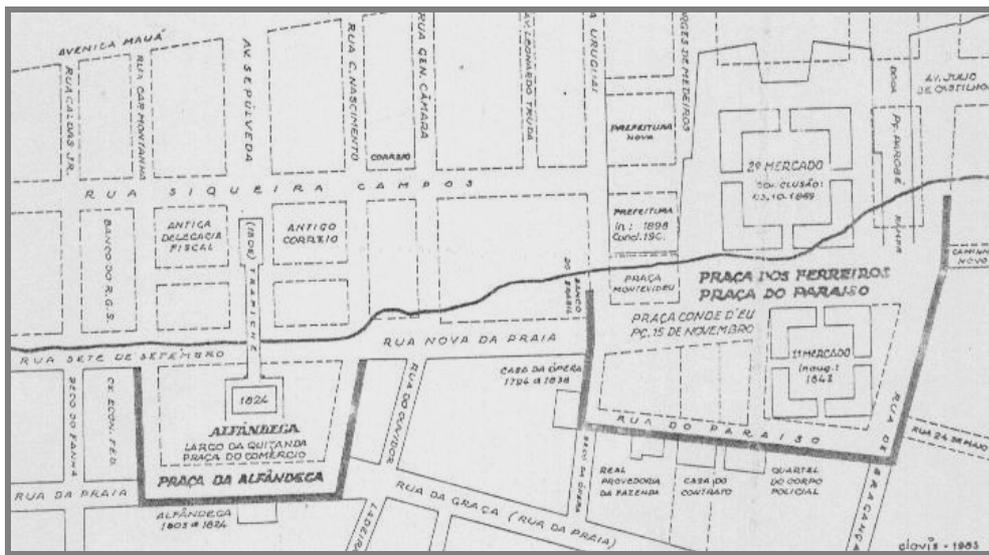


Figura 40 – Mapa com a localização do antigo Mercado. Fonte: Prefeitura Municipal de Porto Alegre.

A instalação deste Mercado implicou em algumas obras necessárias ao seu funcionamento. Além da doca situada onde hoje se encontra a Praça Parobé, uma outra, idêntica, foi prevista simetricamente em relação ao eixo da obra, onde entre elas, funcionava a Praça do Mercado. Não há registros de imagens desse prédio, nem detalhes de sua arquitetura, a não ser quanto ao seu formato quadrangular construído em alvenaria de tijolos, repetido posteriormente no projeto do “Novo Mercado”.

A construção pioneira resistiu apenas 25 anos, sendo substituída efetivamente em 1870, certamente pelo mau estado de conservação da construção, “pardieiro”, como qualificou Augusto de Porto Alegre *apud* Franco (1997, ZH, p.2).

Já em 1857 agitava-se a idéia da construção de um Novo Mercado. Pela Lei 553 de 22/05/1865, foi determinada a construção de outro Mercado conforme estudos feitos pelo engenheiro da Câmara Municipal, Eng. Frederico Heidtmann, que previa uma área aterrada conquistada do Rio Guaíba, em frente ao antigo Mercado. Já em 1852 tinha sido executado o aterro para abertura da Rua Nova, hoje Rua 7 de Setembro, sendo concluída a Doca das Frutas (hoje Praça Parobé), que ladeava um grande aterro junto à Praça do Paraíso.

Finalmente em 22/05/1863, iniciou-se a construção do prédio do Novo Mercado, tendo sua pedra fundamental sido lançada somente em 29/08/1864 no vértice do ângulo sudeste a oito palmos abaixo da superfície do terreno. O construtor que venceu a concorrência foi Polidoro Antônio da Costa, o mesmo construtor que executou o Mercado de Jaguarão.

Em 03/10/1869, deu-se a solene inauguração do Novo Mercado, como era assim denominado. Era um evento de significado indiscutível para a evolução urbana de Porto Alegre, pois estava localizado em área de convergência e transbordo de transporte fluvial e terrestre, de bens de consumo e de abastecimento da capital, muito embora só tenha sido aberto ao público em 01/01/1870. Em sua feição original, o Mercado era uma construção quadrangular de 370 palmos de frente à Rua da Alfândega (hoje Rua 7 de setembro) e 380 palmos

de frente a fundos em direção ao Rio Guaíba, perfazendo uma área de aproximadamente 7.151,96m² (considerando o palmo uma medida equivalente à 22 cm) (Figura 41).

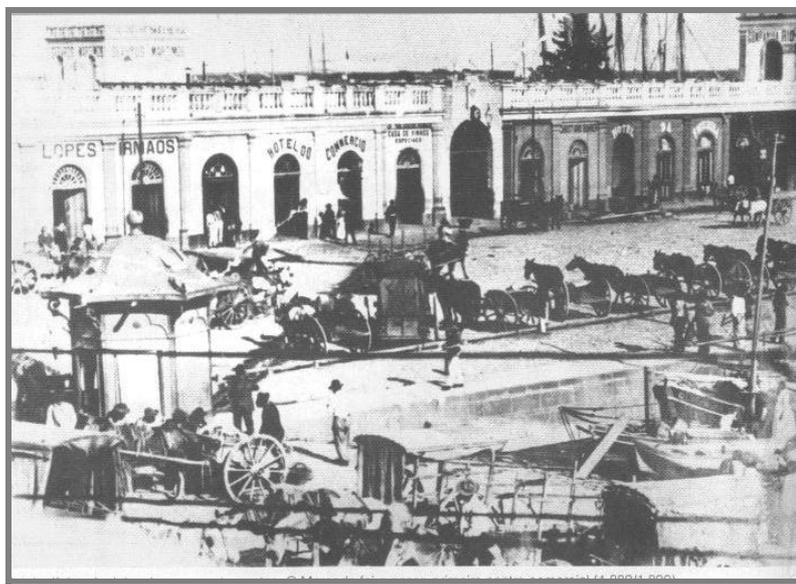


Figura 41 – A Doca das Frutas e o Mercado com um pavimento. Fonte: Prefeitura Municipal de POA.

Por um certo tempo, as três faces do Mercado estavam voltadas para o Rio Guaíba.

A face Leste ficava em frente à Doca das Frutas (hoje Praça Parobé), de maior circulação, embora não se prestasse para o uso de passageiros, devido ao constante congestionamento de barcos que permaneciam ali por vários dias.

O lado Oeste era voltado para a Doca do Carvão (que foi aterrada posteriormente para a construção da Prefeitura), era a doca mais estreita e com a menor circulação.

O lado Norte, ou fundos do mercado como convencionou-se chamar, quase beirava o Rio Guaíba, o espaço entre o prédio e a murada que servia de cais era um mercado extra, com pequenas bancas toscas, improvisadas e sem nenhuma ordem. Ali se vendiam peixes, verduras, aves e cestos; o local também era ponto de embarque de pessoas que vinham de Rio Grande, Pelotas, Rio Pardo, dos municípios da outra margem do Rio Guaíba, portanto, localizados junto às também das bacias do Jacuí e Taquari (como Triunfo, Santo Amaro)

O lado Sul, ou a frente do Mercado, voltado para a Praça XV, foi sempre muito movimentado e era considerado a face mais nobre do Mercado, de frente para cidade; neste largo circulavam os bondes (mais tarde elétricos), as carroças, os “carros de praça” e as “pessoas de bem”; uma certa segregação social era percebida em diferentes épocas da história do Mercado Público de Porto Alegre e há quem diga que persista até os dias de hoje.

Definindo um quarteirão, a sólida construção de contornos neoclássicos, consistia em um corpo perimetral de alvenaria portante, de formato quadrangular, vazado em seu interior, configurando um pátio central, e de um só pavimento, salvo nos quatro vértices onde foram erguidos os “torreões”. Este envoltório

edificado confinava internamente 80 lojas que mantinham ligação direta, individual e simultânea com o logradouro público e com o pátio central; neste último a comunicação acontecia através de arcada composta de arcos de volta inteira envolvendo as quatro faces internas do Mercado.

A área central aberta, delimitada pela massa edificada, permitia a redução das distâncias a pé entre as vias públicas circundantes; o cruzamento dava-se através de quatro grandes portões de ferro de aproximadamente 4m de largura que se localizavam no eixo de cada uma das quatro fachadas, dividindo-as simetricamente.

Várias características morfológicas e tipológicas do prédio do Mercado Público de Porto Alegre se enquadram igualmente ao Método de Composição projetual de J.N.L Durand, observado claramente no ritmo marcado por arcadas e pilastras e na padronização das fachadas internas e externas, bem como com a concepção de Caráter de Quatremère de Quincy, encontrada tanto no tratamento arquitetônico diferenciado dado às esquinas e aos acessos centrais principais, quanto nos usos e apropriações dos espaços tão bem definidos ao redor do Mercado, como bem esclarece Norberg-Schulz, *apud* Mahfuz (1996, p.5): "o Caráter de um edifício está na atmosfera geral de um lugar, o Caráter se dá em função do tratamento de suas bordas, da forma e substância dos elementos definidores do espaço".

Dentro do grande quadrilátero não havia nada além de uma praça aberta caracterizando a tipologia, o tipo pátio, inicialmente desprovido de pavimentação e cobertura vegetal e onde, posteriormente, foram plantadas árvores de sombra. A arborização foi aprovada pela Câmara Municipal em 11/08/1873. Porém não durou muito, em 1885 os vereadores já estudavam a construção de chalés na praça interna.

Com a expansão da cidade, aumentou o número de comerciantes que passaram a ocupar o pátio central do Mercado; como forma de ordenar e fiscalizar o comércio, a Câmara Municipal desbancou os vendedores de baixa condição econômica que negociavam sobre tabuleiros a céu aberto. Em janeiro de 1887, a Câmara mandou efetivamente remover os "velhos tabuleiros existentes na praça do Mercado, e autorizou a derrubada de algumas árvores", a fim de abrir espaços e parcelar o solo para a construção dos chalés de madeira.

Em 24/05/1887, estavam concluídos 24 chalés internos de madeira que passaram a abrigar as bancas de comércio. Desapareceram assim a praça interna, seu arvoredo e seus rústicos tabuleiros. O pátio central do Mercado tornou-se densamente ocupado de estabelecimentos comerciais.

Desde 1909 o intendente José Montauray manifestava a intenção de reformar o Mercado, acrescentando-lhe um segundo pavimento, para assim corresponder à suntuosidade dos novos edifícios públicos. No pavimento criado instalar-se-iam inicialmente escritórios de serviço, como seguradoras e empresas de importação e exportação. As razões estão explicitadas em seu relatório, naquele ano: "(...) e de modo a dar a esse próprio uma fachada mais elevada e de acordo com a Intendência e, ao mesmo tempo, criar mais um aumento de receita à produzida anualmente pela locação de suas lojas". A motivação primeira era financeira e estética, esta última pretendia acompanhar o perfil dos prédios do entorno, principalmente o do Paço Municipal

concluído em 1901, com fachada adornada de esculturas alegóricas que contrastava duramente com a simplicidade da construção do Mercado de 1869.

As obras de ampliação se estenderam de abril de 1910 ao primeiro semestre de 1913 e envolveram, além da construção do segundo piso, a reforma da fachada (Figura 42).



Figura 42 – O Mercado com segundo pavimento. Fonte: Arquitetura e Construção. Ano 13. nº 9

Mesmo com a ampliação do segundo pavimento, as características básicas do edifício não se perderam: a proporção e simetria, a relação entre os cheios e vazios, a ordem e os eixos. A sobreposição do pavimento superior procurou respeitar a arquitetura original, embora a aplicação de ornamentos nas fachadas, bem como de elementos em massa com fins decorativos, revestiram o Mercado com a roupagem característica do Eclétismo, tendência dominante que faz referência aos métodos projetuais postulados pela École des Beaux Arts de Paris, sob a influência direta de J.N.L. Durand. Este segundo momento na história do Mercado Público de Porto Alegre, a reforma de 1912, exemplifica o discurso de Mahfuz (1996, p.4): “Na composição acadêmica, partes dadas eram organizadas segundo regras fixas de composição, e o todo era ‘vestido’ com algum estilo escolhido” (Figura 43).

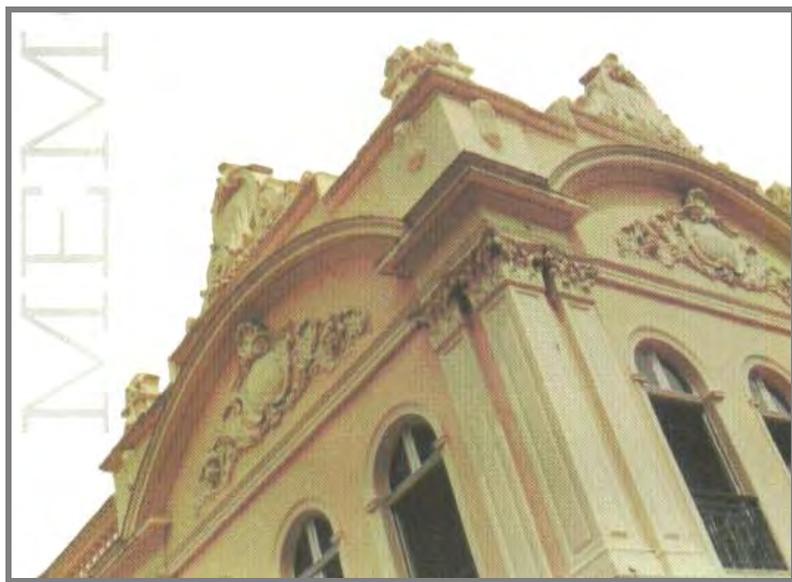


Figura 43 – O Eclétismo do Mercado de Porto Alegre. Fonte: SMC Porto Alegre.

O incêndio ocorrido em 05/06/1912, avariando a totalidade dos chalés de madeira, justificou uma reforma de maior extensão: substituiu-se as bancas de madeira incendiadas por uma construção elementar de ferro e cimento e deu-se a construção de uma câmara frigorífica, tais obras foram de encargo da Intendência Municipal em 1915. As bancas de estrutura metálica melhoraram as condições sanitárias e de higiene, sobrevivendo por mais de 80 anos.

Em 1941, a enchente que deixou a cidade de Porto Alegre em estado de calamidade pública atingiu seriamente o Mercado. Em 1962, foi coberta a passagem interna que demarcava a circulação cruzada. Novamente, em 1976 e em 1979, outros dois incêndios, de menor proporção, abalaram o Mercado.

Vitimado por incêndios, inundações e ameaças de demolição, o Mercado sobreviveu sempre em clima de perfeita identificação com a cidade, em todos os seus segmentos sociais, isso explica porque as administrações municipais sempre tiveram como alvo o edifício do Mercado, precipitando sucessivas reformas e inclusive, sugerindo sua demolição e substituição.

No final da década de 60 um concurso público, promovido pelo Instituto dos Arquitetos do Brasil, foi realizado no intuito de escolher o melhor projeto para substituir o Mercado construído em 1869, tendo em vista a “necessidade viária” de ligação da Rua 7 de Setembro com a Voluntários da Pátria, prevendo-se a demolição total do Mercado, deixando um único pórtico como “lembrança.”

A proposta vencedora consistia em um único edifício de três pavimentos de base retangular e do Tipo pavilhonar coberto, executado inteiramente em concreto armado aparente. O acesso aos diferentes pavimentos dar-se-ia através de rampas e escadas rolantes; o novo projeto para o Mercado era uma arquitetura que rechaçava a profusão dos cânones acadêmicos e perseguia a solidez e a suntuosidade. A abstração das

formas e o arranjo livre das partes denunciavam o conhecimento progressista da composição moderna (Figura 44).

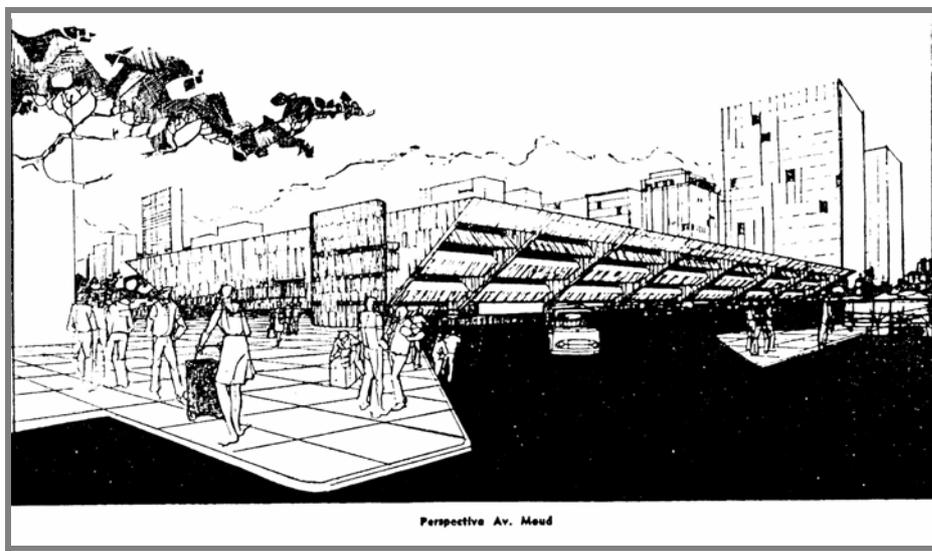


Figura 44 – Perspectiva da proposta vencedora. Fonte: Prefeitura Municipal Porto Alegre.

Desde 1974, duas comissões foram instituídas para relacionar os bens de interesse cultural e histórico do patrimônio de Porto Alegre, que entre várias deliberações assinalavam a necessidade de preservação do prédio do Mercado Público, peça importante da memória da cidade.

Assim em 21/12/1979, através da Lei 4317/1977, o Mercado transformou-se em bem patrimonial, tutelado pela população através de representações das Comissões de Patrimônio Cultural, instituídas pela Prefeitura.

O Mercado apresentou-se nestas condições à comunidade até a segunda reforma, iniciada em 1991 e finalizada em 1997.

No ano de 1990 o Executivo Municipal de Porto Alegre recrutou uma equipe multidisciplinar de técnicos para desenvolver o Projeto de Revitalização do Mercado de Porto Alegre. Em 1991 deu-se o início de uma grande reforma que durou até março de 1997.

Buscou-se recuperar as circulações em torno do pátio central restituindo-lhes a função de acesso público à lojas e bancas, além da reconstituição de suas arcadas (Figura 45).



Figura 45 – Arcada Inferior e Galeria Superior. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.

Foram implementadas interiormente duas escadas rolantes, dois elevadores, quatro escadas fixas e o mais polêmico: ergueu-se uma cobertura metálica com aproximadamente 15m de altura apoiada sobre 44 colunas de aço de seção circular para abrigar a totalidade do pátio central e o terraço interno das intempéries (Figura 46).



Figura 46 – Detalhe das colunas de apoio e lanternin. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.

Além disso, a necessidade de ampliação das áreas cobertas para a implantação de 33 bancas distribuídas em quatro volumes ao longo do pátio central, bem como a necessidade de integração entre os diferentes pavimentos, exigia o fechamento do pátio central, na mesma proporção que o fechamento do pátio central produziria a alteração radical do Tipo (Figura 47).



Figura 47 – Circulação Central e Bancas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.

Considerando que, conforme Argan (2000, p.66):

“O Tipo se configura assim, como um esquema deduzido através de um processo de redução de um conjunto de variantes formais a uma forma base comum. Se o Tipo é resultado desse processo regressivo, a forma base que se encontra não pode ser entendida como mera moldura estrutural, mas como estrutura interna da forma ou como princípio que implica em si a possibilidade de infinitas variantes formais e até da ulterior modificação estrutural do Tipo mesmo. De fato, não é necessário demonstrar que, se a forma final de um edifício é uma variante do Tipo deduzido de uma série formal precedente, o acréscimo da nova variante à série formal determinará necessariamente uma mutação mais ou menos marcada do Tipo”.

Assim, a partir dos aportes históricos do Mercado Público de Porto Alegre, concluímos que, quando da opção pelo fechamento do pátio central com uma cobertura suntuosa, o projeto desprezou um dos signos que tanto singularizava a construção original, o seu caráter genérico. Abandonou a dicotomia espacial claramente perceptível, desde a construção do edifício, do espaço aberto (pátio e terraço-galeria) e do fechado (lojas, circulações e bancas); abstraiu a proporção, o equilíbrio, a unidade. Entretanto, manteve a simetria, a ordem e os eixos.

Isto equivale dizer que qualquer edificação apresenta algum tipo de composição e algum tipo de caráter, mas para que se alcance uma arquitetura de qualidade, se faz necessário a coerência na tomada de

decisões projetuais no que concerne às estratégias compositivas; somente assim o resultado terá, obrigatoriamente, “composição correta e caráter adequado” (Mahfuz, 1996) (Figura 48).

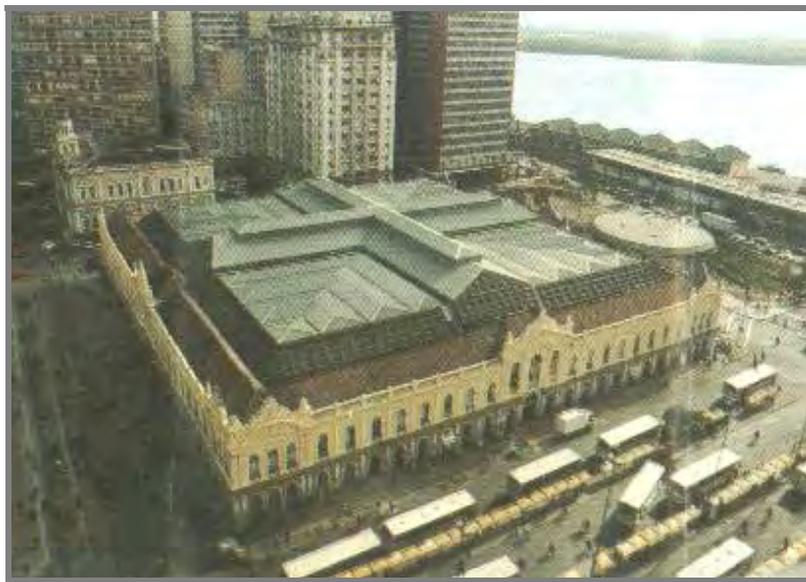


Figura 48 – Panorâmica do Mercado Público de Porto Alegre. Fonte: Boletim informativo IAB, Abril 1997.

3.1.1 A Função Sintática e o Mercado de Porto Alegre

Conforme o método de análise da função sintática proposto e exemplificado nos aportes teóricos, sugerimos aplicá-lo, no pavimento térreo, em três momentos do Mercado de Porto Alegre: quando da sua inauguração em 1869 (edifício perimetral com pátio central); antes da reforma de 1997 (edifício perimetral com terraço-galeria e pátio central coberto); e depois da reforma de 1997 (monobloco coberto), obedecendo o mesmo sentido de percurso nas três situações, ou seja, da Praça XV de Novembro em direção ao Rio Guaíba, e mais tarde, da mesma praça em direção à Avenida Júlio de Castilhos (Figura 49).

Para fins de entendimento da proposta, reiteramos que o sentido de percurso do exterior para o interior do Mercado poderá ser considerado tanto pelo portão central passando pelo vestíbulo, quanto pelas portas das lojas, motivo pelo qual se oportunizou as duas possibilidades nos esquemas a seguir.

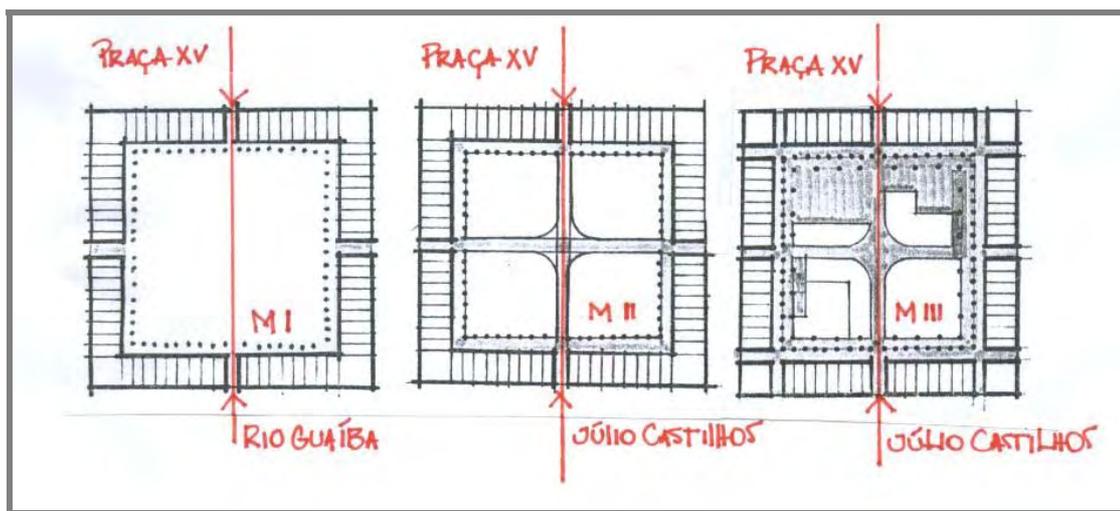


Figura 49 – Sentidos de percurso (pavimento térreo) em três momentos do Mercado Público de Porto Alegre.
Fonte: Croquis da autora.

Momento I (M I) : Inauguração 1869

Praça XV	Portão (ou Porta), Vestíbulo (ou Lojas), Portão (ou Porta), Arcadas	Pátio Interno	Portão (ou Porta), Vestíbulo (ou Lojas), Portão (ou Porta), Arcadas	Rio Guaíba
espaço exterior		espaço interior		espaço exterior

Da Praça XV ao Pátio Interno ou do Rio Guaíba ao Pátio Interno

- Número de Níveis Intermediários: 4 (2 Portões, 1 Vestíbulo, Arcadas)
- Número de Espaços Entretécidos: 2 Enclaves (1 Vestíbulo, Arcadas)
- Resultado Relação Espacial: $(4/2 = 2)$ Tensão local

Momento II (M II): Antes Reforma 1997

Praça XV	Portão (ou Porta), Vestíbulo (ou Lojas), Portão (ou Porta), Arcadas	Circulação Interna, Bancas	Portão (ou Porta), Vestíbulo (ou Lojas), Portão (ou Porta), Arcadas	Av. Júlio de Castilhos
espaço exterior		espaço interior		espaço exterior

Da Praça XV à circulação interna e bancas ou da Av. Júlio de Castilhos à circulação interna e bancas:

- Número de Níveis Intermediários: 4 (2 Portões, 1 Vestíbulo, Arcadas)
- Número de Espaços Entretécidos: 2 Enclaves (1 Vestíbulo e Arcadas)
- Resultado Relação Espacial: $(4/2 = 2)$ Tensão local

Momento III (M III): Após Reforma 1997

Praça XV	Portão (ou Porta), Vestíbulo (ou Lojas), Portão (ou Porta), Arcadas, Galerias	Interior do Mercado	Galerias, Arcadas, Vestíbulo (ou Lojas), Portão (ou Porta)	Av. Júlio de Castilhos
espaço exterior		espaço interior		espaço exterior

Da Praça XV ao interior do Mercado ou da Av. Júlio de Castilhos ao interior do Mercado:

- Número de Níveis Intermediários: 5 (2 Portas, 1 Vestíbulo, Arcadas, Galerias)
- Número de Espaços Entretecidos: 3 Enclaves (1 Vestíbulo, Arcadas, Galerias)
- Resultado Relação Espacial: $(5/3 = 1,66..)$ Tensão local

Analisando-se os resultados supõem-se que, no primeiro e segundo momentos do Mercado, apesar da tensão encontrada, a continuidade era, de certa forma, percebida entre o espaço externo, Praça XV e Rio Guaíba, depois Avenida Júlio de Castilhos, e o interno, Pátio Interno do Mercado. Tal configuração espacial assinalava, de forma gradual, a passagem entre o domínio exterior e o interior indicando, em relação ao Momento III, uma interação maior entre o edifício do Mercado e o entorno urbano.

Em contrapartida, esta continuidade foi diminuindo, quando da segunda ampliação sofrida pelo Mercado (1997). Esta ampliação ocorreu, também, em direção ao pátio central, provocando o surgimento de espaços intermediários que diminuíram a continuidade espacial, ainda encontrada nos dois momentos anteriores. Isto aconteceu porque o espaço foi crescendo e seu programa tornando-se mais complexo (pelo esquema demonstramos o Momento I e II com quatro níveis intermediários e dois espaços entretecidos, e o Momento III com cinco níveis intermediários e três espaços entretecidos), a tensão local foi aumentando na mesma proporção, a medida que o quociente foi diminuindo (de 2 para 1,66). O que podemos concluir que a concentração do Mercado em um monobloco fechado, marcando subitamente a passagem do domínio externo para o interno, poderia sugerir certa alienação deste em relação à cidade.

3.1.2 A Função Semântica e o Mercado de Porto Alegre

Este estudo irá relacionar momentos do Mercado de Porto Alegre disponíveis na literatura, que de uma forma ou de outra procuram descrever o espaço. A estrutura de análise está baseada na interpretação, foco objetivo, feita a partir de trechos literários, foco subjetivo.

FOCO SUBJETIVO

“Foi então que descobriu o interior do Mercado (sempre já fechado quando ele iniciava a ronda pelos bares e botecos). Ingressou no grande empório numa gloriosa manhã de abril - Meu Deus! -, a luz clara a infiltrar-se por entre salames, mantas de charque, réstias de cebola, pendurados à entrada das bancas coloridas de abóboras, tomates, alfaces, bandeiras de todas as hortas, munição para todas as forças. Pôs-se a caminhar por entre o povo, encantado com a algaravia do lugar, com os cheiros e as cores da mais inesgotável oferta de alimentos que já vira em sua vida. (...) Bêbado de imagens e perfumes, Tortuga soube haver encontrado o seu lugar no mundo perfeito.” (Riccardi, 1997, p.6).

FOCO OBJETIVO

A descrição da atmosfera única do espaço Mercado que inebria. A multiplicidade de produtos, sons, cheiros, cores, a multiplicidade de energias, “luz clara a infiltrar-se”, “munição para todas as forças”.

FOCO SUBJETIVO

“Até que fizeram essa reforma de agora no Mercado. Arrancaram pisos, forros, barrotes, raspam camadas e camadas de pinturas superpostas, removeram paredes falsas, descobriram desvãos e passagens (...).”(Riccardi, 1997, p.6).

FOCO OBJETIVO

Uma passagem que descreve o processo executivo de recuperação do Mercado na requalificação de 1997, as descobertas de espaços secretos, a prospecção das pinturas das paredes, a substituição dos materiais antigos.

FOCO SUBJETIVO

“Quando defronta o portão central, abre-se, lá dentro, uma perspectiva de rua oriental, cheia de bazares, miragem remota de certas gravuras...ou de certas fitas...que viu.” (Machado, 1984).

FOCO OBJETIVO

A sentença assinala a imagem babélica do Mercado, comparada à um bazar oriental, vista de fora, focalizada através dos portões centrais.

FOCO SUBJETIVO

“Através das pérgulas e dos arbustos da praça lá no fundo, distingue a esquina do mercado. Um pouco mais para adiante, na altura do portão central, há movimento, pessoas que atravessam a rua. Bondes, automóveis desembocam na praça, fazem a curva defronte da grande casa que toma o quarteirão.” (Machado, 1984).

FOCO OBJETIVO

A constatação do largo da Praça XV como uma estação de transbordo de passageiros, com seu movimento natural, e a monumentalidade do edifício expressa em “grande casa que toma o quarteirão”.

FOCO SUBJETIVO

“Cruzeiro do Sul urbano teus quatro pontos cardeais orientam um caudal humano pelos portões laterais.” (Eleanor Ferreira, *in* Mercado Público 1869-1996, p. 59).

FOCO OBJETIVO

A relação do homem com o Mercado e um rio, expressa na metáfora “caudal humano”, a orientação do edifício no terreno, a circulação interna, cruzada, coincidente com os pontos cardeais.

FOCO SUBJETIVO

“No grande dia, os escravos esperavam impacientes o Mercado fechar. Xapanã entregou a Januário uma pedra. Era um assentamento¹⁹ de bará trazido por um escravo da longínqua Bahia, do terreiro da princesa Iyá-kalá. Mandou-o enterrar a pedra numa encruzilhada, assim Exu abriria o caminho dos fugitivos. (...) As costas de Januário transformavam-se em carne despedaçada e sangüenta. Ele tombou. Alertado pelos gemidos, Xapanã quis socorrer Januário. Ao levantar o corpo sem vida do escravo, Xapanã percebeu que a mão direita dele estava coberta de terra.” (Marilene Gil, *in* Mercado Público 1869-1996, p.8-15).

FOCO OBJETIVO

Através desta lenda a explicação do porquê que para o candomblé a passagem ritual pelo prédio significa receber o axé (força mística) do bará. No entanto o mais provável é que o assentamento tenha sido feito pelos escravos durante a construção do Mercado, sob o cruzeiro.

¹⁹ Objeto onde assenta a energia sagrada de qualquer entidade afro-religiosa.

FOCO SUBJETIVO

“O Mercado está em Porto Alegre ou é Porto Alegre que está no Mercado? O que é dentro e o que é fora? O que é realidade e o que é imaginação? Talvez não há prédio mais porto-alegrense que o Mercado.” (Cruz, 1997, p. 3).

FOCO OBJETIVO

A grande confirmação, a relação íntima do edifício de Mercado com a cidade, que se sombreiam, as lendas, o prédio do povo seu parlatório, a conhecida “a esquina democrática”²⁰.

3.1.3 A Função Pragmática e o Mercado de Porto Alegre

Este estudo destina-se a relacionar o conteúdo do programa, do edifício de Mercado em questão, com o funcionamento do edifício, a partir da organização interna. Para tanto fez-se necessário, primeiramente, o mapeamento dos usos (Figura 50), seguido do estudo da forma, através da organização dos espaços. Para efeitos de análise foi escolhida a utilização atual do Mercado Público de Porto Alegre (decorrente da reforma de 1997).

Ao analisarmos o zoneamento, por atividade, percebemos claramente a função comercial concentrada, sobretudo, no pavimento térreo, sendo esta estendida para o segundo pavimento, agregando além das lojas, espaços de apoio como: sanitários públicos; subestação; auditório; administração; e espaços de serviço: terraços, agência bancária, memorial do mercado, e união das associações dos moradores.

A construção de um pavimento intermediário aumentou a área física das lojas, localizadas no edifício perimetral, e das bancas. Cada módulo comercial passou a contar com uma área extra para depósito ou escritório; além disso, a implementação dos mezaninos possibilitou a delimitação de uma área destinada aos funcionários, que inclui: vestiários masculino e feminino, cozinha e refeitório.

A concentração das lojas, no edifício perimetral, tanto no térreo quanto no segundo pavimento, bem como a disposição das bancas, definem uma organização espacial centralizada.

A Organização Espacial Centralizada constitui uma composição estável, concentrada, onde o pátio central dominante, que contém as bancas e a circulação cruzada, distribui uma série de espaços equivalentes entre si, que mantém ligação direta com ele.

²⁰ É denominada a esquina da Avenida Borges de Medeiros com o Largo Glênio Peres (frontal ao Mercado)



Pavimento Térreo	Mezanino	Segundo Pavimento
Vermelho = Escadas	Vermelho = Escadas	Vermelho = Escadas
Salmão = Lojas	Salmão = Mezanino das Lojas	Salmão = Lojas
Amarelo = Bancas	Amarelo = Mezanino das Bancas	Amarelo = Administração
Cinza = Câmaras de Refrigeração	Cinza = Apoio Funcionários	Rósea = Memorial Mercado
Verde = Horticultura	Verde = Escadas	Verde = Subestação
Marrom = Elevadores	Laranja = Depósitos	Laranja = Auditório
Azul = Escadas Rolantes	Azul = Vestiários Funcionários	Azul = Sanitários Públicos
Violeta = Bancas do Peixe		Azul Marinho = Agência Bancária
		Branco = Terraços (Quadrantes I e II)
		Ocre = União das Associações dos Moradores de POA

Figura 50 – Mapeamento dos usos do Mercado Público de Porto Alegre. Pavimentos Térreo, Mezanino e Segundo, respectivamente. Fonte: Boletim Informativo IAB/RS, 1997

Em termos gerais, o zoneamento de funções do Mercado ficou assim definido: Quadrante I, definido pela Praça Parobé e Avenida Júlio de Castilhos, concentra as bancas, o comércio de pescados, os vestiários para funcionários, além do primeiro terraço; o Quadrante II, definido pelas Avenidas Júlio de Castilhos e Borges de Medeiros, concentra, além das bancas e câmaras frias, a cozinha, o refeitório, e o segundo terraço.

Já o Quadrante III, definido pela Avenida Borges de Medeiros e Praça XV de Novembro, concentra as bancas com seus respectivos mezaninos, além da área de mesas do pavimento térreo; finalmente, o Quadrante IV, definido pelas Praças XV de Novembro e Parobé, concentra as bancas e a área de horticultura.

O que nos leva a concluir que, em razão do Mercado de Porto Alegre possuir uma organização centralizada, a divisão de espaços, por atividade, distribuídos em três pavimentos, a partir do núcleo central de comércio, favoreceu a organização interna, bem como a identificação da função de cada espaço e, conseqüentemente, a função pragmática.

3.2. O MERCADO CENTRAL DE PELOTAS

Em 11 de novembro de 1846, a Câmara Municipal recebeu e aprovou a “planta” da Praça do Mercado, elaborada pelo Sr. Rafael Mendes Carvalho. O desenho estava acompanhado de um ofício bastante esclarecedor: “Senhores. Encarregado por vós para apresentar uma idéia, ou plano para a Praça de Mercado que a Câmara Municipal desta Cidade pretende aqui erigir, eu simples curioso, em meu ramo, fiz em minha débil imaginação um esforço e estudo quanto pude obter. Peço, Senhores, desculpar os erros, que nela encontrardes (...)”.

Um ano depois, a mesma Câmara aprovou um segundo projeto, desta vez de autoria do arquiteto (até então residente no Uruguai), Roberto Offer. Profissional de sólida formação e conhecimento e que, desde 1847, estava trabalhando para as Irmandades do Santíssimo Sacramento e do Padroeiro São Francisco de Paula, no sentido de projetar a nova Catedral de Pelotas.

O Mercado foi construído, segundo informações da Coleção de Atas da Câmara Municipal, de 1849 a 1850. Pelo seu custo exorbitante, a Câmara não dispunha de meios necessários para efetivar o projeto em sua plenitude, procurando alternativas para levantar fundos para a construção. Dessa forma, a proposta sofreu algumas alterações, sendo a modificação mais significativa a eliminação de um avarandado externo, que provavelmente fazia parte do projeto de Offer. Devido às constantes dificuldades financeiras, a obra foi dividida em quatro partes: primeiro foi construída a cisterna (1849), sob responsabilidade de José Vieira Pimenta; segundo, as alas Leste e Sul (1849); Terceiro a ala Norte (1850); e por fim, a ala Oeste (1850), todas sob responsabilidade de Theodolino Farinha.

Muito pouco se sabe a respeito desta construção, a não ser que possuía 56 lojas (peças para aluguel) e que era ampla e muito elegante, considerada sem precedentes quando comparada com o Mercado da capital da província.

Segundo os documentos de época, tratava-se de um edifício de abóbada e sotéa, ou seja, uma construção com tetos côncavos e com cobertura plana, geralmente ladrilhada, como um terraço. Um prédio de alvenaria e de um pavimento, caracterizado por sua forma quadrangular (62,5 x 62,5m) e pelo pátio central que delimitava. As lojas foram dispostas, lado a lado, e possuíam aberturas respectivamente para o exterior (através de portas e janelas em arco pleno emolduradas por meias-colunas da ordem toscana) e para o pátio central (através de portas com verga reta, protegidas por um avarandado em arcos plenos). Assim, o espaço construído estava destinado aos comerciantes fixos, enquanto o interior do pátio, aos ambulantes. Os acessos para a área central da edificação ocorriam nas esquinas, cortadas a 45° em relação às demais fachadas, e estavam marcados por frontões triangulares enquadrados por pilastras duplas (Figura 51).



Figura 51 – O Mercado de Pelotas em 1869. Fonte: Schlee, arquivo particular.

Na parte central do pátio foi construída uma torre (equivalendo, aproximadamente, a quatro pavimentos). A construção era arrematada por uma pequena cúpula e por um relógio que marcava as horas da vida local.

Se, quando de sua inauguração, o Mercado era considerado “vasto, elegante e uma primazia”, em 1914, a opinião pública já era outra: “o Mercado antigo era irregular, achatado, sem arte nem comodidade, só se destacando pela pesada solidez de sua construção, característica de todas as obras de antanho.” (Almanaque de Pelotas, 1914, p. 222). É que de 1911 a 1914, a antiga edificação sofreu uma grande e radical reforma, que modificou totalmente sua fisionomia, embora tenha respeitado parte da estrutura original.

A cidade recebeu com grande entusiasmo o novo Mercado: “hoje, embora aproveitando a carcaça, mostra ele uma sóbria elegância, com seus quatro torreões adornados e a sua alterosa torre metálica central, de 30m de altura” (Almanaque de Pelotas, 1914, p. 222). (Figura 52).



Figura 52 – O Mercado de Pelotas em 1914. Fonte: Schlee, arquivo particular.

As obras obedeceram a um projeto elaborado por Manuel de Itaquy, arquiteto formado na primeira turma da Escola de Engenharia do Rio Grande do Sul. As alas existentes foram mantidas (sofrendo uma radical transformação nas suas fachadas), os acessos foram modificados, as esquinas retrabalhadas, o pátio central valorizado e a torre original destruída.

O pátio foi cortado, em cruz, por dois eixos de simetria que dividiram o espaço em quatro porções iguais e marcaram o local dos novos acessos principais. Ainda no pátio, sobre os eixos, foi edificada uma "varanda" de estrutura de ferro, que passou a ligar o corpo principal da edificação (as "lojas" já existentes) à grande torre metálica com relógio (situada no cruzamento dos eixos, substituindo a original).

De acordo com Silva (1986 p.189), "o que há de notável nesse edifício é a torre em ferro, situada no centro da cruz. Sua forma lembra de um farol marítimo, mas também poderia ter sido uma torre de observação de bombeiros, usual no século passado" (Figura 53).



Figura 53 – A Torre do Mercado Pelotas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.

Toda a estrutura metálica, torre e varandas, vieram da Alemanha, "Suneburge" (sic), e foram montadas pela firma porto-alegrense Lima & Martins, sob direção de Fernando Martins e Eugênio Thomaz Cupertino.

A torre apresenta uma base quadrada (4,60X4,60), apoiada em quadro pilares metálicos. Desenvolve-se em cinco níveis, atingindo 23m de altura (excluindo a ornamentação e o pára-raios). No

pavimento térreo dá-se o cruzamento dos eixos, assim, as varandas são interrompidas e a torre é anunciada apenas pela presença dos quatro pilares treliçados.

O primeiro pavimento corresponde às empenas das varandas, é todo revestido de chapas metálicas e iluminado por 12 vitrais, dispostos em conjuntos de três. O terceiro pavimento equivale ao mirante, espaço aberto e protegido por guarda corpos metálicos. É caracterizado pela presença da escada helicoidal (que permite o acesso aos demais níveis) e pela inclinação que a estrutura portante passa a apresentar (característica que reporta de longe ao desenho da Torre Eiffel).

O quarto pavimento volta a ser fechado, é o do relógio, com mostradores para as quatro orientações, e com uma pequena galeria externa, que permite a sua manutenção. Tal compartimento é ventilado por um sistema de venezianas fixas. O último pavimento reproduz um farol, com seu acabamento em cúpula, todo envidraçado e com base circular (1,40 de diâmetro).

Originalmente, a torre era arrematada por uma escultura do Deus Mercúrio (Deus do Comércio), que, após abalada em decorrência de um vendaval, foi substituída por um pára-raios. A imagem ficou por muito tempo junto ao acervo da Biblioteca Pública de Pelotas e, atualmente, a Prefeitura Municipal a recolocou no local de origem (Figura 54).



Figura 54 – Escultura de Mercúrio. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000

As varandas possuíam pé direito bastante elevado (aproximadamente 9m) e cobertura em duas águas, com um lanternim sobreposto. Apoiavam-se num sistema de 74 pilares metálicos, distribuídos em conjuntos de quatro (dois internos e dois externos) ao longo dos eixos de simetria. Cada pilar, de perfil circular e

bastante delgado, era arrematado por uma “cabeça ornamental” (pequeno capitel) e por dois consolos, que recebiam os componentes horizontais. Entre os pilares, no sentido transversal, desenvolviam-se as tesouras que garantiam a declividade da cobertura; e no sentido longitudinal, quatro séries de vigas. As vigas e as tesouras, correspondentes ao lanternim, eram preenchidas com vitrais, assim como as empenas da cobertura segundo relato abaixo:

“(…) Todas essas riquezas foram destruídas pelo fogo [04/09/1969], que atingiu as varandas da torre e as tesouras ligadas por vigorosas vigas de ferro abertas em ogivas em caixilhos de chumbo, onde achavam-se presas as placas coloridas. O arcabouço central que apoiava-se em 74 colunas de ferro ruiu e com ele os 120 vitrais das tesouras e os 350 vitrais das ogivas laterais.” (Moraes, 1970, 4p.).

As fachadas do Mercado, a partir da reforma assinada por Manoel de Itaquy, passaram a apresentar o aspecto atual, totalmente eclético. Os eixos de simetria, ao cruzarem a parte central do pátio, dividiram as fachadas ao meio. Sobre os eixos foram localizados os novos pontos de acesso, não mais encimados por frontões triangulares, mas agora ostentando o nome da edificação e uma série de ornamentos. Nas extremidades, a construção recebeu quatro pequenas torres de dois pavimentos. Sobre elas, novos elementos decorativos (Figura 55, Figura 56 e Figura 57).



Figura 55 – Linearidade e simetria no Mercado de Pelotas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.



Figura 56 – Torreão. Fonte: Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.



Figura 57 – Eclétismo no Mercado de Pelotas. Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.

Não se pode negar que o projeto de Manuel de Itaquy enquadra-se perfeitamente não só dentro do “método” de Durand mas também que tenha buscado conscientemente revelar o seu caráter próprio.

Independente dos condicionantes econômicos ou espaciais da época da construção, pode-se dizer que Manuel de Itaquy optou por um prédio de um único volume, vazado no seu interior, diretamente ligado às

vias públicas (inclusive formando alguns largos), tratando suas várias faces de maneira semelhante e realçando os quatro cantos do quadrado e os acessos principais.

É uma obra bastante simples, baseada no Tipo Pátio, desenhada sobre um sistema de eixos, de rebatimentos, regular; na qual estão presentes todos os princípios clássicos da boa composição: a simetria, a hierarquia, a unidade, a tectonicidade e a coordenação dos elementos.

Através da utilização da torre do relógio, da escolha das formas arquitetônicas, da disposição dos compartimentos, da escolha do "Tipo" e, principalmente, da utilização dos recursos decorativos, Itaquy alcançou praticamente todos os graus de boa composição e caráter na arquitetura apresentados por Quatremère de Quincy.

Mesmo com toda a simplicidade e regularidade do edifício, a grande torre conferiu-lhe um aspecto de "imponência" e de "força" que, por muito tempo, não só chamava a atenção para o prédio, como orgulhava a população: "à noite, o aspecto do Mercado é atraente, com farta iluminação da torre e das varandas por poderosos focos, o grande relógio também iluminado, sob o zimbório, onde flameja um farol." (Almanaque de Pelotas, 1914, p. 223). A torre era chamada de a "Torre Eifel de Pelotas".

Além de diferenciar-se de todos as demais construções da cidade, o Mercado passou a servir de ponto de referência e convergência para a população. A escolha do "tipo pátio" e a ligação direta das "lojas" com as vias públicas, permitiu uma clara identificação entre os objetivos da obra e os habitantes da cidade, que passaram a ter um contato direto com cada um dos serviços oferecidos pelo Mercado.

A decoração de todo o prédio sofreu uma gradação, que vai da simples marcação de fachadas, através de pilastras que separam uma loja da outra até o rebuscado trabalho que salienta os acessos principais, os pórticos, além da decoração das quatro torres que garantem ao conjunto uma grande beleza e unidade.

Nas torres, todos os motivos decorativos dizem respeito aos produtos comercializados no local. Desta maneira, foram abandonadas as tradicionais ânforas, as folhas de acanto, e as conchas e substituídas por grandes fruteiras com arranjos de flores e frutas tropicais.

Em 1950 foi elaborado um projeto para a construção de um "novo mercado", que deveria substituir o de 1911/14.

A idéia era construir um grande prédio "moderno" de três andares, sobre o velho Mercado, dotado de todas as melhorias e facilidades que, na época, se poderia oferecer. A disposição do pavimento térreo seria a mesma do de 1911/14, sendo que nas quatro esquinas seriam incorporados elevadores e, ao redor de todo o prédio, haveria uma marquise. Toda a decoração deveria ser retirada, bem como a grande torre (que seria substituída por um relógio aplicado sobre a fachada principal voltada para a rua XV de Novembro) (Figura 58).

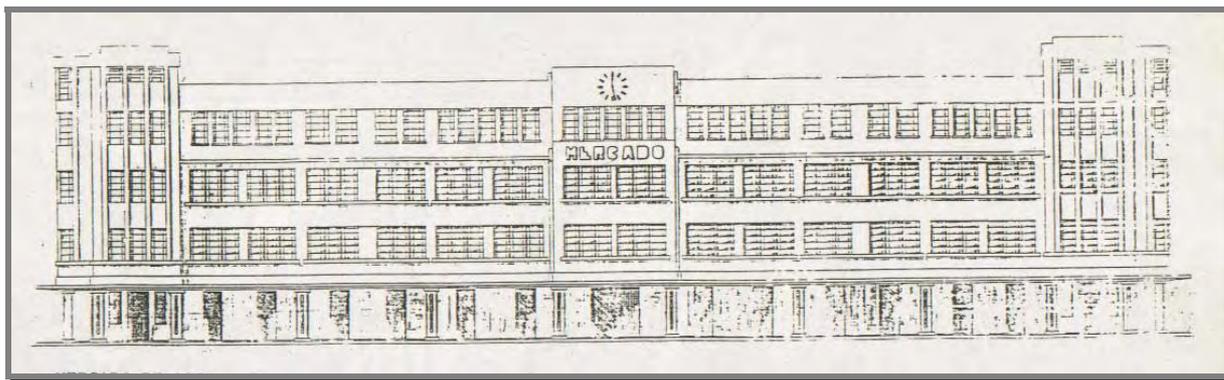


Figura 58 – Fachada do projeto de 1950. Fonte: Schlee, arquivo particular.

Tratava-se de uma arquitetura que buscava a monumentalidade associada ao despojamento ornamental e à simplicidade de linhas e formas, ao mesmo tempo em que não abandonava a simetria, a hierarquia e a unidade, entre outros princípios que tanto caracterizaram a arquitetura baseada em modelos clássicos e acadêmicos.

Concluimos com isso que, no momento em que o projeto abriu mão de elementos que julgou supérfluos ou incompatíveis com a “nova época”, perdeu o que de mais significativo e característico tinha a obra original, seu caráter relativo, segundo formulado por Quatremère de Quincy. O que demonstra a afirmação de Rowe (1986, p.65), “a presença de uma boa composição e de um caráter apropriado é algo necessário para que um edifício tenha êxito. E a presença de um, não produz automaticamente o outro”.

O tempo, contudo, talvez conferisse à obra não realizada, o caráter ausente, e que o velho edifício do Mercado, ainda existente, pôde consolidar (Figura 59).



Figura 59 – Vista panorâmica do Mercado Pelotas. Fonte: Fonte: Arquivo particular da autora, 2000.

3.2.1 A Função Sintática e o Mercado de Pelotas

Obedecendo a seqüência deste trabalho, aplicaremos o método de análise da função sintática no Mercado de Pelotas, na situação que se encontra atualmente, a partir de levantamento cadastral da Prefeitura Municipal de Pelotas.

Os sentidos de percurso estão assinalados no esquema gráfico abaixo, onde optou-se por quantificar os níveis intermediários e espaços entretecidos nos dois eixos ortogonais sinalizados: primeiro, da Rua Andrade Neves até a Rua XV de Novembro; segundo da Rua Tiradentes até a Rua Lobo da Costa (Figura 60).

Diferente do que ressaltamos na análise da função sintática do Mercado de Porto Alegre, em que o acesso ao interior se estabelecia através de qualquer tramo definido pelas fachadas, no Mercado de Pelotas, o acesso ao interior dá-se, somente, através dos portões centrais, ou através das arcadas localizadas na Rua Andrade Neves.

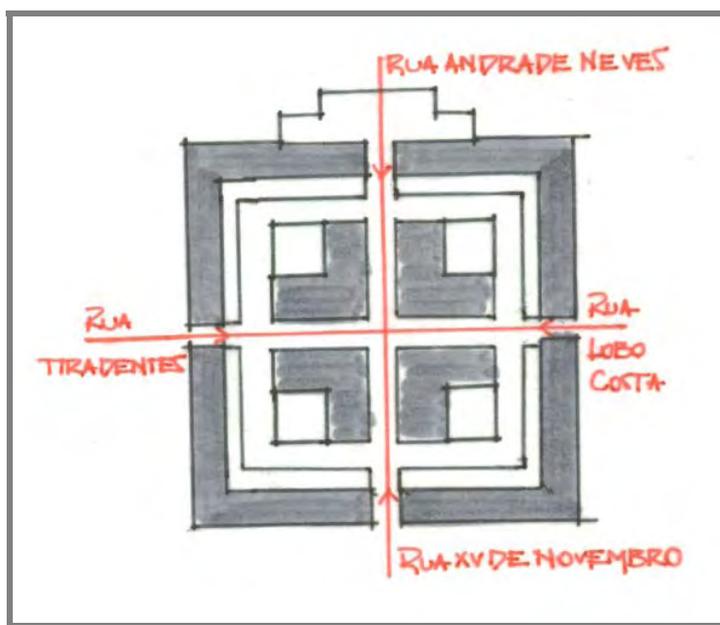


Figura 60 – Sentidos de percurso no pavimento térreo do Mercado de Pelotas. Fonte: Croquis da autora

Eixo Primeiro: Sentido de Percurso da Rua Andrade Neves à Rua XV de Novembro

Andrade Neves	Portão, Arcadas, Portão, Vestíbulo	Mercado	Vestíbulo, Portão	XV de Novembro
espaço exterior		Espaço interior		espaço exterior

Da Rua Andrade Neves, espaço exterior, ao Mercado, espaço interior

- Número de Níveis Intermediários: 4 (2 Portões, Arcadas e Vestíbulo)
- Número de Espaços Entretécidos: 2 Enclaves (Arcadas e Vestíbulo)
- Resultado Relação Espacial: $(4/2 = 2)$ Tensão local

Da Rua XV de Novembro, espaço exterior, ao Mercado, espaço interior

- Número de Níveis Intermediários: 2 (Portão e Vestíbulo)
- Número de Espaços Entretécidos: 1 Enclave (Vestíbulo)
- Resultado Relação Espacial: $(2/1 = 2)$ Tensão local

Eixo Segundo: Sentido de Percurso da Rua Tiradentes à Rua Lobo da Costa

Tiradentes
espaço exterior

| Portão, Vestíbulo

| **Mercado**
espaço interior

| Vestíbulo, Portão

| **Lobo da Costa**
espaço exterior

Tanto da Rua Tiradentes, quanto da Rua Lobo da Costa, ao espaço interno do Mercado, encontrou-se:

- Número de Níveis Intermediários: 2 (Portão e Vestíbulo)
- Número de Espaços Entretécidos: 1 Enclave (Vestíbulo)
- Resultado Relação Espacial: $(2/1 = 2)$ Tensão local

Do que concluímos: a tensão constante, verificada nos eixos primeiro e segundo, sugeriu que o efeito de continuidade que as arcadas da rua Andrade Neves poderiam produzir, diminuindo o impacto entre os domínios externo e interno no Mercado de Pelotas, no sentido de percurso correspondente, foi neutralizado, traduzindo-se em um valor de tensão que repetiu-se no eixo contrário.

3.2.2 A Função Semântica e o Mercado de Pelotas

Novamente o método de interpretação será aplicado, agora, no Mercado de Pelotas, onde foram extraídos trechos de obras literárias, bem como da notícia impressa, expressando, em todas as sentenças, uma profunda consideração, e até uma certa comoção daqueles que se apropriaram do espaço Mercado Central de Pelotas, transcrevendo suas impressões.

FOCO SUBJETIVO

"À noite, o aspecto do Mercado é atraente, com farta iluminação da torre e das varandas por poderosos focos, o grande relógio também iluminado, sob o zimbório, onde flameja um farol." (Almanaque de Pelotas, 1914, p. 223).

FOCO OBJETIVO

A sentença descreve o aspecto noturno do Mercado e o conteúdo simbólico a partir da comparação da torre do Mercado com um farol iluminado.

FOCO SUBJETIVO

"...O que há de notável nesse edifício é a torre em ferro, situada no centro da cruz. Sua forma lembra a de um farol marítimo mas pode ter sido uma torre de observação de bombeiros, usual no século passado." (Silva, 1987, p.189).

FOCO OBJETIVO

O período descreve as sugestões a respeito do desígnio de projeto da torre: um farol marítimo ou um mirante.

FOCO SUBJETIVO

"(...) aquele lugar de vida solta, sem censura, por onde transitam elegantes e sofridos." (Freitas, 1994, p. 9).

FOCO OBJETIVO

A sentença ilustra o caráter democrático do Mercado, com isenção de credo, raça ou classe social.

FOCO SUBJETIVO

" Ele não é propriamente um casarão. Tem, entretanto, a forma de uma fortaleza, com pátio interno e jardim(...). Para aqueles que, o vêem de coração aberto para achar o belo, mercado também é poesia. Mercado é lugar do povo. Povo que vende e povo que compra; povo que vai ver simplesmente, que vai comprar, e até rever amigos." (Leon, 1992).

FOCO OBJETIVO

Outra sugestão a respeito do aspecto formal, agora em relação ao edifício do Mercado; casarão (mais no sentido de palácio), fortaleza (edificação perimetral com torreões em cada vértice), poesia (acomete as sensações, emoções, memórias), espaço social; espaço comercial; espaço de lazer.

FOCO SUBJETIVO

“(...) Sente-te mudo do que foste outrora
Com teu relógio campanário altivo
Com as quatro horas apontando a hora
Na velha torre, relicário vivo; (...)” (Diniz, 1969).

FOCO OBJETIVO

Os versos transcrevem o momento após incêndio que ocorreu em setembro de 1969, e que destruiu a estrutura interna do Mercado.

FOCO SUBJETIVO

“(...) No entanto, rebrilha as estruturas
Com mais vida, mais alma na roupagem,
Não desfazendo as antigas formosuras
Que outrora embelezava sua imagem. (...)” (Diniz, 1969).

FOCO OBJETIVO

Neste momento o poeta canta a entrega do Mercado à população, com alusão às estruturas recuperadas pela “nova roupagem”.

3.2.3 A Função Pragmática e o Mercado de Pelotas

Dando prosseguimento às análises do Mercado de Pelotas, trataremos agora da função pragmática, que neste caso, fará a relação entre o conteúdo do programa de necessidades e a organização interna, através do mapeamento dos usos destinados a cada módulo comercial do Mercado identificados em cada quadrante. O edifício do Mercado Central de Pelotas possui uma peculiaridade no funcionamento: caracteriza-se pela concentração de comércio e serviços no corpo do edifício, e pela edificação lindeira que abriga os sanitários públicos, então deslocados do Mercado.

Em termos de organização espacial, o Mercado constitui-se numa composição estável, concentrada, onde no pátio central dominante ergue-se a cobertura metálica que acompanha os dois eixos ortogonais que se cruzam, exatamente, no ponto onde se implantou torre do relógio, organizando claramente a planta em quatro

Neste caso não há uma relação direta entre as atividades realizadas nas lojas e a porção central do Mercado, como ocorre no Mercado de Porto Alegre, em contrapartida, esta relação se estabelece entre as atividades realizadas nas bancas envolvidas e nos quiosques envolvidos, localizados no interior do edifício (Figura 61).



Quadrante I	Quadrante II	Quadrante III	Quadrante IV
Esquina Ruas Andrade Neves com Tiradentes	Esquina das Ruas Tiradentes e XV de Novembro	Esquina das Ruas XV de Novembro e Lobo da Costa	Esquina das Ruas Lobo da Costa e Andrade Neves
Preto = Poder público	Preto = Poder público	Preto = Poder público	Preto = Poder público
Roxo = Bares	Roxo = Bares	Amarelo = Barbearia	Roxo = Bares
Verde = Peixarias	Róseo = Calçados	Verde = Apicultura	Verde = Peixarias Verde
Róseo = Calçados	Cinza = Casa Lotérica	Róseo = Calçados	Róseo = Calçados
Branco = Alompe ²¹	Marfim = Eletrônica	Chumbo = Floriculturas	Chumbo = Floriculturas
Azul = Fruteiras	Lilás = Artesanato	Cinza = Casa Lotérica	Marfim = Eletrônica
Vermelho = Bazares	Lavanda = Mercearias	Laranja = Restaurante	Vermelho = Bazares
Lavanda = Mercearias	Verde Maçã = Lancherias	Verde Maçã = Lancherias	Laranja = Restaurante
Verde Maçã = Lancherias	Gelo = Procuradoria	Gelo = Procuradoria	Amarelo = Barbearia
Gelo = Procuradoria	Amarelo = Barbearia	Violeta = Agropecuária	Salmão = Açougues
Amarelo = Casa do Mel	Salmão = Açougues	Azul = Loja Aquários	
Salmão = Açougues	Salmão = Açougues		

Figura 61 – Mapeamento dos usos do Mercado Central de Pelotas. Fonte: Prefeitura Municipal de Pelotas, 2002.

²¹ Associação dos Locatários do Mercado de Pelotas.

Na tentativa de organizar o universo das atividades realizadas no edifício em questão, propôs-se, neste estudo, uma classificação por quadrantes. Entretanto, verificou-se que os usos destinados aos módulos de comércio, no Mercado de Pelotas, são muito diversificados e não obedecem a um plano que os organize por setores, por exemplo, gerando com isso, uma situação de caos visual que compromete o bom funcionamento da função pragmática. Percebe-se também que, em razão da organização espacial centralizada, este zoneamento de funções poderia ser facilmente aplicado.

Neste sentido concluímos que a função pragmática, que estuda as relações entre os espaços e seus usos, ficou comprometida no caso do Mercado de Pelotas, não pela organização interna de seus diferentes espaços para comércio (lojas e bancas), mas pela falta de lógica funcional percebida, em virtude da inexistência de um zoneamento que em muito contribuiria para a orientação do consumidor, tanto dentro do pátio central, quanto nas lojas envolventes.

3.3. O MERCADO PÚBLICO DE ITAQUI

O edifício do Mercado Público foi construído no início do século XX, segundo o projeto do arquiteto itaquense Paschoal Minoggio, durante a administração do Intendente Municipal Dr. Tito Correa Lopes.

Considerado símbolo de uma época áurea, quando Itaquí se desenvolvia em razão do comércio exterior favorecido pela intensa navegação no Rio Uruguai, o prédio do Mercado, juntamente com o Teatro Prezewodowski, eram cartões postais de Itaquí, tendo significativa a importância sócio-econômica na época.

O Mercado funcionava como importante entreposto comercial local, distribuindo à população os produtos vindos dos grandes centros argentinos e uruguaios. A relação direta com o rio, aproximava Itaquí das cidades européias, fato que explica a aquisição da estrutura metálica interna do prédio do Mercado, importada da Inglaterra (Figura 62).

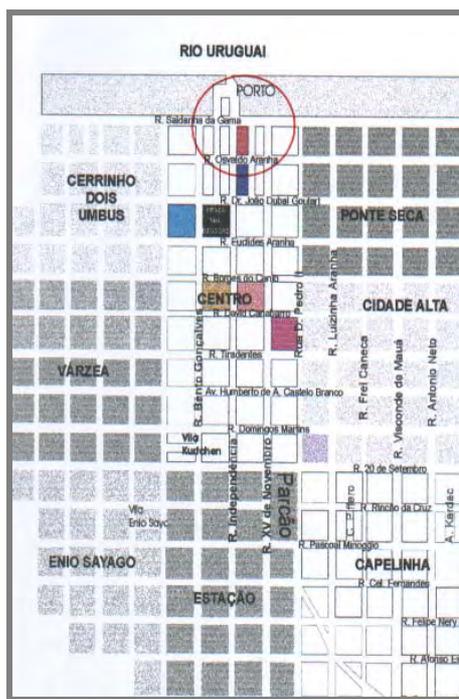


Figura 62 – Mercado de Itaquí, Implantação. Fonte: Prefeitura Municipal de Itaquí, 2003.

O edifício do Mercado de Itaquí possui algumas particularidades, primeiro, por não definir um quarteirão, ocupando a parte meridional mais larga de uma gleba trapezoidal, com dois de seus vértices coincidentes com as esquinas das Ruas Independência e Osvaldo Aranha e desta com a Travessa Domingos Lacroix.

Em segundo lugar, em razão do invólucro de alvenaria de tijolos com partido em “U” definindo dois pátios simétricos internos e descobertos além de um vazio central que, por sua vez, é ocupado por arcabouço metálico coberto e aberto para a rua interna, desnivelada em relação ao Mercado, facilitando a movimentação de carga e descarga no mesmo, outra diferenciação deste exemplar. Com o tempo esta lateral foi fechada com alvenaria, janelas do tipo basculantes e porta central de correr sobre escada executada em concreto.

A rua interna situada no fundo do lote do Mercado funcionava como doca, e possuía portões de ferro em cada um dos acessos para o isolamento. A chamada “rua das carroças”, como era conhecida, ligava o Mercado ao anexo, uma construção em fita tal como um muro fronteiriço, descolada do corpo principal do edifício, e cuja função era de abrigar os sanitários públicos, os depósitos e a caixa d’água (Figura 63).



Figura 63 – Acesso Rua Interna. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

As referências encontradas a respeito da caixa d'água do Mercado de Itaqui confluem para existência de uma sotéia, que proporcionava a aproximação visual do Mercado com o rio Uruguai.

O arcabouço central metálico do Mercado é composto pela cobertura de vidro com sistema de lanternins, a qual é sustentada por 28 perfis metálicos de seção I que descarregam seus esforços sobre as fundações de pedra. O fechamento é dividido em duas partes: uma com janelas e outra com venezianas metálicas, proporcionando simultaneamente iluminação natural e ventilação cruzada (Figura 64).



Figura 64 – Cobertura e Lanternin. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

Abaixo desta cobertura, quatro bancas com balcões em mármore incrementados com pias mais altas em relação ao nível do piso, comercializavam a carne fresca. Além das quatro bancas existentes, outras

dez bancas abraçavam a estrutura metálica, possuindo também balcões de atendimento fixos com pias, construídos em alvenaria com tampo de mármore (Figura 65).



Figura 65 – Balcões Atendimento. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

A linearidade das fachadas em alvenaria é interrompida, sensivelmente, pela marcação do pórtico de acesso ao interior e pelos ressaltos dos vértices do retângulo, chanfrados nas esquinas, destacando um volume trapezoidal que é evidenciado, mais pelo volume, do que propriamente pela altura. O pórtico central divide a fachada simetricamente com cinco tramos e o módulo do torreão, cinco unidades menores com porta central e uma maior, de esquina, cujo acesso se faz pelo vértice chanfrado (Figura 66 e Figura 67).



Figura 66 – Esquina Osvaldo Aranha e Independência. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.



Figura 67 – Pórtico de Acesso. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

As fachadas em estilo eclético possuem pilastras e colunas sobre socos com capitéis jônicos, elementos decorativos em massa como guirlandas, conchas, flores e platibanda vazada (Figura 68 e Figura 69).



Figura 68 – Capitéis Jônicos Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

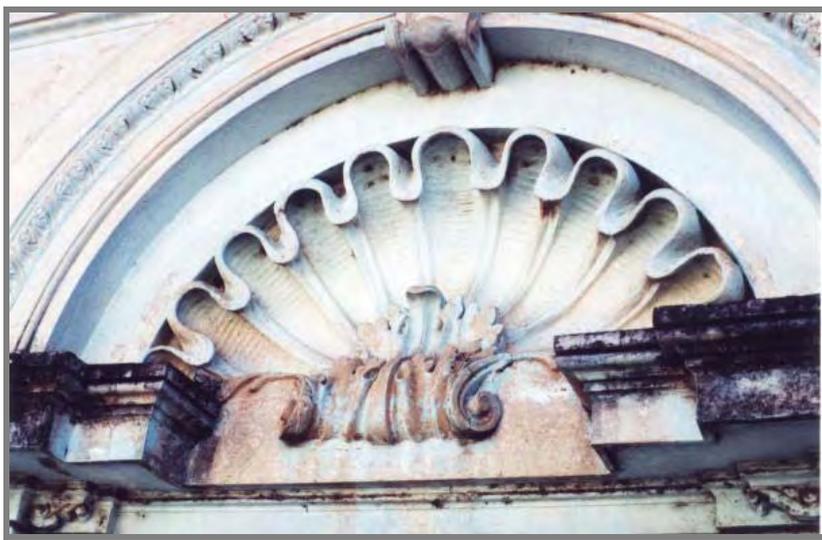


Figura 69 – Ecletismo no Mercado de Itaqui. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

Quem viveu os dias de glória do Mercado, lembra dos produtos industrializados comercializados pelas bancas, provenientes do Saladeiro Dickinson, Clarck Dickinson & Cia, inaugurado em 1910, que abatia a cada ano, cerca de 50.000 reses.

Em 1912, as condições financeiras do município eram prósperas, a cidade desenvolvia-se com belos prédios e a população, em torno de 15.828 habitantes, era 50% urbana. Ano a ano diversificavam-se as mercadorias comercializadas no Mercado Público adquiridas de fábricas itaquienses que existiam na época, tais como sabão, pão, massas, café, sucos de laranja, guaraná, móveis, bem como as mercadorias importadas da Bacia do Prata, chegadas pelo rio.

Além das características econômicas características do local, o Mercado abrigava ainda funções institucionais e culturais em suas dependências, nas lojas voltadas para a rua, como restaurante, livraria, conservatória musical, agência do IBGE e até departamento da agricultura, que tinha sede no local.

Esta diversidade de atrações combinava serviços com a possibilidade de se transitar em um moderno e bonito local e além do hábito da compra e venda, sua função primeira.

O fator principal da decadência do Mercado coincidiu, a nível internacional, com a crise econômico-mundial no período entre-guerras (1914-1918/1939-1945) e com o deslocamento da produção industrial para o eixo Rio-São Paulo, desativando as indústrias regionais; a nível estadual, com a perda do poder político regional para o poder central; e a nível municipal, queda econômica de todo o município, a partir da inauguração do Porto de Rio Grande, que desarticulou o intercâmbio comercial. As mercadorias recebidas via fluvial foram cessando e o Saladeiro fechou suas portas; a crise no comércio internacional era sentida em todo o país. Conforme Pesavento (1990, p. 83), "com relação à pecuária, o final da guerra trouxe um retraimento do consumo europeu de carnes exatamente no momento em que as empresas frigoríficas se achavam operando

em larga escala e a nível mundial. Em conseqüência, os frigoríficos diminuíram a matança e baixaram o preço do gado.”

O segundo fator de decadência das atividades comerciais do Mercado tem caráter cultural, a partir da mudança dos hábitos de compra de gêneros alimentícios, transferidos para as redes de supermercados, levando à falência e obsolescência das atividades ali praticadas, dando lugar ao abandono e à deterioração do edifício, seja pelas intempéries, seja pela falta de manutenção do edifício, seja pelo desvirtuamento do uso, com várias descaracterizações e atos de vandalismo praticados, inclusive, em seu interior (Figura 70).



Figura 70 – Vista panorâmica do Mercado de Itaqui. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaqui. IAB/2003.

Entretanto, se várias atividades representativas de comércio local estivessem se estabelecido no edifício do Mercado, provavelmente esta condição de abandono e deterioração não estaria acontecendo. Onde a atividade comercial se concentra, concentra-se, também, a animação, que é o necessário para não permitir a falência física de um edifício.

3.3.1 A Função Sintática e o Mercado de Itaqui

A análise da Função Sintática no Mercado de Itaqui difere um pouco dos demais Mercados analisados.

A partir da observação da planta (Figura 71), obtida no levantamento cadastral do Mercado em 2003, assinalada, posteriormente, com os sentidos de percurso, percebeu-se uma extensão das Rua Independência e Travessa Lacroix, aos domínios do edifício do Mercado, identificada através da Rua Interna.

Também, em razão da implantação do edifício não definir um quarteirão, ocupando parte da gleba, e localizar-se posição simétrica em relação às ruas circundantes, escolheu-se apenas um sentido de percurso para exemplificar a ligação estabelecida entre o meio (ruas de acesso) e o edifício.

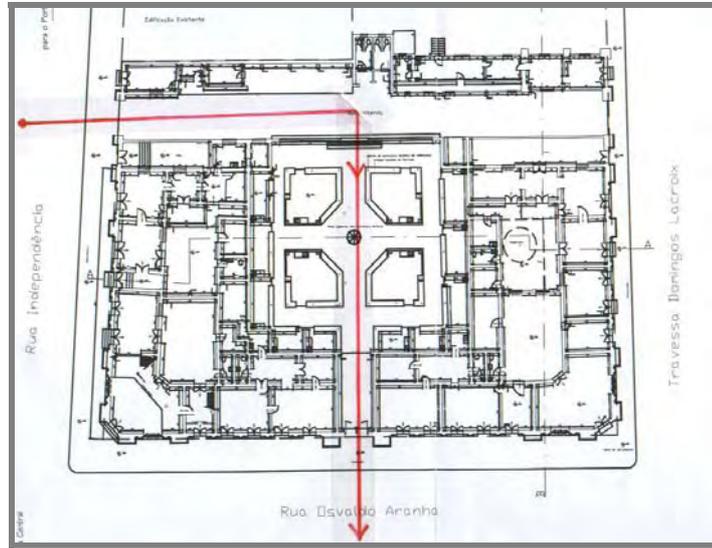


Figura 71 – Planta com sentidos de percurso do Mercado de Itaquí. Fonte: CPN Reabilitação Mercado Público Itaquí. IAB/2003.

Situação Eleita: Sentido de Percurso da Rua Independência à Rua Osvaldo Aranha

**Rua
Independência,**
espaço exterior

Portão, Rua Interna,
Escada, Porta²²

Mercado
espaço interior

Vestíbulo, Porta

**Rua Osvaldo
Aranha**
espaço exterior

Da Rua Independência ao Mercado

- Número de níveis intermediários: 4 (Portão, Rua Interna, Escada, Porta)
- Número de espaços entretecidos: 1 Enclave (Rua Interna)
- Resultado relações espaciais: $(4/1 = 4)$ Tranquilidade local

Da Rua Osvaldo Aranha ao Mercado

- Número de níveis intermediários: 3 (2 Portões, 1 Vestíbulo)
- Número de espaços entretecidos: 1 Enclave (Vestíbulo)
- Resultado relações espaciais: $(3/1 = 3)$ Tranquilidade local

²² Este fechamento é posterior ao projeto, entretanto a supressão do mesmo não implica na alteração do tipo de relação encontrada entre o edifício e o meio.

Do que concluímos: a configuração geométrica, a partir da implantação de uma Rua Interna nos domínios do edifício de Mercado, implicou em uma diferença no valor do quociente entre o número de níveis intermediários e o número de espaços entretecidos. O quociente de tranqüilidade, no sentido referido, foi superior, demonstrando uma maior continuidade entre o meio e o edifício. Também no sentido de acesso definido pelo pórtico de entrada verificou-se um quociente de tranqüilidade, porém, em virtude das barreiras a ser transpostas, para o ingresso no interior do edifício, ser em maior número, a fluidez e a permeabilidade diminuíram em relação ao primeiro.

3.3.2 A Função Semântica e o Mercado de Itaqui

FOCO SUBJETIVO

“Esta diversidade de atrações combinava a diversão com o prazer de transitar em um moderno e bonito local e ainda comprar diversas mercadorias, permitindo aos itaquienses e aos visitantes um intercâmbio sócio cultural entre os povos.” (IAB/2003).

FOCO OBJETIVO

A sentença em questão relata a importância do Mercado Público na vida social e econômica de Itaqui, bem como informa a diversidade de funções que compreendia o edifício do Mercado, comércio e serviços.

FOCO SUBJETIVO

“O prédio do Mercado era junto com o Theatro o cartão postal de Itaqui e teve significativa importância sócio econômica na época.” (IAB/2003).

FOCO OBJETIVO

Novamente a importância social do edifício é reforçada, inclusive é curiosa a associação feita do Mercado (entreposto comercial) com o Teatro (espaço cultural).

FOCO SUBJETIVO

“Captar a mensagem do lugar...Imaginem o Mercado sem o rio como cenário...não há como; neste caso, há uma fusão clara entre paisagem natural e construída.” (Romano *et alii*, 2003).

FOCO OBJETIVO

Tão importante quanto o edifício de Mercado propriamente dito, é a relação entre este e o Rio Uruguai.

FOCO SUBJETIVO

"A relação com o Rio Uruguai foi expressa através da aproximação visual entre o Rio e o antigo Mercado (...) bem ali, no local onde antes havia a caixa d'água do antigo Mercado..." (Romano *et alii*, 2003).

FOCO OBJETIVO

A relação com o Rio é novamente expressa através da presença da caixa d'água, que funcionava como mirante, possibilitando a visão panorâmica do Rio Uruguai.

FOCO SUBJETIVO

"A luminosidade natural que emana (...) e invade os espaços contíguos, foi possível a partir da liberação da estrutura metálica, uma delicada surpresa desnuda...purificada...a claridade!" (Romano *et alii*, 2003).

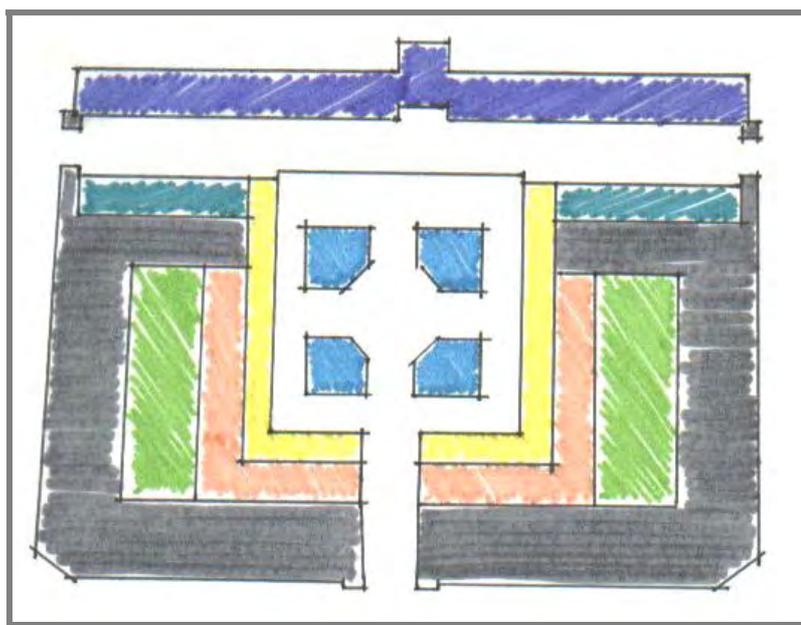
FOCO OBJETIVO

A cobertura metálica e os vidros proporcionam iluminação natural suficiente durante o dia, principalmente em razão do partido arquitetônico em "C" o qual possui um dos lados aberto.

3.3.3 A Função Pragmática e o Mercado de Itaqui

O Mercado de Itaqui difere bastante em relação aos outros Mercados analisados. Não somente pelo partido arquitetônico adotado, ou pelas dimensões mais exíguas, como pelas relações entre o edifício e o meio, mas muito pelo programa de necessidades. Atualmente o edifício do Mercado está mais com 60% dos seus espaços ociosos. Somente as lojas voltadas para a rua e os compartimentos ligados diretamente com os pátios laterais estão ocupados, com moradias, depósitos e servindo de sede para órgãos ligados à Prefeitura Municipal.

Por esse motivo, em razão do desvirtuamento de uso do Mercado, não tivemos como relatar fidedignamente o conteúdo dos espaços envolvidos, ficando a análise atrelada à informações que procuram aproximar-se da realidade, como esta: as lojas voltadas para rua abrigaram restaurantes, livrarias, conservatório musical, sede IBGE, biblioteca e até mesmo moradia, obtidas no Levantamento histórico e cadastral feito pelo IAB/RS (2003). Tal concentração de atividades, rememora o conteúdo do programa do *Filarete*, estudado no Capítulo I, cuja atividade comercial concentrava-se basicamente no centro, definindo uma diversidade espaços ao redor. Assim, buscou-se representar a situação mais próxima possível da realidade, a partir da figura abaixo (Figura 72).



Legenda do Mercado de Itaquí

- Azul Marinho = Anexo do Mercado (depósitos banheiros e caixa d'água)
- Verde-Mar = Acesso lateral
- Cinza = Lojas
- Verde = Pátios Internos
- Salmão = Espaços de apoio (banheiros, depósitos)
- Amarelo = Bancas
- Azul Celeste = Quiosques Comerciais (balcões)
- Branco = Pátio Central

Figura 72 – Mapeamento dos usos do Mercado Público de Itaquí. Fonte: Croquis da autora.

Através do esquema percebemos que, no Mercado de Itaquí, a variedade de gêneros alimentícios colocados, na época, à venda, como carnes, enlatados, embutidos, pães, café, frutas, peixes e sucos, bem como móveis e produtos importados dos países do Prata, concentravam-se no centro, junto às bancas e os quiosques.

Tanto o programa, quanto a distribuição interna e o zoneamento funcional estabeleceram uma organização centralizada, com foco direcionado para pátio central e para a rua interna que funcionava como doca, ou seja, carga e descarga de mercadorias.

A Organização Espacial Centralizada, definida também pelo Mercado de Itaquí, é constituída por uma composição de espaços equivalentes, em tamanho ou função, orientados em torno de um plano regular, no caso o pátio central. No caso específico, percebeu-se uma distribuição concêntrica dos espaços e usos, permitindo a identificação e a individualidade dos compartimentos, o que concluímos ser favorável ao desenvolvimento da função pragmática.

3.4. QUADRO SINÓTICO

Quadro 17 – Quadro das informações gerais dos Mercados estudados.

	PORTO ALEGRE	PELOTAS	ITAQUI
Arquiteto	Frederico Heydtman	Rafael Offer (1849) Manuel Itaqui (1914)	Paschoal Minoggio
Área total	15.394 m ²	4.050 m ²	1.500 m ²
Data de origem	1869	1849	1909
1ª reforma	1914	1914	
2ª reforma	1997	1969	
Sinistros	1912 – incêndio interno	1969 – incêndio interno	
Sistema Construtivo	Original = Alvenaria 1997 = Mista	Original = Alvenaria 1914 = Mista	Mista
Relação com recursos d'água	Direta – Rio Guaíba	Indireta – Canal de São Gonçalo	Direta – Rio Uruguai
Relação com a cidade	Central	Central	Periférica
Função Sintática	Tensão	Tensão	Tranqüilidade
Função Pragmática	Favorável	Desfavorável	Favorável
Organização Espacial	Centralizada	Centralizada	Centralizada
Tipo	Original = Pátio 1997 = Pavilhonar	Pátio	Pátio
Sub-Tipo	T 1 A	T 1 A	T 1 A
Série Tipológica	S a2 b1 c1 d2	S a2 b1 c1 d2	S a2 b1 c2 d3
Situação Atual	Em operação	Em operação	Desativado

AUDIÇÃO:

“(..) e seus ouvidos são preenchidos um burburinho que se completa por sons das ofertas anunciadas em alto e bom tom.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término do trabalho reconhecemos que, mesmo tomando como base edifícios de uma mesma função, espaços de comércio, encontraremos inúmeras variações em suas relações contextuais, significações, conteúdos programáticos, aspectos formais de composição e organização espacial.

Um único tema abordado, uma mesma função, no entanto, múltiplas denominações admitidas para os mais diversos espaços de comércio: ágoras gregas; foros romanos; bazares; filaretos e fondacos; praças de mercado; mercados; e dentro deste universo, os mercados brasileiros.

Para compreender melhor a evolução destes espaços, justificamos a pesquisa da historiografia proposta nos aportes iniciais. A análise diacrônica dos espaços de comércio estabeleceu uma linha de raciocínio, e mesmo que ainda não fosse, estabeleceu o ponto de partida, a análise do método projetual.

E como entendê-lo, sem saber por que fazê-lo? E como fazê-lo?

A partir das indagações propostas, o esclarecimento da motivação que levou a estudar as funções sintáticas, "(...) para a troca se realizar é necessário o encontro."; semânticas, "(...) caudal humano pelos portões laterais"; e pragmáticas, "pavilhão das tartarugas". Assim, percorrendo os espaços físicos, os espaços perceptíveis e os espaços conceituais, costurou-se realidades que ora se aproximam, ora se distanciam.

E paralelamente à importância do por que fazer, era preciso investigar como havia sido feito. Para tanto se buscou os fundamentos de Dürand, Cloquet, Pevsner e Geraldo Gomes da Silva, cujos méritos não estão em produzir edifícios de mercado, mas sobretudo por idealizá-los, decompô-los, relacioná-los ou classificá-los.

Entretanto, no desenvolver do trabalho, esbarramos sempre na mesma dificuldade: a exígua bibliografia sobre o tema, obrigando-nos, permanentemente, a fazer conexões, procurar analogias e extrair relações.

Desta investigação descobrimos, através da função semântica, que o potencial significativo dos edifícios de comércio é equivalente ao seu potencial utilitário. Também descobrimos, através da função sintática, que quanto mais curto for o limite entre os domínios externo e interno, maior será a tensão espacial, e menor será a continuidade entre eles; e finalmente, que a sistematização das informações referentes ao conteúdo programático, combinados com o estudo da organização espacial, podem favorecer o desenvolvimento da função pragmática do edifício.

Já no que se refere à composição da forma, descobrimos que não há um “Tipo Ideal” de mercado, mas “Tipos Ideais”, que são o Tipo Pátio e o Tipo Pavilhonar, com suas derivações ou Sub-Tipos, e com suas Séries Tipológicas que, provenientes do estudo das idéias geradoras da forma, definem especificidades que podem ser comuns a outros modelos de composição, definindo assim uma nova classificação para os espaços de comércio.

Entretanto, um dos pontos interessantes da pesquisa foi poder confrontar dados e descobrir similaridades e contradições entre os Mercados de Porto Alegre, Pelotas e Itaqui.

Dos três mercados analisados, por exemplo, os dois primeiros apresentaram semelhanças nas suas funções sintáticas, na organização espacial, e ainda, na correspondência entre os Tipos, Sub-Tipos e Séries Tipológicas, conforme relaciona o quadro sinótico proposto anteriormente. Da mesma forma encontramos relações entre os Mercados de Porto Alegre e Itaqui, como a ligação direta com o recurso d’água e a função pragmática.

Sendo os aportes das funções sintática, semântica e pragmática, e o estudo da composição da forma, nos edifícios de mercado gaúchos, os principais objetivos deste trabalho, acreditamos ter contribuído, gerando possibilidades alternativas de classificação e interpretação do espaço de comércio e, principalmente, não restringindo, com abordagens e linguagens puramente técnicas, o interesse ou a compreensão do leitor.

BIBLIOGRAFIA

ALMANAQUE DE PELOTAS, 1914.

ARGAN, Giulio Carlo. Tipologias. *Summarios*, 79, julho 1984.

_____. **Proyecto y Destino**. Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1969.

_____. **Sobre o conceito de tipologia arquitetônica**. In: Projeto e Destino. São Paulo: Ática, 2000.

ARRIADA, Eduardo. **Pelotas: Gênese e Desenvolvimento Urbano: 1780-1835**. Pelotas: Armazém Literário 1994.

BENÉVOLO, Leonardo. **História da Arquitetura Moderna**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

_____. **História da Cidade**. 3 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.

CALDAS, Sérgio Júlio. **Nas Fronteiras do Islã**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

CHING, Francis D.K. **Arquitetura, Forma, Espaço e Ordem**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

CLARK, Roger H; PAUSE, Michael. **Arquitetura: Temas de Composição**. México: Editora Gustavo Gili, 1996.

CLOQUET, Louis. *Traité d'Architecture: Elements de L'Architecture, Types d'édifices*. Tome Quatrieme. Paris e Liège: Libririe Polytechnique Ch. Béranger Éditeur, 1900.

COLIN, Silvio. **Uma Introdução à Arquitetura**. Rio de Janeiro: UAPÊ, 2000.

COLLINS, Peter. *Changing Ideals in Modern Architecture*. Montreal: McGill Queen's University Press, 1967.

CRUZ, Cláudio. In: ZH Cultura. **O mais porto-alegrense dos prédios**. 19/04/1997.

CRUZ, Glenda Pereira. **Rural e Urbano Espaços da Expansão Medieval: Origem da Organização Ibero - Americana?** Porto Alegre, 1997.

_____. **Espaço Construído e a Formação Econômico-Social do Rio Grande do Sul**. 1984. Dissertação (Mestrado em Urbanismo) – Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Urbanismo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

CULLEN, Gordon. **Paisagem Urbana**. Lisboa: Edições 70 LDA, 1993.

DINIZ, Hugo. **Velho Mercado**. Soneto. Pelotas, 1969.

DURAND, J.N.L. *Précis des Leçons d'Archiecture*. Paris; Firmin Didot, 1819.

- FRANCO, Sérgio Costa. **Porto Alegre: Guia Histórico**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1998.
- _____. Caderno Cultura ZH. Porto Alegre, abr. 1997.
- FREITAS, Abott. *In* Mercado Humaniza Pelotas. Diário Popular. 22/05/1994.p. 9.
- GORBERG, Samuel; FRIDMAN, Sergio. **Mercados no Rio de Janeiro. 1834-1962**. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2003.
- GRAEFF, Edgar A. Edifício. **Cadernos Brasileiros de Arquitetura**. São Paulo: Projeto Editores Associados LTDA.
- HOURANI, Albert. **Uma História dos Povos Árabes**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- INSTITUTO DOS ARQUITETOS DO BRASIL. **Mercado Público de Porto Alegre**. Boletim Informativo do IAB/RS. Porto Alegre, abr. 1997, p.4.
- _____. **Levantamento cadastral**. Concurso Público Nacional de Reabilitação do Antigo Mercado Público de Itaquí. IAB/RS, 2003.
- KOCH, Wilfried. **Dicionário dos Estilos Arquitetônicos**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- LEMOS, Carlos C.; CORONA, Eduardo. **Dicionário da Arquitetura Brasileira**. São Paulo: EDART, 1972.
- LEON, Zênia. Mercado Público Municipal. DM Cultura 7. Pelotas, 20/12/1992.
- LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- MACEDO, Francisco Riopardense de. **Porto Alegre: História e Vida da Cidade**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1973.
- MACHADO, Dyonelio. **Os Ratos**. São Paulo: Ática, 1984.
- MAHFUZ, Edson da Cunha. **Composição e Caráter e a arquitetura no fim do milênio**. Projeto Design, 195, São Paulo, abr. 1996.
- _____. **Ensaio sobre a Razão Compositiva**. Belo Horizonte: AP Cultural, 1995.
- MARTINEZ, Alfonso Corona. *Ensayo sobre el proyecto*. Buenos Aires: CP67, 1990.
- MORAES, Carlos. **Mercados Populares do Brasil**. SR: DBA Artes Gráficas, 1993.
- MORAES, Henrique Carlos. **Praça do Mercado de Pelotas**. 1970. 4p.
- MORRIS, A. E. J. *Historia de la Tipologia Urbana*. Barcelona: Gustavo Gili S.A, 1984.
- MUNFORD, Lewis. **A Cidade na História**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1998.
- NETTO, J. T.C. **A Construção do Sentido na Arquitetura**. São Paulo: Editora Perspectiva S.A, 1999.
- PANERAI, Philippe, *et alii*. *Elementos de Analisis Urbano*. Madrid: Instituto de Estudios de Administracion Local, 1983.
- PELOTAS SÉCULO XIX. **Cadernos e Folhas de Arquitetura e Urbanismo**. Pelotas, 1994.

- PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre : Mercado Aberto, 1984.
- PEVSNER, Nikolaus. *Historia de Las Tipologias Arquitectonicas*. 2. ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A, 1979.
- PRADO, Caio Jr. **História Econômica do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. **Mercado Público Central – Um Importante Capítulo da Nossa História**. Porto Alegre, 1993.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. **Mercado Público, 1869-1996**. Unidade Editorial de Porto Alegre: Porto Alegre, 1996.
- QUINCY, A. C.Q. *Extracts from the Encyclopedie Methodique*. 9H, n. 7, 1985, Londres.
- QUINCY, Quatremére. *L'Imitation*. Bruxelas: Ed. A. A M., 1980.
- RICCORDI, Paulo de Tarso. **Um lugar no mundo**. ZH Cultura. 19 04 1997.
- ROTH, Leland. *Entender la Arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- ROMANO L., FLÔRES A., DOTTI H. **Concurso Público Nacional de Reabilitação do Antigo Mercado Público de Itaqui**. Memorial de Intenções. 2003.
- ROMANO, Leonora; SCHLEE, Andrey Rosenthal. **Mercado Central de Pelotas – Uma Proposta de Intervenção**. 2000. Trabalho de Graduação em Arquitetura e Urbanismo – Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.
- ROWE, Colin. *The Mathematics of the Ideal Villa and Other Essays*. Cambridge: MIT Press, 1981.
- _____. Caráter Y Composición, o algumas vicissitudes del Vocabulario Arquitectónico del Siglo XIX, 1989, 20p.
- SAINT-HILAIRE, Auguste de. **Viagem ao Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: ERUS, 1987.
- SCHLEE, Andrey Rosenthal. **O Eclétismo na Arquitetura Pelotense até as Décadas de 30 e 40**. 1993. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- _____. **Composição e Caráter no Mercado Municipal de Pelotas**. UFRGS, 1990.
- SILVA, Geraldo Gomes. **Arquitetura do Ferro no Brasil**. São Paulo : Nobel, 1987.
- STROETER, João R. **Arquitetura e teorias**. São Paulo: Nobel, 1986.
- STRÖHER, Eneida *et alii*. **O Tipo na Arquitetura: da teoria ao projeto**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.
- TAHAN, Malba. **Amor de Beduíno**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- _____. **O Homem que Calculava**. Rio de Janeiro: Record, 2002. 59 Ed.
- VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Editora Senac, 2001.

VILLELA, Ana Laura. **Mercado Público de Pelotas: Projeto de Reciclagem**. 1995. Trabalho de Graduação em Arquitetura e Urbanismo – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.

WEIMER, Günter. **O Urbanismo no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS/PMPA, 1992.

_____. **Síntese Rio-Grandense: A Arquitetura**. Porto Alegre : Ed. da Universidade/UFRGS 1992.

*“(...) quando você entra num bazar,
seus sentidos são assaltados
por milhares de odores dos mais variados condimentos,
seus olhos perdem-se num colorido infinito e
seus ouvidos são preenchidos por um burburinho
que se completa por sons das ofertas anunciadas em alto e bom tom.
Você pode sentir o gosto do pó na ponta da sua língua e até ser tocados
pelos vendedores ávidos em fazer contato.
Mas quanto mais avançar nesse labirinto, mais deixar-se á levar pelo fluxo.
Mais que estímulo sensorial, os recém chegados são intoxicados
por essa atmosfera única do bazar.”*

*Weiss apud Vargas em Espaço Terciário:
o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio.*