



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
CAMPUS LAGARTO
COORDENAÇÃO DO BACHARELADO EM ARQUITETURA E URBANISMO

CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES

**REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL ROSENDO RIBEIRO NO
MUNICÍPIO DE LAGARTO/SE**

Lagarto
2024

CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES

**REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL ROSENDO RIBEIRO NO
MUNICÍPIO DE LAGARTO/SE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Arquitetura e Urbanismo do
Instituto Federal de Sergipe, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharelado em
Arquitetura e Urbanismo.

Orientador: Prof. Me. Marcos Vinícius Santana
Prudente.

Lagarto
2024

Rodrigues, Crislaine dos Santos.
R612r Requalificação do mercado municipal Rosendo Ribeiro no município de
Lagarto/Se / Crislaine dos Santos Rodrigues. Lagarto, 2024.
75 f. ; il.

Monografia (Graduação) – Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo. Ins-
tituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS, 2024.
Orientador: Prof. Esp. Marcos Vinícius Santana Prudente.

1. Edificação. 2. Desenvolvimento humano. 3. Pesquisa qualitativa.
4. Metodologia da pesquisa. I. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecno-
logia de Sergipe – IFS. II. Título.

CDU 697 (813.7)

CURSO DE BACHARELADO EM ARQUITETURA E URBANISMO

TERMO DE APROVAÇÃO

Título da Monografia

**REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO MUNICIPAL ROSENDO RIBEIRO NO
MUNICÍPIO DE LAGARTO/SE.**

CRISLAINE SANTOS RODRIGUES

Esta monografia foi apresentada às 16 horas do dia 24 de setembro de 2024 como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Arquitetura e Urbanismo**. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos examinadores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Documento assinado digitalmente
 **LUCYCLEIDE SANTOS SANTANA**
Data: 03/10/2024 13:18:35-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Lucycleide Santos Santana
IFS – Campus Lagarto
Avaliador Interno

Documento assinado digitalmente
 **MONICA FERREIRA DA SILVA**
Data: 03/10/2024 15:17:35-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.(a). Me. Mônica Ferreira da Silva
Arquiteta e Urbanista
Avaliadora Externa

Documento assinado digitalmente
 **MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE**
Data: 03/10/2024 08:54:18-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Marcos Vinícius Santana Prudente
IFS - Campus Lagarto
Orientador(a)

Documento assinado digitalmente
 **ANSELMO ARAUJO MATOS**
Data: 03/10/2024 09:01:15-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Anselmo Araujo Matos
Coordenador do Curso de
Arquitetura e Urbanismo – IFS
Campus Lagarto

“Dedico esse trabalho aos meus pais, que sob
muito sol, fizeram-me chegar até aqui, na
sombra”

AGRADECIMENTOS

A caminhada de um curso de Arquitetura e Urbanismo é longa, exige muito comprometimento, dedicação e renúncias até alcançar o objetivo final. Ao trilhar esse árduo e longo caminho, foi necessário renovar as forças para conseguir ânimo e seguir em frente. Nesta longa trajetória, me deparei com aqueles que foram fundamentais para que chegasse até aqui.

Primeiramente, a Deus por ter conseguido realizar esse sonho que nem fazia ideia que tinha e por me dar forças para seguir firme até aqui.

Aos meus pais, Edivaldo e Denilsa, que são as peças fundamentais que me fizeram chegar até aqui, sempre sonhando junto comigo, apoiando, incentivando e dando forças para não deixarem eu desistir dos meus objetivos.

A minha família (tios, tias, primos, avós, afilhados), que entenderam a minha ausência nesse período, sempre presentes e me apoiaram sempre, o incentivo de vocês foram importantes para continuar.

Aos meus amigos que fiz ao longo deste percurso e aos que sempre estiveram comigo, sempre me apoiando e incentivando. Vocês fizeram a caminhada ser mais leve e mais divertida, o que tornou as coisas mais fáceis.

Por fim, ao meu orientador, professor Marcos Prudente, pela paciência, confiança e conhecimento compartilhado. Estendo também, a todo corpo docente do IFS / Lagarto, vocês fizeram toda a diferença, levarei os ensinamentos e conselhos para sempre.

MUITO OBRIGADA!!!

RESUMO

As feiras livres e mercados municipais são importantes para as cidades, pois influenciam na economia e cultura local, sendo ponto de encontro e de comércio. Desde o seu surgimento até os dias atuais, o mercado municipal de Lagarto/SE é conhecido como um dos mais importantes do estado, devido a sua quantidade de feirantes e de produtos expostos. Este trabalho tem por objetivo propor a requalificação do Mercado Público Rosendo Ribeiro, localizado no município de Lagarto em Sergipe, a fim de melhor atender às necessidades dos seus usuários, eliminando os atuais transtornos de falta de acessibilidade, higiene, desorganização e subutilização espacial além de propor novas opções de gastronomia e lazer para a sociedade lagartense. Para o desenvolvimento desse trabalho foi utilizada uma metodologia de caráter misto, qualitativa e quantitativa. O trabalho foi dividido em etapas como levantamento bibliográfico, visitas in loco, estudos de casos e o desenvolvimento da proposta de revitalização e requalificação do espaço mercado Rosendo Ribeiro. Conclui-se que a requalificação do mercado, resgata a importância da sua história e da sua cultura, além de trazer conforto aos consumidores e feirantes com ambientes seguros, acessíveis e agradáveis, que envolve não apenas a sua estrutura física como também questões sociais, culturais e econômicas, o qual é fundamental para a identidade da vida urbana da cidade.

Palavras-chave: requalificação; mercado municipal; sociedade; comércio.

ABSTRACT

Street markets and municipal markets are important for cities, as they influence the local economy and culture, and are meeting and commercial points. Since its inception to the present day, the municipal market of Lagarto/SE has been known as one of the most important in the state, due to its number of vendors and products on display. This study aims to propose the requalification of the Rosendo Ribeiro Public Market, located in the municipality of Lagarto in Sergipe, in order to better meet the needs of its users, eliminating the current inconveniences of lack of accessibility, hygiene, disorganization and underutilization of space, in addition to proposing new gastronomy and leisure options for the Lagartense society. A mixed methodology, qualitative and quantitative, was used to develop this study. The study was divided into stages such as bibliographical survey, on-site visits, case studies and the development of the proposal for revitalization and requalification of the Rosendo Ribeiro market space. It is concluded that the requalification of the market rescues the importance of its history and culture, in addition to bringing comfort to consumers and market vendors with safe, accessible and pleasant environments, which involves not only its physical structure but also social, cultural and economic issues, which is fundamental to the identity of the city's urban life.

Keywords: requalification; municipal market; society; commerce.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Localização de Lagarto - SE.....	15
Figura 02 – Localização dos mercados de Lagarto -SE.....	22
Figura 03 – Construção do Mercado Rosendo Ribeiro em 1964.....	24
Figura 04 – Construção do Mercado Rosendo Ribeiro em 1964.....	24
Figura 05 – Imagem aérea do Mercado Rosendo Ribeiro nos dias atuais.....	26
Figura 06 – Imagem aérea do Mercado Rosendo Ribeiro nos dias atuais.....	25
Figura 07 – Desnível existente do Mercado Rosendo Ribeiro	26
Figura 08 – Desnível existente do Mercado Rosendo Ribeiro	27
Figura 09 – Falta de higiene no Mercado Rosendo Ribeiro.....	27
Figura 10 – Falta de higiene no Mercado Rosendo Ribeiro.....	27
Figura 11 – Produtos expostos no Mercado Rosendo Ribeiro.....	28
Figura 12 – Falta organização lógica do Mercado Rosendo Ribeiro.....	29
Figura 13 – Falta organização lógica do Mercado Rosendo Ribeiro.....	29
Figura 14 – Falhas da cobertura do Mercado Rosendo Ribeiro.....	30
Figura 15 – Falhas da cobertura do Mercado Rosendo Ribeiro.....	30
Figura 16 – Fluxograma da metodologia.....	34
Figura 17 – Fachada externa do Mercado Municipal de São Paulo.....	35
Figura 18 – Planta baixa esquemática.....	36
Figura 19 – Vitral do Mercado Municipal de São Paulo.....	36
Figura 20 – Imagens internas do Mercado Municipal de São Paulo.....	37
Figura 21 – Fachada do Time Out Market.....	38
Figura 22 – Fachada do Time Out Market.....	39
Figura 23 – Área de alimentação do Time Out Market.....	40
Figura 24 – Área de refeição do Time Out Market.....	40
Figura 25 – Planta baixa esquemática da praça de alimentação.....	41
Figura 26 – Localização do Mercado.....	43
Figura 27 – Esquema de ventilação e insolação.....	44
Figura 28 – Implantação e acessos.....	45
Figura 29 – Fluxograma.....	46
Figura 30 – Fachada Sul.....	47
Figura 31 – Fachada Leste.....	47

Figura 32 – Fachada Oeste.....	48
Figura 33 – Interna do Mercado.....	48
Figura 34 – Setorização do Mercado.....	49
Figura 35 – Setor de vendas.....	50
Figura 36 – Setor de vendas interno.....	50
Figura 37 – Setor alimentação.....	41
Figura 38 – Quiosque bar.....	52
Figura 39 – Setor alimentação.....	52
Figura 40 – Setor alimentação.....	53
Figura 41 – Setor administrativo.....	53
Figura 42 – Serviço de vendas.....	54
Figura 43 – Serviço de alimentação.....	55
Figura 44 – Bancas de hortifrúti.....	55
Figura 45 – Bancas de hortifrúti.....	56
Figura 46 – Bancas de empório e temperos naturais.....	56
Figura 47 – Box de cereais e grãos.....	57
Figura 48 – Box de cereais e grãos.....	57
Figura 49 – Box tecido.....	58
Figura 50 – Box de tecido internamente.....	59
Figura 51 – Box de roupas externa.....	59
Figura 52 – Box de roupas internamente.....	60
Figura 53 – Box de calçado.....	60
Figura 54 – Box de artesanato.....	61
Figura 55 – Box de artesanato.....	61
Figura 56 – Nova cobertura do Mercado.....	62
Figura 57 – Fachada Oeste.....	62
Figura 58 – Cobertura envidraçada, vista por dentro do Mercado.....	63
Figura 59 – Fachada Norte aérea.....	63
Figura 60 – Detalhamento da ventilação.....	64

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFS	Instituto Federal de Sergipe
SE	Sergipe
TCC	Trabalho de conclusão de curso

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Os mercados públicos no Brasil	19
2.2	Os mercados do Município de Lagarto-Se.....	21
2.3	O mercado Rosendo Ribeiro.....	23
2.4	A requalificação urbana.....	31
3	METODOLOGIA.....	33
4	ESTUDOS DE CASOS	35
4.1	Mercado Municipal de São Paulo.....	35
4.2	Time Out Market (Mercado da Ribeira).....	33
5	PROJETO ARQUITETÔNICO.....	43
5.1	Estudo de viabilidade.....	43
5.1.1	Localização do mercado.....	43
5.1.2	Ventilação e isolamento.....	44
5.1.3	Condicionantes legais.....	44
5.2	Implantação e acessos.....	44
5.3	Programa de necessidades.....	45
5.4	Fluxograma.....	46
5.5	Volumetria.....	46
5.6	Conceito e partido.....	48
5.7	Setorização.....	49
5.8	Setores.....	49
5.8.1	Vendas.....	49
5.8.2	Alimentação e cultural.....	51
5.8.3	Adminstrativo.....	53
5.8.4	Serviço.....	53
5.9	Bancas de hortifrúti.....	55
5.10	Bancas de empório e temperos naturais.....	56
5.11	Boxes de cereais e grãos.....	57
5.12	Boxes de roupas, calçados e tecido.....	58
5.13	Boxes do artesanato.....	60

5.14	Cobertura.....	62
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
	REFERÊNCIAS	66
	APÊNDICES – ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO.....	68

1. INTRODUÇÃO

Os mercados públicos são equipamentos urbanos importantes e que merecem destaque, pois além de proporcionar ambientes para desenvolvimento e exposição das atividades comerciais, representam muitas vezes a história, a tradição e a cultura local das cidades em que estão inseridos

A origem dos mercados está diretamente associada ao desenvolvimento do comércio, que aconteceu quando o homem deixou de produzir apenas para consumo próprio e passou a comercializar os excedentes, funcionando como moeda de troca por outros produtos e artigos. Além disso o aperfeiçoamento e o desenvolvimento de novas tecnologias, aliados à facilidade de deslocamento entre as cidades, que cresciam cada vez mais, intensificou essa troca de produtos e tornou possível o crescimento dessa atividade, passando se chamar mercado.

Os mercados municipais desempenham um papel crucial na história e na cultura das cidades de todo o mundo, sendo um ponto de encontro, de comércio e de intercâmbio cultural por séculos. Em um cenário em constante transformação, equipamentos urbanos têm uma importância fundamental na economia local e no dia a dia das cidades, refletindo as mudanças sociais, econômicas e culturais ao longo do tempo. No entanto, apesar de uma longa tradição, atualmente muitos mercados municipais enfrentam uma série de desafios e problemas que comprometem sua sustentabilidade e relevância.

A cidade de Lagarto, objeto desse estudo, não difere desse panorama, o mercado Rosendo Ribeiro, há tempos tem sido um ponto de encontro fundamental para a comunidade local, vem enfrentando obstáculos cada vez maiores que comprometem sua integridade e sua capacidade de atender às necessidades da população. Esse importante equipamento, que possui raízes profundamente entrelaçadas com a identidade e a economia regional, demanda uma análise crítica e um plano de requalificação que leve em consideração seu significado histórico, seu potencial econômico e as problemáticas que a afetam.

O município de Lagarto, está localizado na região centro-sul do estado de Sergipe, à 75 km da capital Aracaju (Figura 01), sendo umas das maiores cidades do interior do estado, segundo o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) 2022, a sua população é de 101.579 habitantes, tornando o quarto município mais populoso do estado. À cidade vem aumentando suas taxas de urbanização rapidamente, seu desenvolvimento se deu de forma relevante na segunda metade do Século XX, em virtude dos resultados da sua diversidade agrícola. Atualmente, é notável um subcentro regional, destacando-se como um importante centro empresarial, dispondo de atividades comerciais e industriais, além de uma

recente e importante estrutura de formação acadêmica técnica e superior, transformando o município em uma cidade universitária e exercendo um forte poder de atração populacional e de investimentos, contribuindo na geração de um crescimento econômico mais acelerado.

Figura 01 – Localização de Lagarto / Sergipe.



Fonte: IBGE (2023)

Para ilustrar os desafios enfrentados pelo mercado Rosendo Ribeiro, podemos citar a falta de acessibilidade das instalações para pessoas com mobilidade reduzida, impedindo que elas participem igualmente da feira, prejudicando tanto os comerciantes quanto os visitantes; a falta de medidas adequadas de higiene e saneamento, que comprometem a segurança alimentar dos produtos vendidos, colocando em risco a saúde dos consumidores; e a exposição inadequada dos produtos às condições climáticas favorecendo a deterioração e resultando em perdas financeiras para os comerciantes e causando impactos ambientais negativos, a ausência de uma organização clara e lógica dos espaços que dificultam a orientação dos visitantes e reduz a eficiência operacional do mercado.

A requalificação urbana é uma resposta dinâmica e multidisciplinar aos desafios enfrentados pelas cidades em constante evolução. Esse processo abrange uma série de características que visam não apenas transformar o ambiente físico, mas também melhorar a qualidade de vida e a dinâmica social nas áreas urbanas. Sendo um processo dinâmico que busca transformar cidades em ambientes mais sustentáveis, inclusivos e eficientes, através de

características multidisciplinares, princípios fundamentais e conceitos específicos. Esse processo visa criar espaços urbanos que atendam às necessidades presentes sem comprometer as gerações futuras, respeitando a diversidade e preservando a identidade de cada comunidade. A requalificação urbana é um conceito que vai além da estética, abordando a restauração de espaços urbanos prejudicados por atividades comerciais e crescimento desordenado. Esse conceito destaca a importância de restaurar não apenas a aparência, mas também a funcionalidade e a saúde ambiental dessas áreas.

A busca por soluções eficientes não apenas melhora a funcionalidade das áreas urbanas, mas também contribui para a criação de ambientes mais habitáveis e dinâmicos. O respeito à identidade local é um princípio que se conecta diretamente à valorização do patrimônio. Ao reconhecer e promover a identidade cultural e histórica de uma região, a requalificação não apenas preserva o passado, mas também fortalece a coesão social e o senso de pertencimento. Esse conceito busca não apenas melhorar a estética, mas também revitalizar a função e o propósito dessas áreas. Esse conceito reconhece a importância de não apenas criar novos espaços, mas também revitalizar os existentes, preservando a autenticidade e a história da comunidade.

Diante da problemática apresentada, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em arquitetura e urbanismo, tem como objetivo principal desenvolver um projeto de Requalificação do Mercado Municipal Rosendo Ribeiro em Lagarto/SE e seu entorno imediato, solucionando a problemática existente e oferecendo maior diversidade de atividades e opções de lazer e cultura para a população.

Para alcançar o seu objetivo geral, esse TCC tem como objetivos específicos: Conhecer a história do Mercado Municipal Rosendo Ribeiro; Entender a importância e a relação do Mercado Público com a cidade e sua população; Diagnosticar a área em estudo para compreender as condicionantes de projeto; Compreender o funcionamento e os usos de um mercado público através de estudos de caso e análises de referenciais projetuais para definição do programa de necessidades; Verificar a viabilidade técnica e legal da proposta através dos estudos das legislações específicas; Desenvolver todas as etapas da proposta arquitetônica.

O desenvolvimento desse trabalho se justifica pelo resgate das questões culturais e históricas do mercado municipal Rosendo Ribeiro em Lagarto, além da possibilidade de adequação e requalificação desse importante espaço a fim de trazer um maior conforto aos frequentadores e feirantes, propondo um ambiente agradável, seguro e acessível levando em consideração os aspectos que envolvem não apenas a sua estrutura física, mas também suas

questões culturais, sociais e econômicas como elementos fundamentais da identidade e da vida urbana da cidade.

Este TCC foi dividido em quatro etapas estruturais, inicialmente foi realizado um amplo levantamento bibliográfico para a fundamentação teórica da proposta. Na sequência deu-se início às visitas in loco para identificação das problemáticas existentes no mercado municipal. Após esta etapa, foi realizado um estudo de caso, com projetos de requalificação de mercados bem-sucedidos e por fim, com o lastro das três etapas iniciais, foi desenvolvido uma proposta de requalificação para o mercado Rosendo Ribeiro no Município de Lagarto/SE.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os temas que fundamentaram esta pesquisa traçam um panorama geral sobre o surgimento dos mercados municipais e sua importância para economia local, aborda também o conceito sobre requalificação urbana levantando as principais teorias e sua importância para a cidade. Essas informações têm o intuito de embasar a temática deste estudo.

Os mercados têm desempenhado um papel significativo na história econômica e cultural do Brasil, suas raízes são profundas e retornam aos tempos coloniais, tendo sido influenciadas por diversos fatores históricos e culturais. Para compreender melhor como as feiras surgiram no Brasil, é necessário considerar algumas teorias e evidências históricas.

No Brasil, as feiras têm suas origens nas práticas comerciais trazidas pelos colonizadores portugueses no século XVI. Segundo a historiadora Maria de Fátima Gouvêa (2006), as feiras integraram o sistema colonial do comércio e tinham como objetivo facilitar a troca de produtos europeus, africanos e indígenas, nessas feiras, era normal trocar e comercializar produtos como açúcar, café, especiarias, escravos, e assim por diante. As feiras no Brasil também foram moldadas pelas tradições comerciais das populações indígenas e africanas com influência europeia.

O antropólogo Darcy Ribeiro (2008) relata a forma como as feiras brasileiras se configuraram como espaços de encontro e interação entre culturas distintas, resultando em uma ampla diversidade cultural e culinária. Na medida que o processo de urbanização e crescimento econômico avançava no país, as feiras se tornaram mais estruturadas e se estenderam pelas áreas urbanas, durante o século XIX, elas desempenharam um papel fundamental no suprimento das cidades em rápido crescimento, oferecendo alimentos frescos e outros produtos essenciais. Ao longo dos tempos, as feiras passaram por diferentes estágios de regulamentação e organização. No início do século XX, o governo brasileiro começou a implementar políticas para padronizar e controlar as feiras, buscando aprimorar a qualidade dos produtos comercializados e assegurar a saúde pública.

Em constantes evolução as feiras no Brasil, atualmente, deixaram de ser apenas espaços comerciais para se tornarem verdadeiros pontos culturais e turísticos, onde os visitantes podem vivenciar a incrível diversidade da culinária brasileira, apreciar o artesanato local e se encantar com as tradições regionais. Além disso, muitas feiras incorporam princípios de sustentabilidade e comércio justo, refletindo a preocupação com o meio ambiente e a justiça social.

Basicamente, as feiras no Brasil possuem uma história rica e multifacetada que se

originou no período colonial, que foi influenciada por diversas culturas ao longo do tempo, porém, elas passaram por transformações significativas e se tornaram muito mais do que meros espaços de comércio, atualmente elas desempenham um papel fundamental na vida econômica e cultural do país, mantendo viva a identidade e a alma brasileira.

2.1 Os mercados Públicos no Brasil

Os mercados públicos surgiram no Brasil durante a colonização dos portugueses, através do seu processo de expansão do comércio exterior e formação de mercado mundial, provenientes da expansão marítima e comercial com a expansão do capitalismo. Ao fundarem as primeiras cidades em sua nova colônia, os portugueses criaram os primeiros mercados e organizam de acordo com os padrões da Europa, que se dava em decorrência de reuniões de pessoas, produtos, mercadorias e negociantes, com apenas uma finalidade, a de comercializar produtos agrícolas e animais em grande escala, o que era novidade para um mercado interno, que era inexistente.

Durante este período histórico, previamente à instalação dos mercados, na maioria das cidades coloniais, o comércio informal para abastecimento de alimentos da população era feito nas ruas e praças públicas.

Os principais elementos que originaram os mercados municipais no Brasil foram: o renascimento comercial europeu; à exportação das feiras da Europa para as colônias portuguesas logo após a expansão marítima comercial; o desenvolvimento do comércio do gado o qual foi responsável pela ocupação do interior da região Nordeste no século XVII estabelecendo inúmeros núcleos ao longo do ‘caminho do gado’ e influenciando na formação de praças, mercado e feiras livres e ainda as mudanças que ocorreram no sistema de transporte de animais, que determinou no enfraquecimento das feiras do gado no interior da região Nordeste, resultando na ascensão das feiras livres, e também os mercados.

Não existiam mercados no início da sua colonização, os nativos possuíam economia dos tipos subsistência, como explica Andrade (2011):

Assim, as tribos indígenas brasileiras não haviam se desvinculado da idade da pedra, não havendo, dessa forma propriedade privada, somente uma demarcação das áreas de cada tribo, as quais não tinham limites, a agricultura e a precária, baseada no cultivo de tubérculos, principalmente mandioca. Elas eram por vezes obrigadas a migrarem em busca de novas áreas que atendessem suas necessidades, ou seja, a procura de alimentos (Andrade, 2011, p. 28)

No período que precedeu a colonização do Brasil, as tribos indígenas possuíam atividades de subsistência, ou seja, apenas com o intuito de satisfazer suas necessidades imediatas sem dar importância à produção de excedentes para acumulação de riquezas, na qual era desconhecida a propriedade privada. A separação entre os trabalhos manuais e intelectuais não existia, quando o nativo começa a reconhecer essa diferença, se inicia o surgimento do mercado como uma forma de comercialização de produtos, surgindo então, os dois tipos de trabalhador: o que vende a sua força de trabalho e o que oferece produtos para o mercado.

Os indígenas possuíam simplicidade nas suas tradições comerciais, que foram incentivados a comercializar com os colonizadores, inicialmente fornecendo para Europa produtos exóticos como papagaios, enfeite de plumas e macacos, e em seguida, forneceram mercadorias mais significativas como pau-brasil, farinha de mandioca e algodão, que para os portugueses, esse comércio era insuficiente, e por essa razão, começaram a saquear aldeias e escravizá-los.

Portanto, há uma transição na qual o Brasil sai de um momento que o homem é totalmente subordinado ao ciclo natural da natureza, com apenas o essencial para sua sobrevivência, para uma sociedade com base na exploração do trabalho, capitalista que se acomoda do país, dando início ao processo de denominação da cidade sobre o campo, ou seja, dividindo o trabalho manual do intelectual, através do mercado comandando as atividades de produções. Resultando em alguns problemas como:

O resultado não foi como se processou na Europa, ou seja, a transformação da comunidade comunista numa sociedade de produtores privados livres com a troca de mercadorias. Porque a propriedade comum abolida não se torna propriedade privada dos indígenas, ela é roubada pelos europeus; aqueles despojados de sua antiga situação de subsistência e dos meios de produção, foram transformadas a princípio em escravos ou sumariamente exterminados e depois marginalizados, não deve ter sido simples a mudança de uma economia coletiva para uma exploração a vida de investimento. A saída foi apelar ao capital internacional, que por um bom tempo controlou a circulação das mercadorias lusitanas produzidas no Brasil. (ANDRADE, 2011, p.30)

A primeira referência de mercado e feiras no Brasil foi estabelecida após 48 anos da vinda do primeiro navio de portugueses, em 1548, quando o rei Dom João III enviou um Regimento ao Governo Geral, na qual ordenava que as vilas e povoados façam em um dia de cada semana, ou mais, que se “façam feiras”. Após 40 anos do primeiro regimento, decreta-se

um novo, onde era necessário se fazer feiras para que pudessem vender e comprar o que tinha disponível.

Na atualidade, esse evento ocupa uma ou mais ruas do centro das cidades, caracterizando-se por facilitar o acesso à diversidade de produtos expostos. Os atores interessados circulam pelas ruas observando as mercadorias a fim de escolher os produtos de que necessitam, analisando a qualidade e os preços. Durante esse percurso, misturam-se os grupos de pessoas: aqueles interessados em comercializar a mercadoria e aqueles que buscam adquiri-la. (Modesto, 2018, p. 35).

Os mercados ao se estabelecerem no território brasileiro, adquiriram características próprias, adaptadas à realidade do país, tornando-se um espaço de cultura e economia, conhecendo tradicionalmente todas as regiões do país e passando adquirindo característica típicas da região nordestina.

Entendendo que as feiras livres e os mercados brasileiros, possuem a sua devida importância para o desenvolvimento das cidades, por criarem espaços urbanos públicos que possuem funções de compra e venda, e também como ponto de encontro e de trocas de ideias. Viabilizando, assim, a existência de núcleos de urbanidades, que agregam valores comerciais, culturais e sociais, no mesmo lugar.

2.2 Os mercados do Município de Lagarto -Se

Assim como demais, os mercados do município de Lagarto também surgiram com a comercialização de produtos que tinham relação do campo com a cidade. Esses comércios eram realizados nas imediações da atual Praça Filomeno Hora, na década de 1960, que era um local por onde transitavam um grande número de pessoas que utilizavam este espaço para compra e venda de mercadorias. Os produtos eram expostos em barracas, que quando não o comportam mais, eram expostos no chão.

A cidade de Lagarto possui atualmente quatro mercados distribuídos na região central da cidade. Essa diversidade de mercados provoca uma desorganização na comercialização dos produtos. Cada mercado apresenta características diferentes e em alguns casos sobreposição de produtos comercializados, dificultando uma setorização prejudicando os usuários. Os mercados da carne, da farinha, da banana e o municipal, concentram de forma desordenada a comercialização dos produtos. Os mercados são concentrados no entorno da Praça Rosendo Ribeiro, e acontece em quatro dias da semana, sendo que os dias que atraem o maior número de pessoas são as segundas e quintas-feiras, devido a diversidade de produtos ofertados ao

deslocamento das pessoas que residem nos povoados da cidade. As atividades começam na madrugada e se estendem até o final do dia. Nos sábados e domingos o movimento é menor, sendo frequentados majoritariamente por pessoas que residem na sede do município e as atividades encerram logo no início da tarde.

Figura 02 – Localização dos mercados de Lagarto - SE.



Fonte: Google Earth / Autora (2023)

No mercado da banana, localizado entre as ruas Antônio Luís Xisto e rua João Romão dos Santos, onde eram comercializadas frutas e verduras da produção agrícola local e das cidades vizinhas, as vendas eram feitas tanto na parte interna do mercado quanto pelas ruas, na qual os feirantes e os próprios agricultores que montavam suas barracas nas ruas. Atualmente, neste mercado são comercializados produtos de limpeza, arreios para roça e peças de bicicleta.

O mercado municipal, conhecido como Rosendo Ribeiro, se localiza na Praça Rosendo Ribeiro e rua Antônio Luís Xisto, onde internamente são comercializados alimentos como farinha, feijão, milho e também produtos industrializados como produtos de limpeza e bebidas alcoólicas. Na parte externa, cada comerciante possui um espaço fechado, as antigas bodegas, onde são comercializados roupas, insumos agrícolas e produtos diversos.

O mercado público José Correia Sobrinho, situado na Praça Rosendo Ribeiro, é popularmente conhecido como mercado da carne, sendo assim, o principal mercado público da cidade, onde são comercializadas carnes bovinas, suínas, ovinas, miúdos e pescados, também existem boxes que negociam frutas, verduras, cereais e no pavimento superior possuem lanchonetes que vendem lanches e comidas de feiras e iguarias derivadas da mandioca. O mercado da farinha, é onde são comercializadas as sacas de farinhas diretamente dos produtores.

A feira lagartense é conhecida como umas das maiores feiras do estado, por conta da quantidade de feirantes e consumidores e de diversidade de produtos das várias especialidades, os produtos ofertados são atrativos para os consumidores que se deslocam por meio de transporte coletivos e/ou particulares em busca dos serviços ofertados na feira.

Verifica-se que a feira de Lagarto apresenta diversidade de produtos comercializados em suas barracas, que se encontram dispostas pelas ruas da cidade em torno dos mercados públicos. Normalmente, cada barraca de produtos conta com dois ou mais feirantes, que auxiliam em todo o processo, desde a organização até o momento da venda dos produtos. ” (Santos, 2018, p. 60).

Evidenciada pela relação campo-cidade, a feira que é realizada no dia de segunda-feira, é a que mais predomina consumidores e feirantes oriundos dos povoados que vão até a cidade comercializar seus produtos como frutas, leguminosas, farinha e os derivados da mandioca.

2.3 O mercado Rosendo Ribeiro

O mercado municipal Rosendo Ribeiro, localizado entre a Praça Rosendo Ribeiro e rua Antônio Luís Xisto, foi construído por volta da década de 60, quando a feira foi transferida da atual Praça Filomeno Hora para a Praça Rosendo Ribeiro, dessa forma, o primeiro mercado da cidade foi organização em boxes na qual cada comerciante dispõe de um espaço fechado remetendo às estruturas de antigas bodegas. São comercializados nesses espaços vários tipos de alimentos, como farinha, feijão, milho e alimentos industrializados, além de produtos de limpeza e alguns tipos de bebidas alcoólicas.

Figura 03 – Construção do mercado Rosendo Ribeiro em 1964.



Fonte: Kiko Monteiro (2023)

Figura 04 – Construção do mercado Rosendo Ribeiro em 1964.



Fonte: Kiko Monteiro (2023)

Nos dias atuais, o mercado vem enfrentando uma série de problemas estruturais, organizacionais e de acessibilidade que acabam comprometendo a sua integridade e a capacidade de atender de forma satisfatória as necessidades de sua população. Entre os diversos problemas apresentados, a falta de higiene tanto externa quanto interna, a desorganização espacial e a falta de acessibilidade, impedindo pessoas com mobilidade reduzida acessem as todas as instalações, causam grandes transtornos tanto para os comerciantes como para os usuários.

Figura 05 – Imagem aérea do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

A falta de falta de acessibilidade observada nos passeios externos se estende aos espaços internos. Como pode ser observado nas figuras 06 e 07, os grandes desníveis e utilização de pavimentação com paralelepípedo tornam o acesso e o transito de pessoas com mobilidade reduzida ou restrição de movimentos praticamente impossível.

Figura 06– Desnível existente dentro do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Figura 07 – Desnível dentro do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Além das deficiências de acessibilidade a falta de higiene e saneamento são marcantes na atual configuração do mercado Rosendo Ribeiro. Essa situação compromete a segurança alimentar dos produtos comercializados, pondo em risco a saúde dos consumidores,

prejudicando também os comerciantes que são obrigados a comercializar seus produtos em um ambiente insalubre. Falta de canaletas de drenagem e de um piso que apresente uma fácil limpeza contribuem para esse ambiente insalubre e inadequado (figuras 08 e 09).

Figura 08 – Falta de higiene no Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Figura 09 – Falta de higiene no Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

A exposição inadequada dos produtos, também é outro problema grave do mercado, que acaba causando várias perdas para quem está comercializando e causando prejuízos financeiros e vários impactos ambientais negativos além de desperdício de alimentos. Aliado a falta de bancas e expositores adequados, outro ponto muito negativo é a falta de organização espacial lógica dos seus espaços e dos produtos comercializados, que dificulta a orientação dos usuários e reduz a eficiência operacional do mercado. Como pode ser observado nas figuras 10,11 e 12, os produtos são expostos de forma inapropriada em bancas sem higiene além de misturar o comércio de alimentos com o comércio de roupas e eletrônicos no mesmo ambiente.

Figura 11 – Produtos expostos no Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Figura 12 – Falta de organização lógica do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Figura 13 – Falta de organização lógica do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Outro ponto negativo relevante é a falta de iluminação e ventilação natural adequada. O mercado tem uma cobertura metálica sem espaços de exaustão do ar quente nem apresenta áreas translúcidas que permitas a entrada da luz solar. Essa característica faz com que o ambiente interno seja muito quente e escuro, proporcionando uma experiência desagradável aos usuários e comerciantes contribuindo para a construção de um ambiente insalubre. Além da ineficiência térmica, a degradação das telhas em virtude dos anos, transforma a cobertura em uma superfície permeável, obrigando os feirantes a improvisarem para que não haja prejuízo como suas mercadorias em virtude das chuvas.

Figura 14 – Falhas da cobertura do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

Figura 15 – Falhas da cobertura do Mercado Rosendo Ribeiro.



Fonte: Autora (2024)

2.4 Requalificação urbana

A requalificação urbana é um processo de intervenção e transformação nas áreas urbanas, visando melhorar sua funcionalidade, estética e qualidade de vida para os seus habitantes. Esse conceito está inserido no campo do urbanismo e envolve a reestruturação de espaços urbanos existentes para atender às demandas contemporâneas e resolver problemas associados ao crescimento desordenado, degradação ambiental e desigualdades sociais.

Dessa forma, a requalificação urbana surge como uma resposta aos desafios enfrentados pelas cidades ao longo do tempo, incluindo o rápido crescimento populacional, a obsolescência de infraestruturas, a degradação ambiental e a necessidade de revitalização de áreas degradadas. Historicamente, muitos centros urbanos enfrentam processos de degradação, abandono e desvalorização, levando à necessidade de intervenções para reverter esses cenários.

Com o desenvolvimento tecnológico a partir da década de 60, com os meios de transportes e também com as alterações dos processos industriais, as cidades acabaram sofrendo uma descentralização de seus polos industriais, criando assim, formas e estruturas urbanas diferenciadas vinculadas à uma nova fase do capitalismo, que trouxe novos modos de planejamento do meio urbano, como uma forma de analisar e controlar o sistema, seria à cidade vista como um conjunto de partes dividida por seu tipo de ocupação que funciona de maneira independente e interconectadas, sendo que nenhuma parte do sistema funciona sendo que à outra parte muda também e assim, altera o funcionamento das outras.

O conceito de requalificação urbana, atualmente tem sido motivo de discussão devido a uma certa bagunça que se faz entre o termo requalificação e revitalização, portanto, uma definição importante sobre o termo requalificação, que aborda questões de estado de deterioração urbana do local a ser intervindo. Para Alves, 2012:

Requalificação urbana constitui uma forma de atuação associada à cultura urbana e à capacidade de atração e desenvolvimento sustentável dos territórios, tendo em vista a regeneração dos tecidos físicos e sociais. A requalificação no contexto urbano será, mais do que um processo ou uma forma de atuação, um objetivo, um desejo. (Alves, 2012, p. 62)

O termo requalificação urbana está ligada diretamente ao urbanismo e é a partir dela e de outros conceitos que desenvolve as intervenções projetuais.

Para Moura, 2006, existem três conceitos que promovem intervenções urbanas na cidade, que são a renovação urbana, que está ligada a ideia de demolir o edificado para

substituir por construções novas com características diferentes adaptadas às mudanças de atividades e morfologias dos espaços; a revitalização urbana, que é o processo do planejamento estratégico, capaz de reconhecer, manter e introduzir valores de forma cumulativas, sendo assim, intervém à médio e longo prazo de forma racional; à requalificação urbana, que é um instrumento para melhoria da qualidade de vida da população, que promove à construção e recuperação de equipamento, infraestrutura e a valorização de espaço públicos com medidas de dinamização social e econômica, por meio de melhorias urbanas contendo acessibilidade e centralidade.

O maior objetivo da requalificação urbana é atrair para a sua área de intervenção novos usos, atividades econômicas e culturais, equipamentos de uso coletivo, integração social, manter algumas atividades já instaladas e melhorá-los. Sendo considerado como um eixo prioritário, pois possibilita um (re)criação de uma nova estética em função de um novo desenho urbano já existente.

Geralmente implantada em áreas centrais, tradicionais e degradadas, à requalificação urbana, deve analisar a importância da região em questões simbólicas e arquitetônicas e definir uma política urbana ideal de intervenção, devem ser analisados os valores de memória e a qualidade estéticas arquitetônica, o potencial econômico e a infraestrutura de áreas que vem ser considerada de maneira que contribuem por estratégias que ser empregados na requalificação, a dinâmica territorial da região, deve ser o fator mais decisivo da análise no estranhamento, na substituição de atividades existentes e no esvaziamento do centro contrariando a intuito inicial de promover a integração com outras áreas da cidade.

Sendo uma prática que vai de encontro com as necessidades das cidades globais, metrópoles contemporâneas, a requalificação urbana, também se preocupa com a manutenção da arquitetura tradicional, preservando a história das áreas em que é aplicada, atenta à modernização da infraestrutura e garantir à mobilidade dos usuários, mantendo as formas tradicionais. Devendo ser um projeto harmônico e global de todo o conjunto, com a preocupação de geração de riquezas, com atração de investimentos e ainda mantendo a beleza dos edifícios tradicionais.

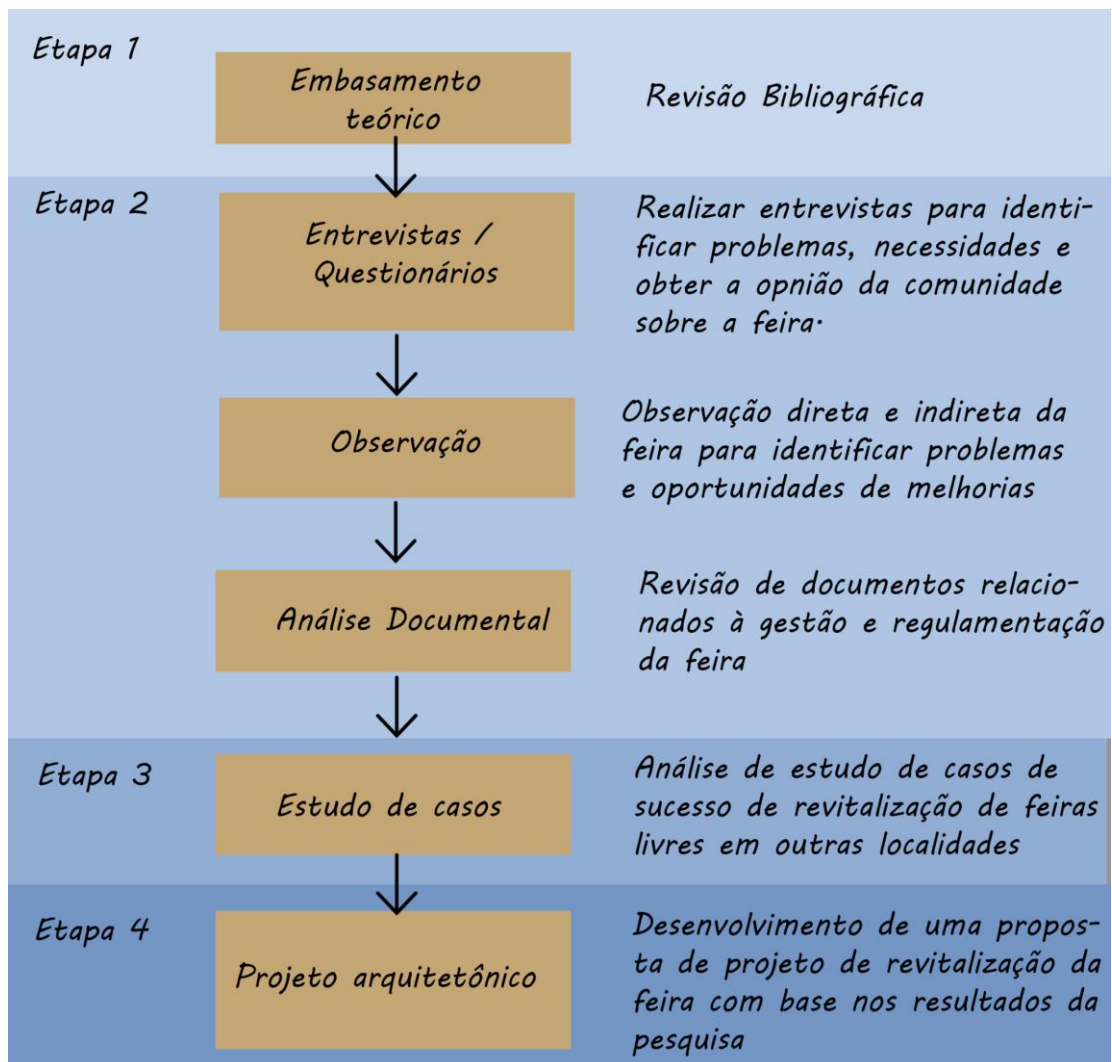
3. METODOLOGIA

Para a realização deste TCC, a metodologia foi dividida em quatro etapas: na primeira etapa foi feita uma ampla revisão bibliográfica, onde foi obtida toda a base teórica para a realização deste trabalho, compreendendo os conceitos fundamentais relacionados à revitalização urbana e a arquitetura de mercados municipais, ainda nesta etapa, também foram feitas pesquisas documentais em órgãos públicos como IBGE, prefeitura municipal, jornais e sites locais, que apontaram caminhos a serem seguidos ao longo desta pesquisa.

Na segunda etapa, foram realizadas as visitas in loco para conhecimento e levantamento da estrutura e situação atual do mercado municipal de Lagarto e estabelecer uma relação entre os aspectos teóricos e a realidade através da observação direta. Além disso foi realizada uma observação indireta através de registros fotográficos, documentos históricos, além de jornais e sites locais, que apontaram caminhos a serem seguidos ao longo desta pesquisa. No decorrer do trabalho de campo foram realizadas entrevistas semiestruturadas com feirantes, usuários e servidores da administração pública, com o objetivo de conhecer a opinião da comunidade e seus anseios por melhorias nas feiras municipais.

Na terceira etapa, com a intenção de buscar referências e inspirações a serem consideradas no desenvolvimento da proposta de revitalização, foram realizados dois estudos de casos, onde foram analisados projetos de revitalização de feiras municipais bem-sucedidas, tanto dentro quanto fora do Brasil. Essas referências foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Na quarta e última etapa, foi realizada a análise e compilação de todos os dados coletados nas etapas anteriores, para a elaboração do programa de necessidades e das diretrizes projetuais para o desenvolvimento do projeto arquitetônico.

Figura 16 – Fluxograma da metodologia.

Fonte: Autora (2023)

4. ESTUDO DE CASOS

Nesse capítulo será apresentado dois estudos de casos que serão utilizados como referência para o projeto na fase posterior a esta pesquisa. O primeiro estudo de caso trata-se do Mercado Municipal de São Paulo, construído em 1925. O segundo, é o Time Out Market, que foi a restauração do mercado da Ribeira.

4.1 Mercado Municipal de São Paulo

Popularmente conhecido como “Mercadão”, o Mercado Municipal de São Paulo foi construído em 1925 pelo então prefeito José Pires, em um quarteirão de 22.230 m². O Arquiteto responsável pelo projeto foi o italiano Felisberto Ranzini. As obras foram concluídas em 1932, mas a sua inauguração foi somente em 1933.

Figura 17 – Fachada externa do Mercado Municipal de São Paulo.

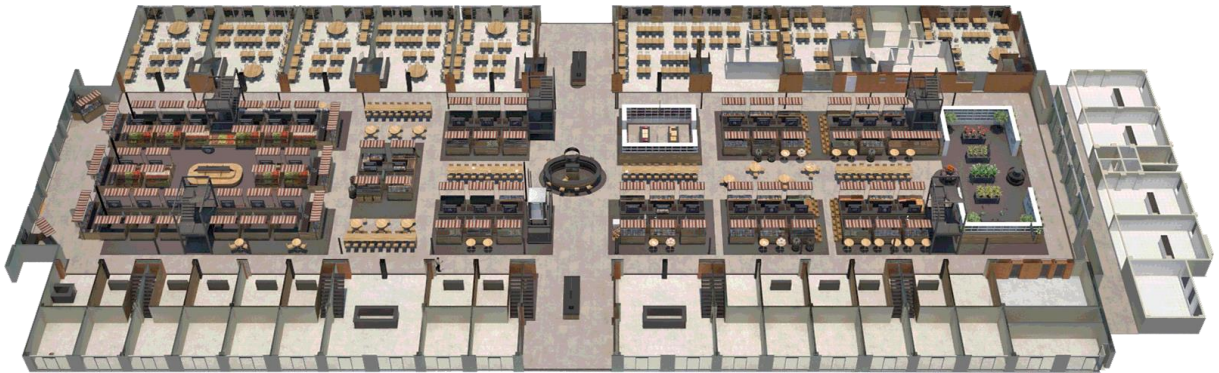


Fonte: Prefeitura Municipal de São Paulo (2024)

O mercadão viveu a sua fase de maior esplendor e solidificou sua fama e prestígio como templo gastronômico no período pós-guerra, perdendo seu prestígio no final da década de 50. Em 2004 o mercado passou uma restauração completa, reformando toda infraestrutura e requalificando todos os espaços, apresentando uma mistura de estilos (neogótico, barroco e

neoclássico) a estrutura ainda comporta um pé direito com 16 metros de altura construído em concreto armada para suportar sua estrutura, sua fachada é marcada por vários arcos com duas torres que projetam da mesma, dessas somente as da rua da Cantareira são coroadas por cúpulas revestidas de bronze.

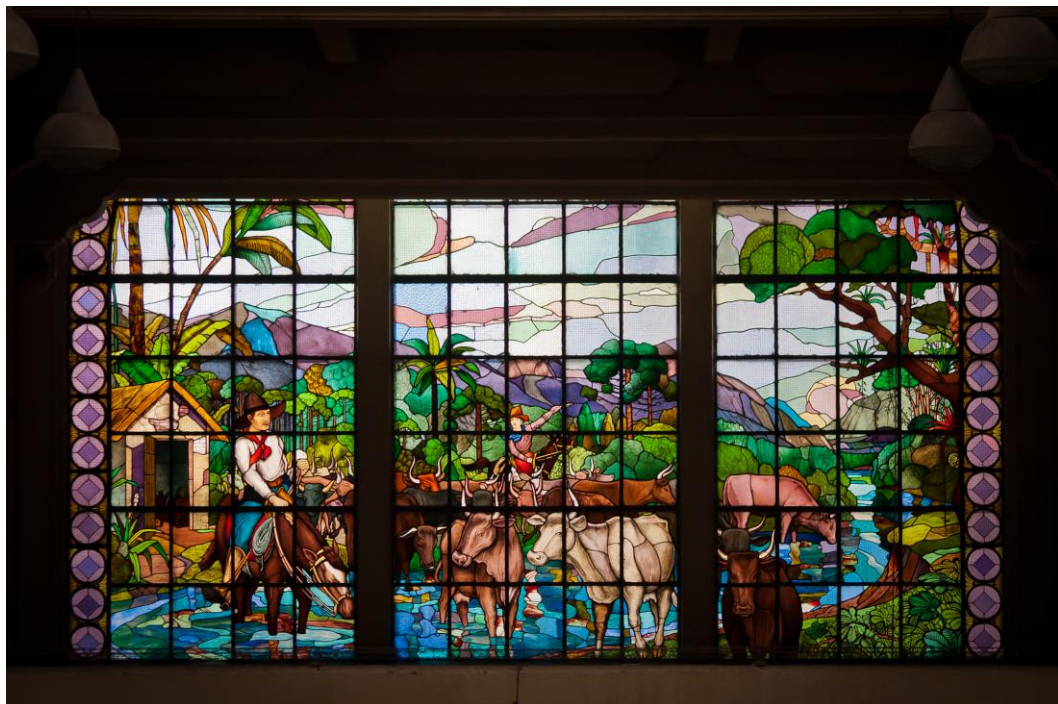
Figura 18 – Planta baixa esquemática.



Fonte: O Globo (2024)

A sua iluminação natural é excelente por conta do uso de claraboias, telhas de vidro e vitrais góticos, sendo ao todo 55, todos em vidros coloridos que retratam cenas do campo.

Figura 19 – Vitral do Mercado Municipal de São Paulo



Fonte: Wikipedia (2024)

Após a reforma de 2004 a área construída do mercado ganhou mais 8.000 m² entre novas áreas construídas e reaproveitadas, sua infraestrutura foi melhorada em relação ao

conforto, segurança, acessibilidade, tratamento seletivo e acondicionamento do lixo. Possui um mezanino de 2.000 m² com restaurantes e sala para eventos, funcionando como uma espécie de varanda gastronômica com vista para o interior do edifício, privilegiando os vitrais.

Figura 20 – Imagens interna do Mercado Municipal De São Paulo.



Fonte: Quinto andar (2024)

Os pontos positivos incluem o seu estilo e estética, combinado o estilo neoclássico com elementos Art Déco, criando uma fachada imponente e visualmente atraente; os vitrais coloridos, que permitem a entrada de luz natural e adicionam toque artístico e um charme especial ao ambiente; espaços amplos, pois a o mercado foi projetado para ser funcional, os corredores largos que facilitam a circulação de visitantes e comerciantes; integração urbana, já que o mercado fica em um área central, ele integra bem com seus entorno, contribuindo para a revitalização e dinamismo da região; a sustentabilidade; pois a estrutura permite uma boa ventilação e iluminação natural, que reduz a necessidade de iluminação artificial; a cobertura de vidro, que permite a entrada de luz natural, que torna o ambiente agradável e convidativo; espaço multifuncionais, o espaço acomoda não apenas a venda de produtos, mas também oferece eventos culturais e gastronômicos, o que torna um local dinâmico e a acessibilidade do mercado, muitos espaços foram feitos para garantir que seja acessível para todos os visitantes.

4.2 Time Out Market Lisboa (Mercado da Ribeira)

Localizado no Bairro Cais do Sodré, em Lisboa, Portugal, o Time Out Market está inserido no emblemático edifício de século XIX, que abrigava o mais antigo mercado de Lisboa, o tradicional Mercado da Ribeira. Em 2010, a Câmara Municipal de Lisboa realizou um concurso, na qual a Revista Time Out (guia de renome mundial para apreciadores de arte, viagens, food service, entre outros) foi vencedora, a curadoria editorial dessa equipe elegeu o melhor projeto para reforma e restauração do mercado, inserindo um novo conceito de compra e experiência gastronômica.

Figura 21 – Fachada do Time Out Market.



Fonte: Timeoutmarkt.com (2024)

Figura 22 – Fachada do Time Out Market



Fonte: Timeoutmarket.com (2024)

Inaugurado em 2014, o projeto foi desenvolvido pelo escritório de arquitetura Aires Mateus Arquitetos, segundo a equipe o conceito de mercado público norteou as soluções arquitetônicas que foram sendo esboçadas, o seu principal objetivo era requalificar o espaço de maneira inovadora para a cidade, atendendo aos princípios do projeto e sempre considerando a forma tradicional do mercado original. Após a intervenção, foram construídos restaurantes, lojas, quiosques e um grande salão com mesas compartilhadas, com aproximadamente 7 mil metros quadrados e capacidade para 800 lugares sentados.

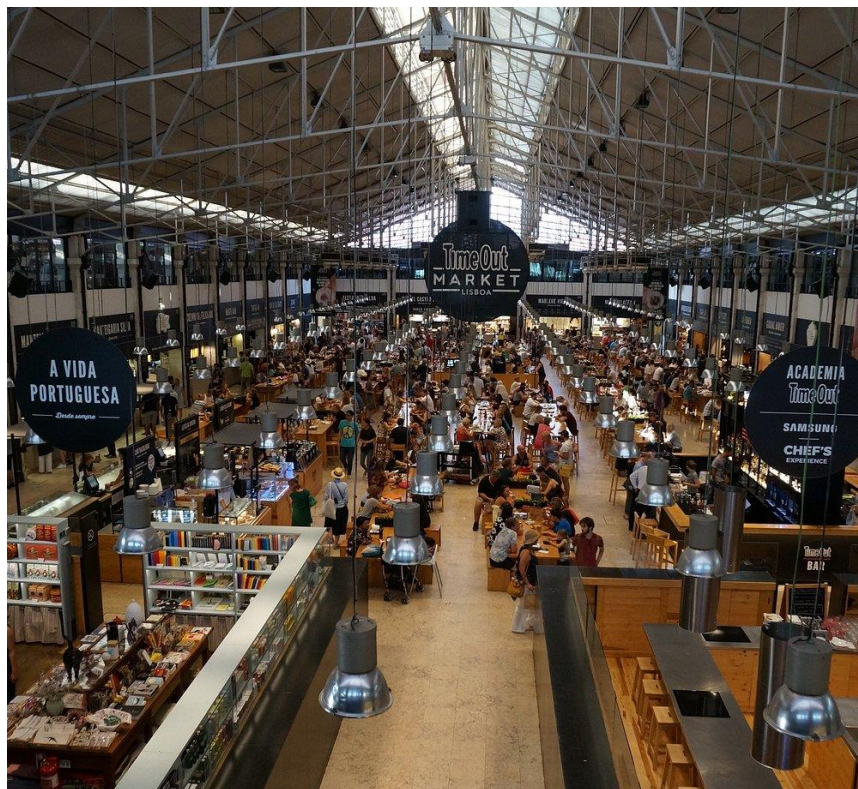
Sendo uns dos pioneiros no conceito de food hall na Europa, o Time Out Market oferece gastronomia e entretenimento, possuindo 24 restaurantes, 8 bares, um espaço para shows e eventos, mais de dezenas de espaços para shows e eventos, mais de dezenas de espaços de coworking. A proposta do mercado consiste em trazer as melhores ofertas da gastronomia, cultura e lazer para os cidadãos de Lisboa e turistas, visando também a atenção especial para a qualidade e experiências oferecidas;

Figura 23 – Área de alimentação do Time Out Market.



Fonte: Timeoutmarket.com (2024)

Figura 24 – Área de refeição do Time Out Market.



Fonte: Timeoutmarket.com (2024)

Sendo assim, o Time Out Market pode ser considerado uma referência de destaque no que se propõe a fazer: ele oferta a boa gastronomia portuguesa de maneira acessível, com foco na refeição, democratizando os estabelecimentos e gerando reconhecimento para muitos deles. Os visitantes se deparam com várias oportunidades de experimentar diferentes pratos nos mais variados restaurantes, além da possibilidade de compra de mantimentos, ao mesmo tempo que apreciam o show de um chef de renome. É a riqueza da multifuncionalidade do food hall dentro de toda historicidade do antigo Mercado da Ribeira.

Os pontos positivos incluem a preservação histórica, na qual o mercado ocupa o prédio do antigo Mercado da Ribeira, que foi inaugurado no século XIX, pois a renovação respeitou a sua estrutura original, mantendo os elementos arquitetônicos tradicionais; é um espaço aconchegante, pois a disposição dos espaços cria áreas íntimas dentro de um ambiente amplo, com mesas comunitárias que incentivam a socialização; possui boa iluminação natural, com grandes janelas e claraboias que permitem a entrada de luz natural, tornando o ambiente mais agradável e convidativo; o design funcional, com distribuição das bancadas e estandes é prática que facilita a circulação e a experiência dos visitantes; mistura de estilos, combinando elementos modernos com estilo tradicional lisboeta resulta em um visual único e atraente; a arte e cultura, pois o mercado frequentemente abriga exposições e intervenções artísticas que enriquecem o espaço e refletem na cultura local; uso de materiais sustentáveis, pois o mercado incorpora materiais que refletem a sustentabilidade, como a madeira e o aço e por fim, a integração com o entorno.

5. PROJETO ARQUITETÔNICO

Este capítulo, serão apresentadas as etapas de elaboração da proposta de projeto arquitetônico, resultado de estudos anteriores.

5.1 Estudo de viabilidade

5.1.1 Localização do mercado

O Mercado Rosendo Ribeiro, está localizado na Praça Rosendo Ribeiro, centro da cidade de Lagarto/SE, próximo a lugares como: mercado José Correia Sobrinho, ladeira do Rosário e do Supermercado GBarbosa. Seu entorno é caracterizado predominantemente comercial, por estar localizado no centro comercial da cidade.

Figura 26 – Localização do mercado.



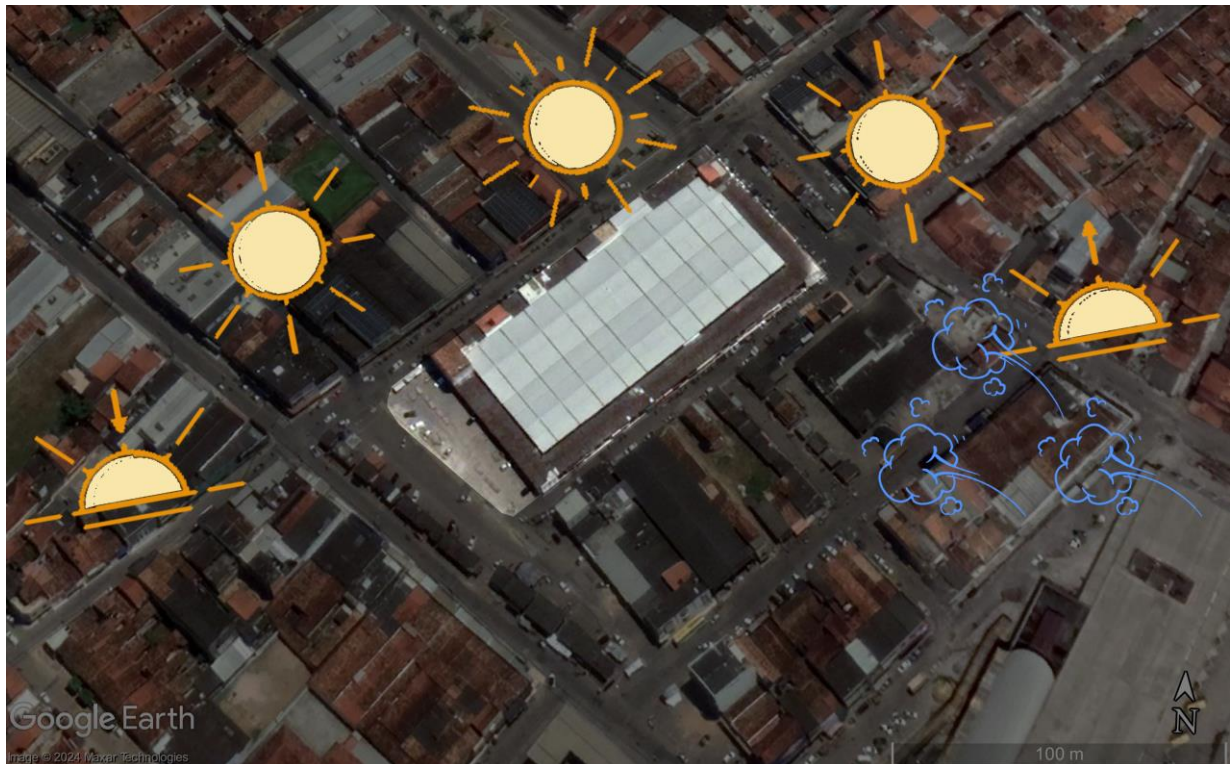
Fonte: Autora (2024)

5.1.2 Ventilação e insolação

Ao longo de todo ano, o sol nasce na direção leste e se põe na direção oeste, contando com ventos predominante na direção sudeste e nordeste no período de inverno e sudeste no período do verão. Por se tratar de uma requalificação e com o objetivo de atrair a população a

entrar no mercado, a fachada principal ficou voltada ao sudeste, na qual, foi utilizado artifícios para diminuir a insolação no período da tarde.

Figura 27 – Esquema de ventilação e insolação.



Fonte: Google Earth / Autora (2024)

5.1.3 Condicionantes legais

Para concepção desse projeto foram utilizados como Parâmetros Urbanísticos e Legislação, a Lei N° 196 de 10 de outubro de 2006, que institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano do Município de Lagarto, a Lei n° 0201/2006 de 14 de dezembro de 2006, que institui o Código de Urbanismo de Município de Lagarto e dá outras providências, e a Lei n° 0200/2006 de 14 de dezembro de 2006, que institui o Código de Obras e Edificações do Município de Lagarto e dá outras providências. Sendo assim, o código institui recuo frontal de 3 metros; recuo lateral 1,5 metros; taxa de permeabilidade de 5%; taxa de ocupação de 90%, sendo 5, o seu coeficiente de aproveitamento.

5.2 Implantação e acessos

A proposta de implantação foi pensada de forma que os acessos e fluxo seja facilitado. Os acessos principais do mercado se dão por dois eixos que se cortam em forma de cruz, permitindo o acesso pelas quatro ruas que limitam a edificação. O acesso de serviço se dá

preferencialmente pela Travessa Filadelfo Dórea. Para um melhor fluxo de entrada e saída de veículos de carga e descarga, foi fechada a Rua Luiz Xioto dos Santos. Os acessos para perdeste se dá pela Praça Rosendo Ribeiro e Rua Antônio Luís Xisto.

Os estacionamentos permanecem como atualmente, em vias públicas.

Figura 28 – Implantação e acessos



Fonte: Autora (2024)

5.3 Programa de necessidade

Em conversas com os feirantes e frequentadores, foi constatado alguns problemas e relatos de como melhorar o mercado. A partir das informações coletadas ao longo deste trabalho, foi elaborado um programa de necessidades adequado para a atividade exercida no espaço de forma que alivie as atuais carências do espaço, potencializando o bem-estar dos feirantes como também dos visitantes.

Desse modo, para o setor vendas do mercado, será proposto um espaço com capacidade para 55 barracas e 67 boxes, nas quais serão divididos de acordo com cada uso. Serão 40 bancas destinados para hortifrúti; 15 bancas para empório e temperos naturais; 10 boxes para cereais e grãos; 5 boxes para artesanato; 8 boxes para tecido; 5 boxes para calçados e 13 boxes para roupas, foram dispostos em uma nova organização e abre margem para novos comerciantes.

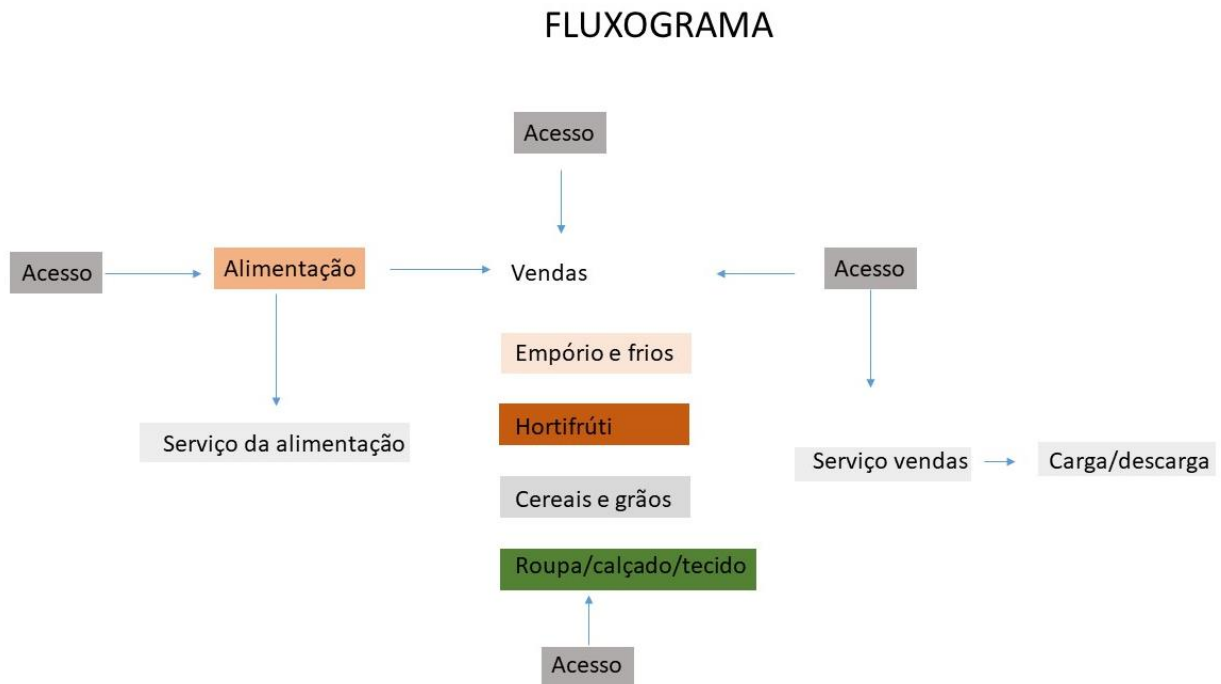
Para potencializar a vitalidade local e proporcionar lazer a uma área que até então é subutilizada e tendo em vista o potencial gastronômico e a escassez desse tipo de comércio no mercado, serão proposto um espaço com 1.275,29 m² para a disposição de mesas e um espaço para palco, para que artistas locais possam se apresentar, além de 11 restaurantes, 02 quiosques bar e 04 lanchonetes do lado externo do mercado.

Notando a falta de uma administração mais próximas do mercado, propõe-se o setor administrativo com uma sala para administração geral, um espaço central de energia e lógica e uma sala de monitoramento e segurança.

Para o setor de serviço foi proposto a seguinte formatação: uma DML, sanitários feminino e masculino, sanitários PCDs feminino e masculino e um fraudário. Já no serviço do setor vendas, será proposto uma DML, sanitário masculino e feminino, sanitário PCDs masculino e feminino, vestiários masculino e feminino, além de casa de lixo e gás carga e descarga.

5.4 Fluxograma

Figura 29 – Fluxograma.



Fonte: Autora (2024)

5.5 Volumetria

Com o objetivo de atrair o público a usar os espaços dos mercados, toda sua volumetria foi requalificada com uma proposta mais convidativa que estimula o público a entrar e permanecer mais tempo. Na parte de dentro a proposta é que o mercado seja todo setorizado por cor, sendo de fácil identificação dos produtos procurado.

Os materiais usados na área externa, são porcelanato com acabamento simulando tijolinho aparente, tinta acrílica na cor cinza claro e tinta acrílica na cor preto. Já na parte superior,

próximo a cobertura, a proposta é usar brises em alumínio anodizado na cor preto, como forma de facilitar a ventilação cruzada, deixando o ambiente bem agradável. Para a cobertura, a proposta é que a estrutura permita a entrada de bastante iluminação natural por meio de lanternins de vidro nas áreas de exposição de produtos e ainda cobertura envidraçada curva sob estrutura metálica nos eixos principais. Para garantir o conforto térmico e acústico, serão utilizadas telhas sanduiche termoacústicas com estruturas de exaustão natural do ar quente acumulado.

Figura 30 – Volumetria Sul.



Fonte: Autora (2024)

Figura 31 – Volumetria Leste.



Fonte: Autora (2024)

Figura 32 – Volumetria Oeste.



Fonte: Autora (2024)

5.6 Conceito e partido

Para uma composição de proposta de requalificação foram definidos dois pilares que compõem a identidade do lugar, através de espaços atrativos, que estimulam a vontade de ficar no local, de tal forma que impulsionam o lazer dos visitantes e da população.

O pilar integração, se dá por meios de espaços que não segregam e com elementos que unificam o ambiente, seja pela cobertura ou pelo tipo de piso, trazendo ao usuário a sensação de continuidade, estimulando a caminhabilidade.

Figura 33 – Interna do mercado.



Fonte: Autora (2024)

5.7 Setorização

A disposição dos setores configura em cinco setores, que são: serviço, administração, alimentação, cultura e vendas. A separação dos setores segue de forma linear e coerente.

Os espaços para estacionamento ficaram situados nas vias públicas para facilitar os fluxos de veículos.

Figura 34 – Setorização do mercado.



Fonte: Autora (2024)

5.8 Setores

São cinco setores, que são dispostos dentro do mercado, de forma linear e de fácil identificação.

5.8.1 Vendas

Este setor é disposto de bancas e boxes, sendo bancas destinadas a hortifrúti, com 28,24 metros quadrados cada banca, que são dispostas em “U”, na qual o feirante fica ao centro e o consumidor tem acesso aos 3 lados em volta das bancas, com distância entre bancas de 2 metros, sendo uma circulação confortável para os visitantes. Também possui bancas destinadas a comercialização de empório e temperos naturais, que seguem o mesmo padrão que as bancas do hortifrúti.

Além das bancas citadas acima, possui box destinados a tecido com 38,81 metros quadrados, roupas com 23,65 metros quadrados, calçado com 27,37 metros quadrados e a artesanatos com 33,38 metros quadrados.

Figura 35 – Setor de vendas.



Fonte: Autora (2024)

Figura 36 – Setor de vendas.



Fonte: Autora (2024)

5.8.2 Alimentação e cultural

Este setor é disposto de 11 restaurantes, 02 quiosques bar e 4 lanchonetes do lado externo, com espaço para mesas, que são dispostas de forma linear. Os restaurantes são estilos de shopping center, na qual o cliente faz o pedido no local e consome na praça de alimentação, os quiosques bar, são pontos destinado a venda de bebidas e comida mais rápida, e as lanchonetes destinada a vendas de fast foods.

O setor cultural se mistura com o setor alimentação, pois neste setor é caracterizado apenas por um palco, destinado a apresentações de artistas locais e de regiões vizinhas.

Figura 37 – Setor de alimentação.



Fonte: Autora (2024)

Figura 38 – Quiosque bar.



Fonte: Autora (2024)

Figura 39 – Setor alimentação



Fonte: Autora (2024)

Figura 40 – Setor alimentação externa.

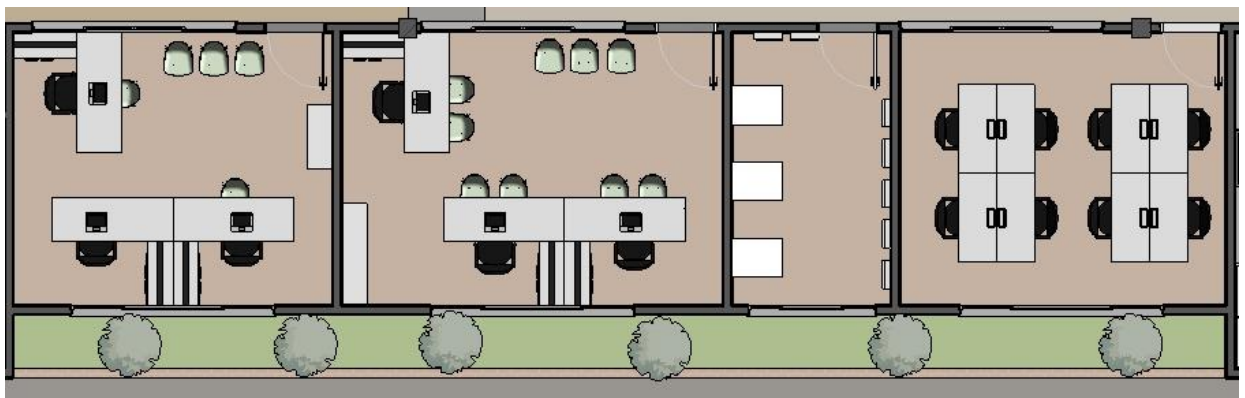


Fonte: Autora (2024)

5.8.3 Administrativo

Ester setor é destinado a parte administrativa do mercado, é disposto de uma sala de segurança/fiscal de postura de 21,61 metros quadrados; uma administração geral de 25,76 metros quadrados; uma central de lógica e energia de 10,74 metros quadrados e por fim, uma sala de segurança de 22,09 metros quadrados.

Figura 41 – Setor administrativo.



Fonte: Autora (2024)

5.8.4 Serviço

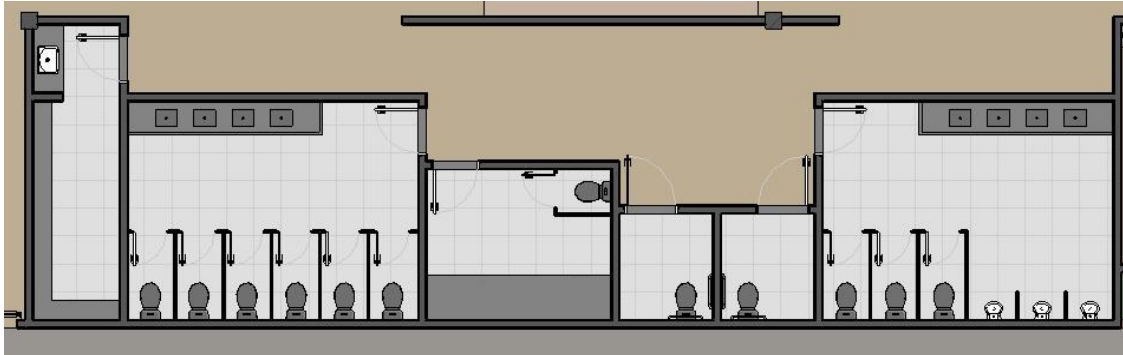
Este setor foi dividido em duas partes, o serviço de vendas e o serviço da alimentação. Deste modo, o serviço dos comerciantes ficou o seguinte: sanitários masculino e feminino, tanto para pessoas sem dificuldades de locomoção tanto para pessoas com deficiência, DML, vestiários masculino e feminino, carga e descarga e casa de gás e lixo.

Já no serviço da alimentação, foi distribuído da seguinte maneira: DML, sanitário masculino e feminino, tanto para pessoas sem dificuldades de locomoção tanto para PCDs e fraudário.

Figura 42 – Serviço de vendas.



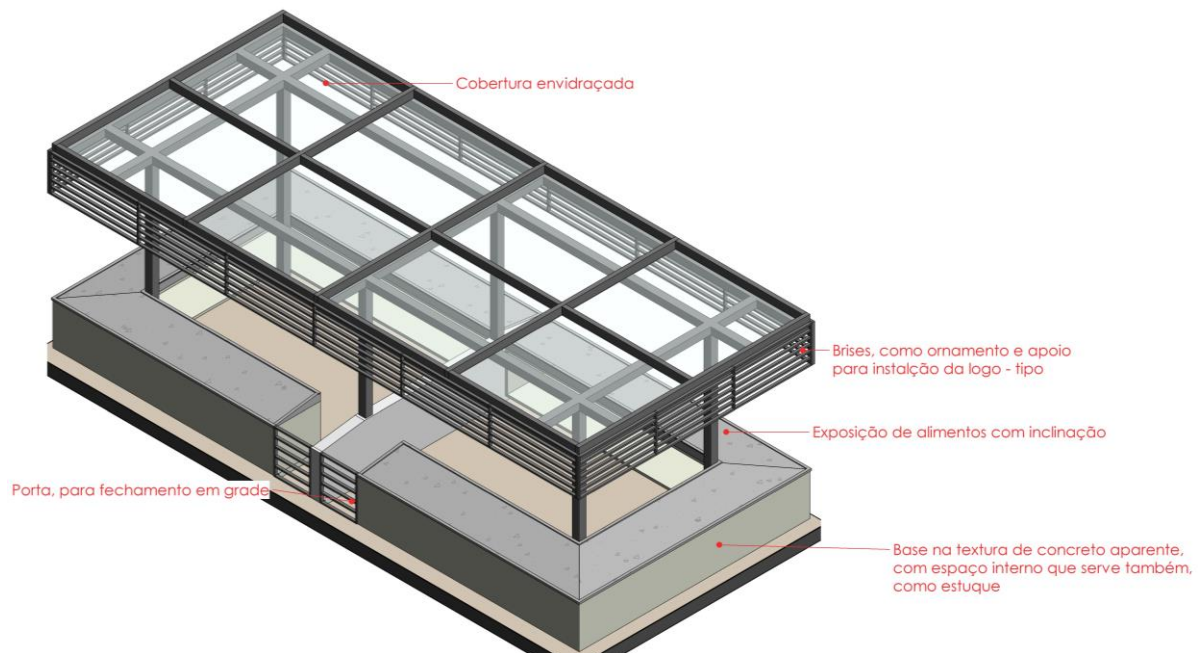
Fonte: Autora (2024)

Figura 43 – Serviço de alimentação.

Fonte: Autora (2024)

5.9 Bancas do hortifrúti

Em visitas in loco, constatou-se que as barracas não comportam o acúmulo excessivo de produtos sobre bancas, causando desorganização, apresentando carência de espaço para exposição. Diante da problemática existente, definiu-se que as bancas de hortifrúti com 5,60 metros de comprimento por 5,00 metros de largura, com um balcão inclinado para melhor organização, além de espaços internos para armazenamento de mercadoria, sua estrutura é de alvenaria com acabamento em concreto e cobertura envidraçada, trazendo modernidade e inovação.

Figura 44 – Banca de hortifrúti.

Fonte: Autora (2024)

Figura 45 – Banca de hortifrúti.



Fonte: Autora (2024)

5.10 Bancas do empório e temperos naturais

Por ser um setor que não existe atualmente, as bancas seguem o mesmo padrão que as bancas de hortifrúti, sendo o que difere da outra é o balcão de exposição, que neste caso é plano ao invés de inclinado.

Figura 46 – Banca de empório e temperos naturais.

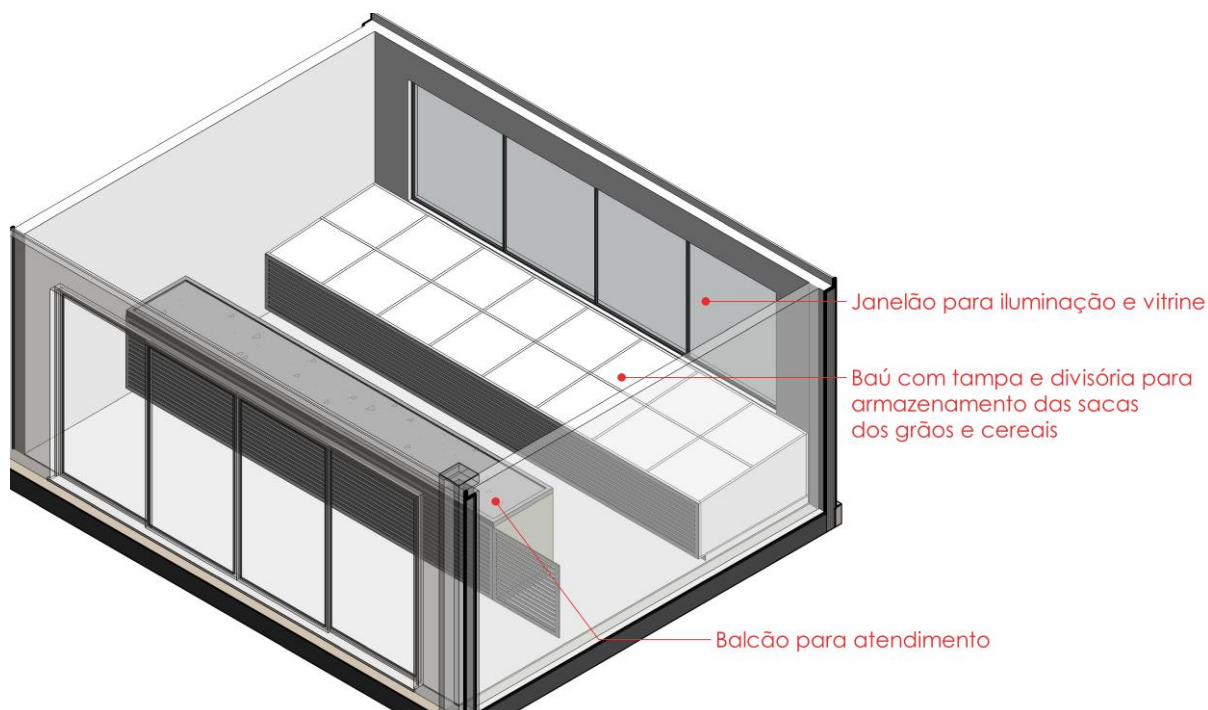


Fonte: Autora (2024)

5.11 Box de cereais e grãos

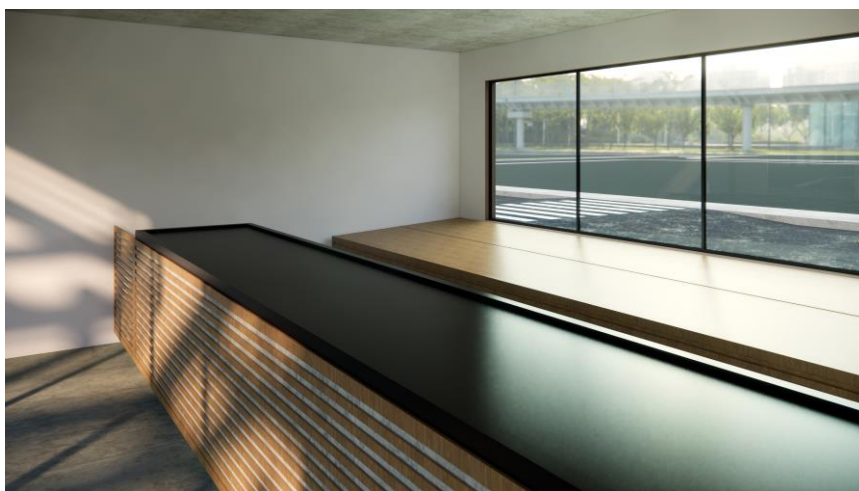
Atualmente, este setor possui exposições de seus produtos de uma forma não tão higiênica, como melhoria, foi proposto boxes com balcão que separa os consumidores dos produtos e baús com tampa, para que o produto seja exposto, de modo que o consumidor possa ver, mas só o feirante tenha acesso. Sendo assim, o comerciante consegue manusear. Possui a madeira e o concreto como materiais de acabamento, trazendo o ar de modernidade.

Figura 47 – Box de cereais e grãos.



Fonte: Autora (2024)

Figura 48 – Box de cereais e grãos.



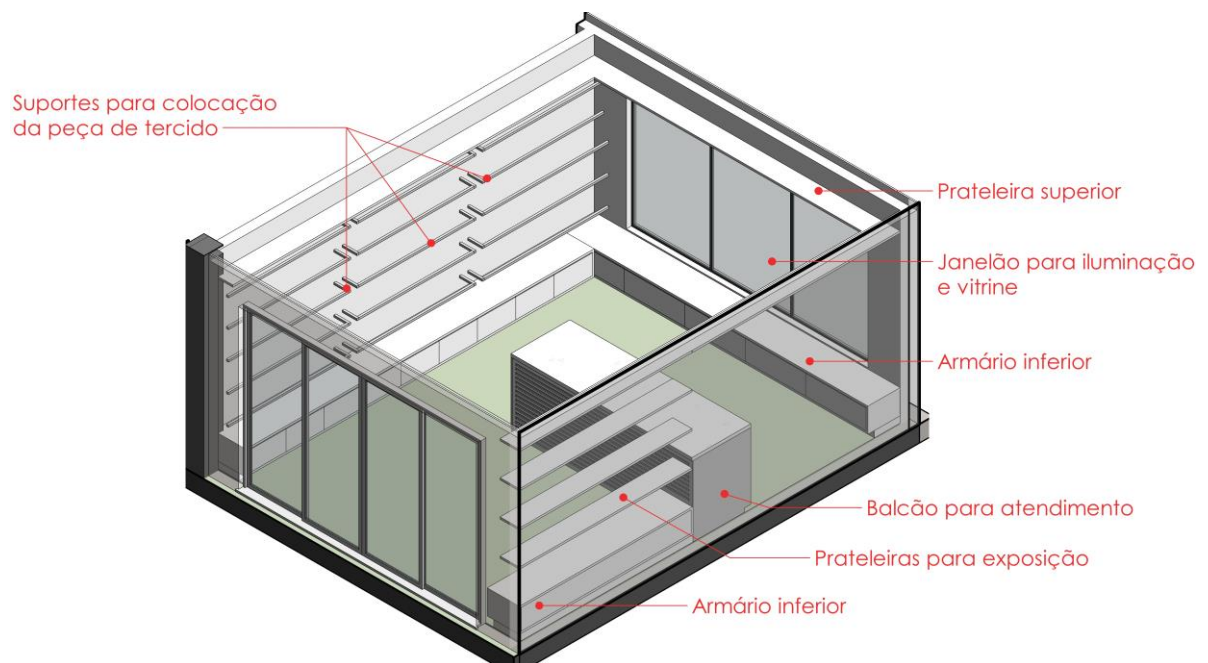
Fonte: Autora (2024)

5.12 Boxes das roupas, calçados e tecidos

Tendo em vista que atualmente estes três produtos são expostos juntos e em total desordem, propõe-se a separação de cada produto, os boxes de roupa, possuem balcão para atendimento e araras para exposição de roupas. Cobertura do box é envidraçado e o seu fechamento para seguro em grade, com o acabamento em madeira, concreto em vidro. Os boxes ou calçados também segue a mesma linha dos boxes e roupa, sendo diferente o layout, que ao invés ou araras prateleiras. Para que possa expor os calçados da forma mais possível, seu acabamento também é em madeira e concreto.

Os boxes de tecido, segue o mesmo raciocínio e anteriores, sendo o que difere dos outros também e o layout, os quais possui varões para exposição das peças de tecido.

Figura 49 – Box de tecido.



Fonte: Autora (2024)

Figura 50 – Box de tecido internamente.



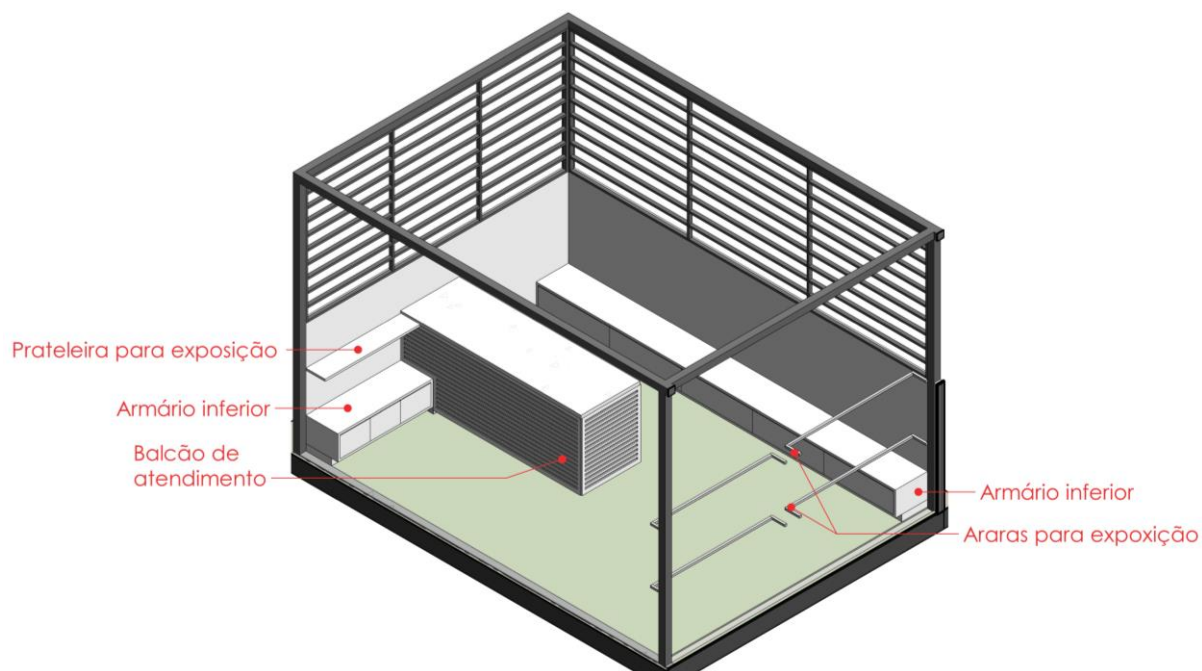
Fonte: Autora (2024)

Figura 51 – Box de roupas externa.



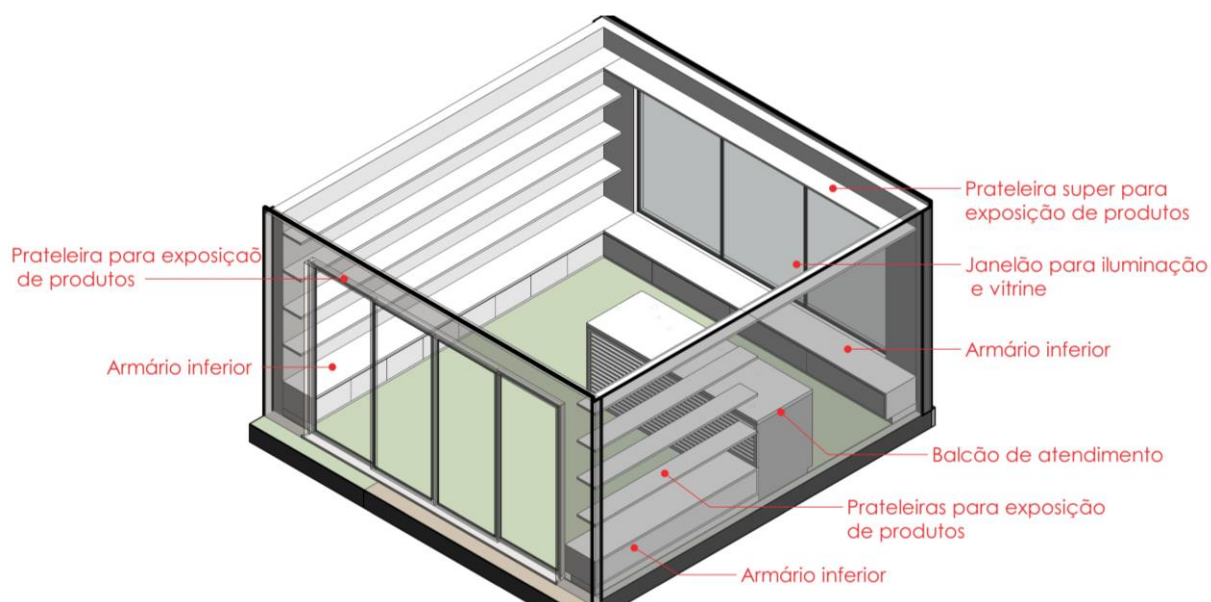
Fonte: Autora (2024)

Figura 52 – Box de roupa internamente.



Fonte: Autora (2024)

Figura 53 – Box de calçado.



Fonte: Autora (2024)

5.13 Boxes do artesanato

No mercado, não possui um espaço específico onde possa expor e comercializar o artesanato local, sendo assim, propõe-se cinco boxes, na qual possa ser exposto e

comercializados produtos de artesões locais e de cidades vizinhas trazendo nicho para mais feirantes e atrair mais os visitantes. O box dispõe de expositores ou produtos, vitrine voltados para a rua de maior fluxo e balcão para atendimento, sendo proposto como materiais e acabamento a madeira e o concreto.

Figura 54 – Box do artesanato.



Fonte: Autora (2024)

Figura 55 – Box do artesanato.



Fonte: Autora (2024)

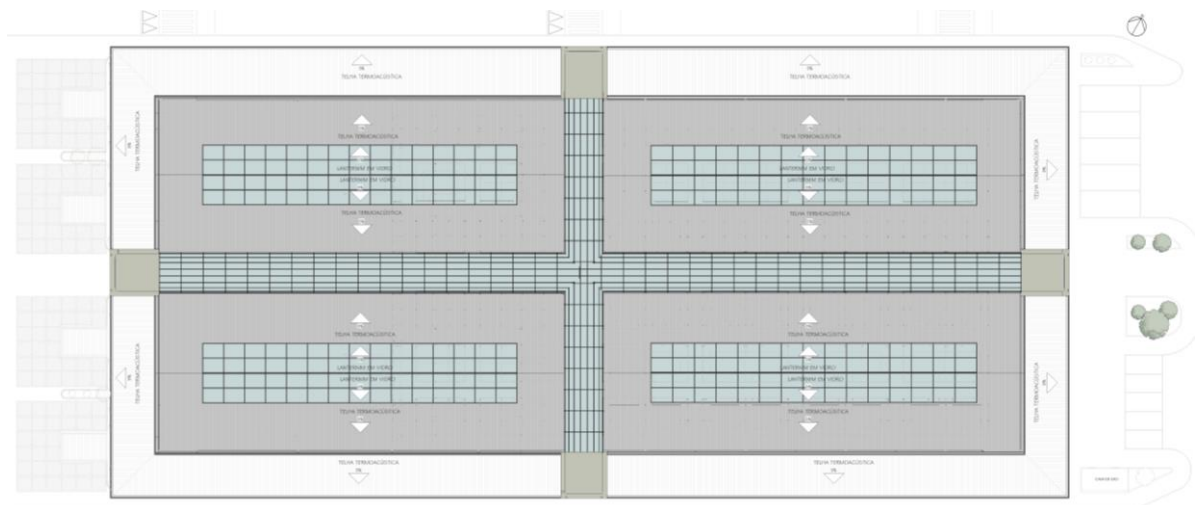
5.14 Cobertura

A cobertura proposta para o mercado consiste quatro blocos de duas águas em telha sanduíche, sobre treliça metálicas, na cor zinco natural, a altura total será de 7,35 metros garantindo o total aproveitamento de luz e ventilação natural.

As telhas terão tratamentos termo acústico, sendo compostas por duas chapas de zinco com o núcleo em poliestireno expandido, devido seu melhor desempenho acústico evitando assim uma poluição sonora em dias chuvosos.

Para garantir que o mercado tenha bastante iluminação natural, será proposto uma cobertura envidraçada e lanternim de vidro, sendo uma solução sustentável para que o mercado reduza seu consumo de energia. Para um mercado agradável, será proposto brises na parte superior, forçando uma ventilação do tipo chaminé, de forma que todo ar quente, deixando o ambiente todo com temperatura agradável.

Figura 56 – Nova cobertura do mercado.



Fonte: Autora (2024)

Figura 57 – Fachada Oeste.



Fonte: Autora (2024)

Figura 58 – Cobertura envidraçada, vista de dentro do mercado.



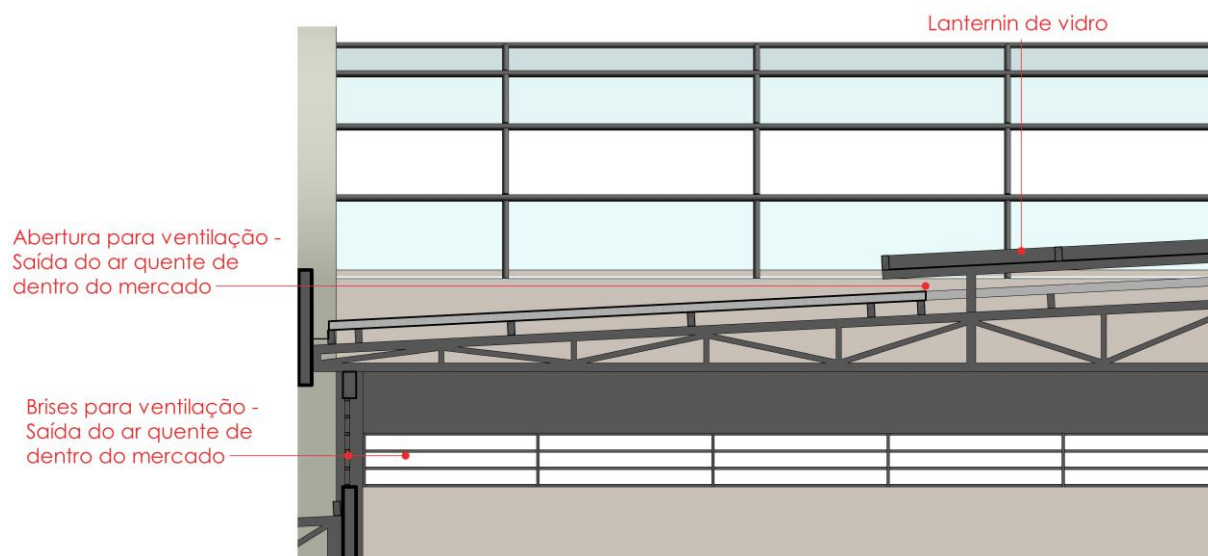
Fonte: Autora (2024)

Figura 59 – Fachada Norte aérea.



Fonte: Autora (2024)

Figura 60 – Detalhamento da ventilação.



Fonte: Autora (2024)

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho trouxe um olhar diferente sobre os mercados, principalmente do objeto deste estudo, evidenciando a relevância econômica e social que o mercado possui para a cidade. Ao realizar o levantamento bibliográfico, foi percebido uma carência de informações sobre o mercado, sendo um desafio inesperado encontrado no decorrer da elaboração deste trabalho, que foi superado através dos saberes informais dos feirantes e frequentadores mais antigos. Isso reforçou a importância social do mercado.

A proposta de requalificação do mercado Rosendo Ribeiro escancarou a necessidade de uma transformação no espaço do mercado e no seu entorno, trazendo às comerciantes condições dignas para exercer uma atividade importante enraizada na cultura brasileira e aos usuários e moradores do entorno, não deixando de lado impactos econômicos que a requalificação trará para a cidade, tendo em vista a carência local de espaços comerciais atrativos e turistas na região.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Capistrano de. **Caminhos antigos e Povoamento do Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1975.
- ALVES, Silvio Navas. **A arquitetura dos mercados e shoppings populares**. 2 Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.
- ALENCASTRO, L. F. **O trato dos viventes: formação do Brasil no Atlântico Sul**. Companhia das Letras, 2000.
- ANDRADE, Manuel Corrêa de. **O processo de ocupação do espaço regional do Nordeste**. Recife: Sudene, 1979.
- ANDRADE, Sheyla Silveira. **As feiras livres sob a lógica do capital: da produção camponesa à subsunção do trabalho na circulação**. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE, 2011.
- ANDRADE, Manuel Corrêa de. **Geografia econômica do Nordeste: o espaço e a economia nordestina**. 3. ed. [S.l.]: Atlas, 1997.
- DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. **Feiras no Nordeste**. Mercator - Revista de Geografia da UFC, ano 07, número 13, 2008.
- DANTAS, G. P. G. **Feira de Macaíba: um estudo das transformações na dinâmica socioespacial** (1970/ 2006). 2007. 202 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, UFRN, Natal, 2007.
- FAUSTO, B. **História do Brasil**. Edusp, 2008.
- GOUVÊA, M. F. **Feiras, mercados e festas: estratégias e resultados da economia colonial**. In E. R. Cohn (Ed.), *História Econômica do Brasil Contemporâneo: 1500-1820* (Vol. 1, pp. 149-177). Editora 34, 2006.
- MAIA, Doralice Sátyro. **As feiras: lugar do mercado e do encontro – um registro das observações feitas em feiras de cidades brasileiras e portuguesas**. In: SEMINÁRIO LUSO-BRASILEIRO-CABOVERDIANO. ENCONTRO PARAIBANO DE GEOGRAFIA. 3., 2006, Fortaleza. Anais... João Pessoa: UFPB, 2006. 1 CD.
- MEIA DOIS NOVE, Arquitetura & Consultoria. **Feira da Cidade**. ArchDaily Brasil, 2014. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/623364/feira-da-cidade-meia-dois-nove-arquitetura-e-consultoria>. Acesso em: 14 out. 2023.
- MERCADO popular da Rocinha, projeto foi tombado pela Prefeitura do Rio de Janeiro. AAA, 2020. Disponível em: <https://aaa.com.br/view/6>. Acesso em: 04 nov. 2023.
- MOTT, Luis Roberto de Barros. **A feira de Brejo Grande: um estudo de uma instituição econômica num município sergipano do baixo São Francisco**. 1975. 348 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Universidade de Campinas, Campinas/SP, 1975.

PINTO E SILVA, F. C. **Comércio indígena: circulação de objetos e estilos na América do Sul pré-colonial**. Revista de Arqueologia, 17(2), 47-67, 2004.

SANTOS, Vanessa Modesto dos. **Cores, cheiros, sons, saberes e fazeres: feira de Lagarto/SE** Vanessa Modesto dos Santos; orientadora Sônia de Souza Mendonça Menezes. – São Cristóvão, 2018.

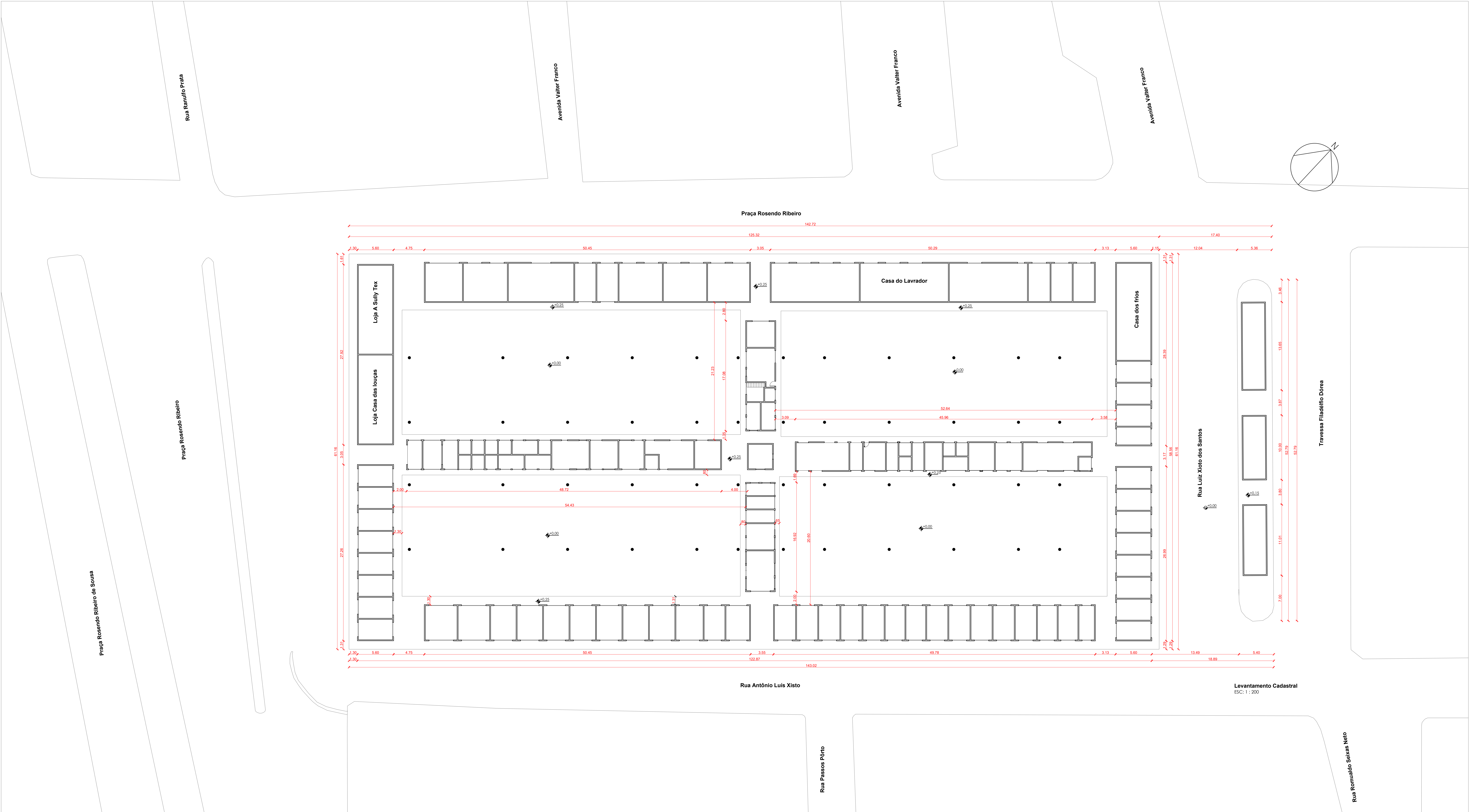
SCHWARTZ, S. B. **Segredos internos: Engenhos e escravos na sociedade colonial**. Companhia das Letras, 1988.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. Perdizes: Cortez, 2007.
RIBEIRO, D. (2008). As feiras no Brasil: desafios da pesquisa contemporânea. Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia, (18), 13-24.

SILVA, Michel. Há 16 anos era inaugurado o Mercado popular da Rocinha. **Falaroca**, 2020. Disponível em: <https://falaroca.com/ha-16-anos-era-inaugurado-o-mercado-popular-da-rocinha/>. Acesso em: 04 nov. 2023.

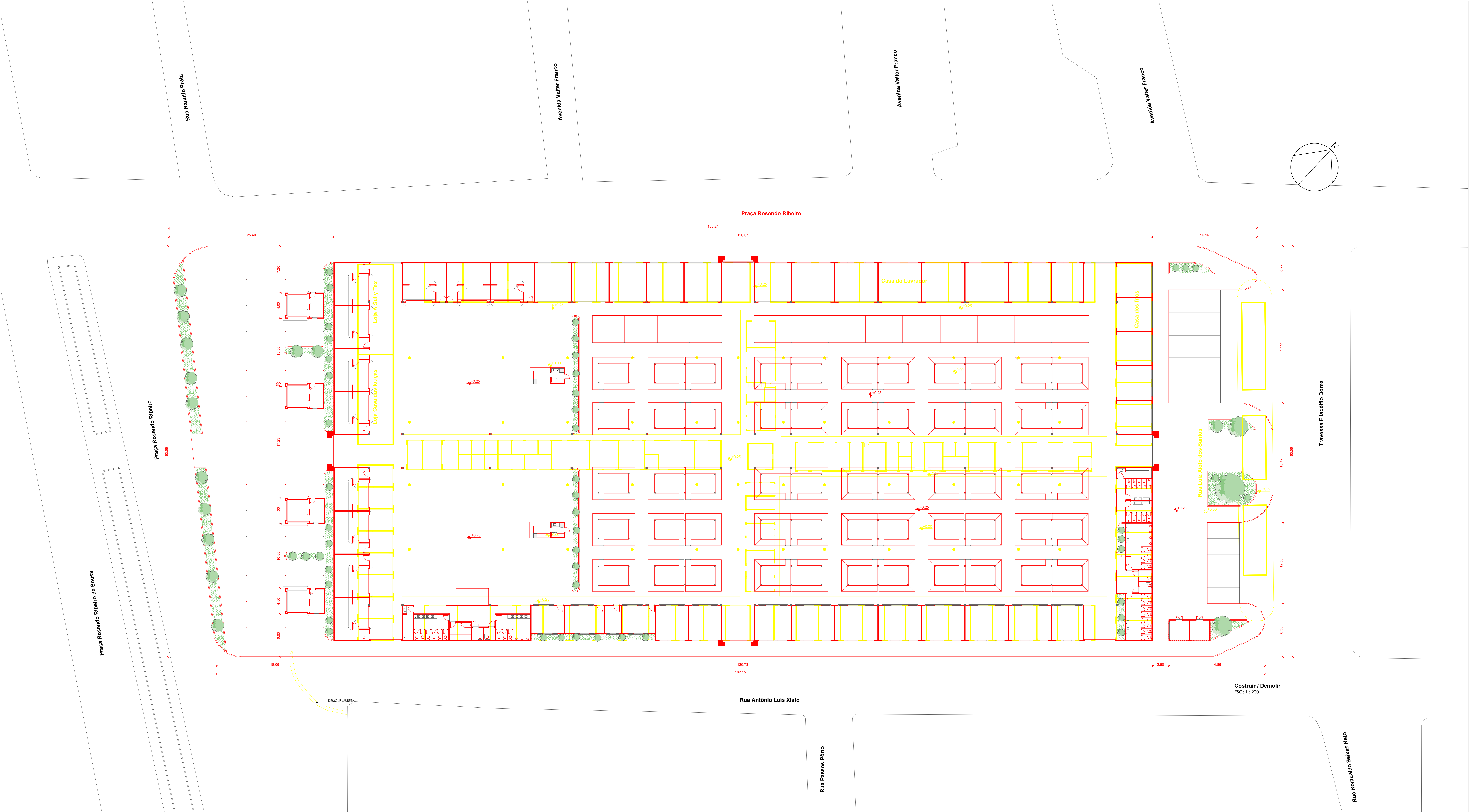
SOUZA, Elza Coelho. **Feira de gado**. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipos e aspectos do Brasil**. 10. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Departamento de Documentação e Divulgação Geográfica e Cartográfica, 1975.

APÊNDICES – ANTEPROJETO ARQUITETÔNICO



Todos os direitos relativos a estes projetos/arquitetônicos são reservados ao autor do Projeto, sendo formalmente proibida a reprodução total ou parcial dos elementos nele contidos, assim como também proibida a sua utilização/difusão, total ou parcial, por meio impresso ou eletrônico, sem a autorização expressa do autor do Projeto. A violação dos direitos de Direitos Autorais, Lei nº 9.610/96 e nº 12.124/09, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.846 de 07/12/1940).

PROJETO(S): MERCADO ROSENDO RIBEIRO			
ENDEREÇO: PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTOISE			
DISCENTE: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	ORIENTADOR: MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE		
	RESP. TÉCNICO(S): CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES		
ASSUNTO: Levantamento Cadastral	DATA: 09/2024	FOLHA:	
	ESCALA: 1:200	AUTOR: 11/07	



OBSERVAÇÕES

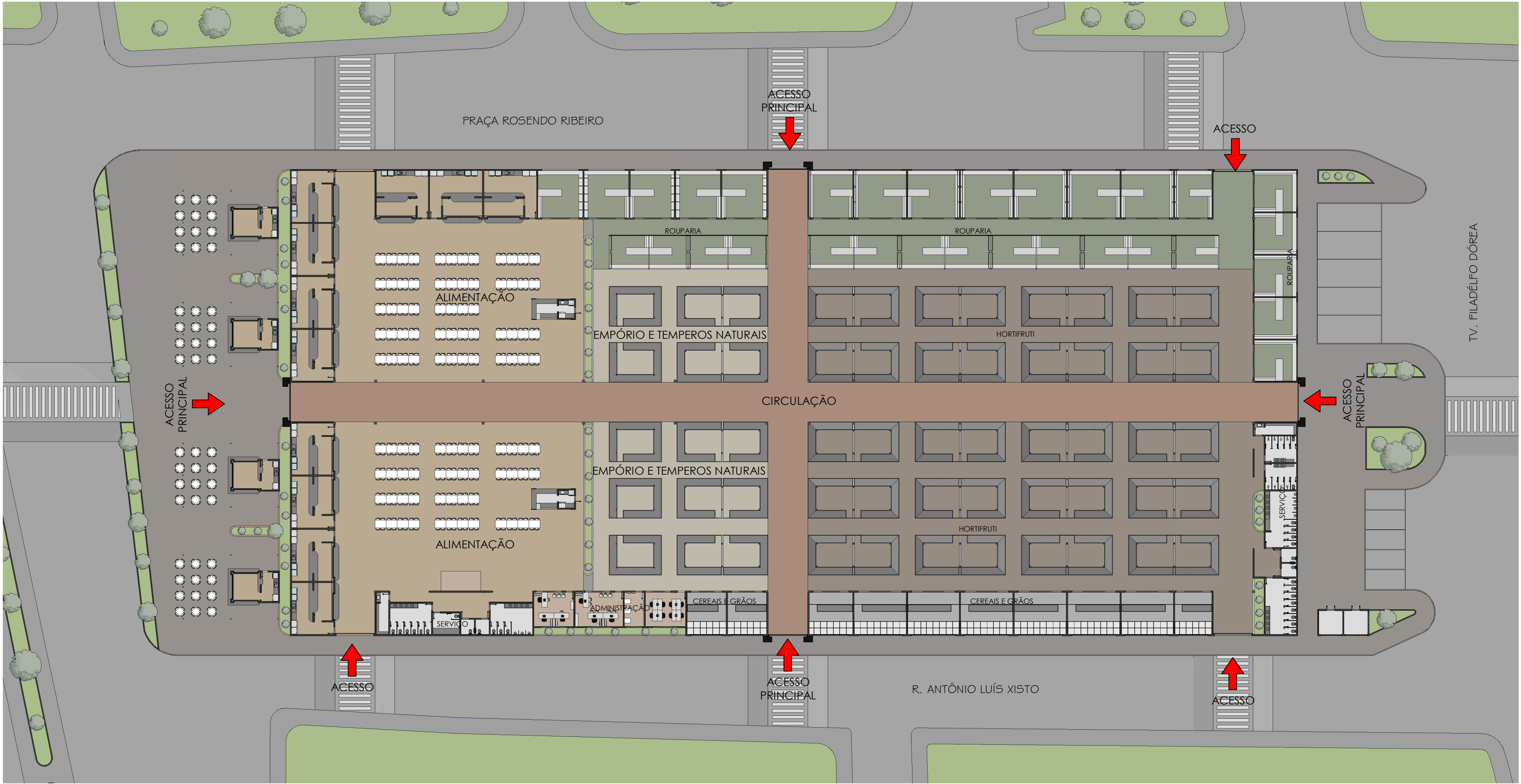
TUDO MERCADO SERÁ DEMOLIDO;
A RUA LUÍS XISTO DOS SANTOS SERÁ FECHADA E SERÁ CONSTRUÍDA
UM PISO DO MESMO NÍVEL DO MERCADO;
TUDO MERCADO SERÁ EM NÍVEL GRUO DE 25 CM ACIMA DA RUA.

LEGENDA CONSTRUTIVA

CONSTRUIR
DEMOLIR

Todas os direitos relativos a estes projetos/documentos são reservados ao autor do Projeto, sendo terminantemente proibida a reprodução total ou parcial dos elementos nele contidos, assim como também proibida a sua utilização/distribuição, total ou parcial, por meio eletrônico ou gráfico, sem a devida autorização do autor. A violação dos direitos de Direitos Autorais, Lei nº 9.610/98 e nº 11.146/05, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.848 de 07/12/1940).

PROJETO(S): MERCADO ROSENDO RIBEIRO			
ENDEREÇO: PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTOSE			
DISCENTE: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	ORIENTADOR: MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE		
	RESP. TÉCNICO(S): CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES		
ASSUNTO: Demolir / Construir	DATA: 09/2024		FOLHA:
	ESCALA: 1:200		02/07
		PROJETO: Autor	



PLANTA BAIXA SETORIZADA
ESC. 1: 400



PLANTA BAIXA 3D
ESC.

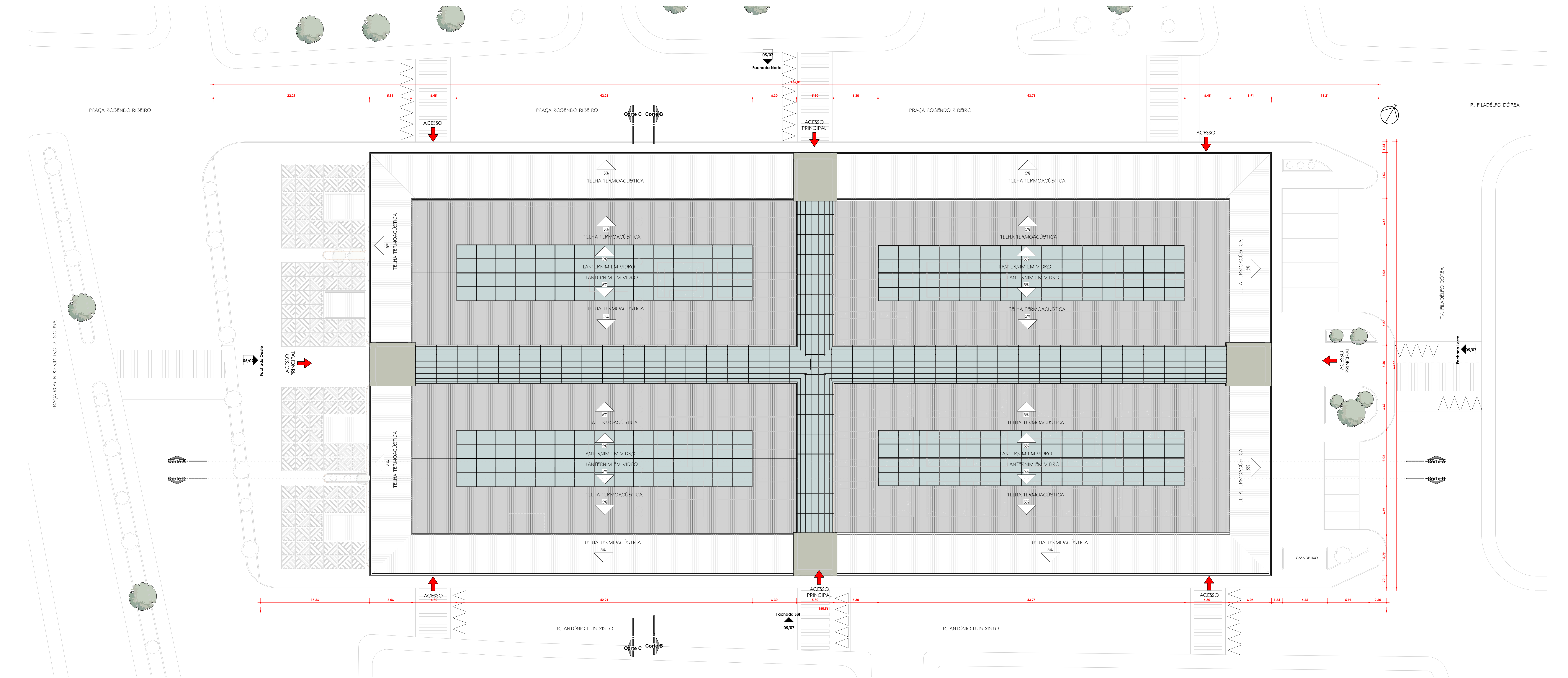
Tabela de Portas - Área				
Cód.	Quant.	Dimensões	Área	
A01	2	100 cm x 200 cm	2,00 m²	
A02	2	90 cm x 210 cm	1,89 m²	
A03	11	80 cm x 200 cm	2,00 m²	
A04	4	70 cm x 210 cm	1,47 m²	
C01	11	90 cm x 210 cm	1,89 m²	
C14	5	400 cm x 244 cm	11,18 m²	
C08	31	40 cm x 210 cm	1,26 m²	
C04	1	40 cm x 210 cm	1,26 m²	
C41	12	300 cm x 170 cm	5,10 m²	
C74	2	300 cm x 244 cm	9,48 m²	
C75	3	444 cm x 244 cm	10,83 m²	
C76	4	410 cm x 244 cm	10,00 m²	
C72	4	90 cm x 210 cm	1,89 m²	
C78	3	400 cm x 200 cm	8,00 m²	
C79	2	80 cm x 200 cm	7,72 m²	
C80	2	70 cm x 210 cm	1,47 m²	
C85	1	300 cm x 200 cm	6,00 m²	
C86	1	344 cm x 244 cm	8,38 m²	
C87	12	544 cm x 244 cm	13,27 m²	
C88	1	344 cm x 244 cm	8,38 m²	
C89	8	470 cm x 470 cm	22,09 m²	
P01	7	90 cm x 210 cm	1,89 m²	
P02	8	80 cm x 210 cm	1,68 m²	
P03	2	70 cm x 210 cm	1,47 m²	

Quadro de áreas	
Área do terreno	8.400,15 m²
Área do comércio	7.400,33 m²
Área pública	150,42 m²
Área de circulação	1,24 m²
Área de estacionamento	48,31 m²
Área de circulação	1,24 m²
Área de circulação	1,24 m²
Área de circulação	1,24 m²

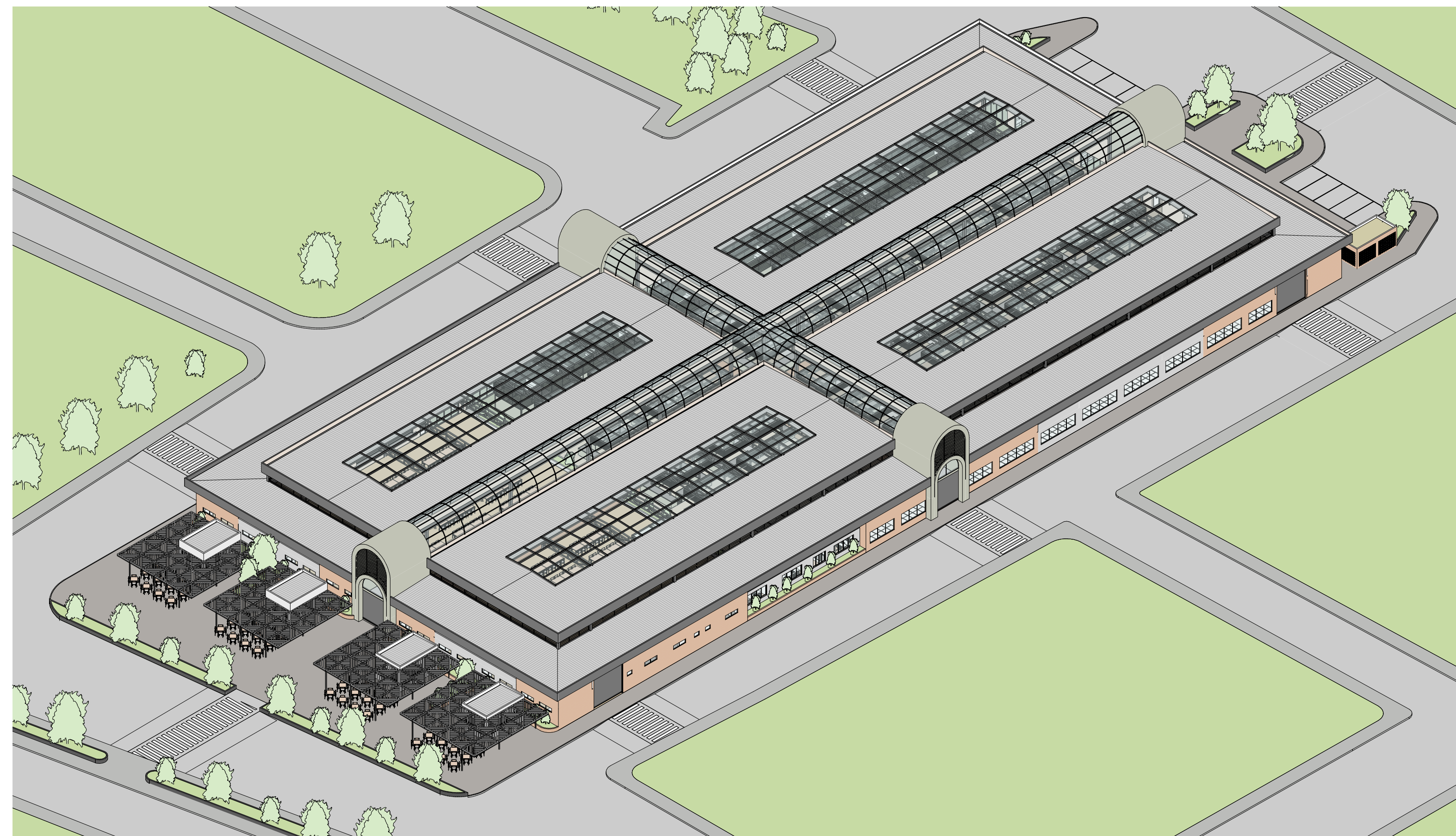
Tabela de Janelas - Área				
Cód.	Quant.	Dimensões	Área	
J01	4	300 cm x 180 cm	4,48 m²	
J13	4	80 cm x 30 cm	0,48 m²	
J08	1	200 cm x 140 cm	2,80 m²	

Todos os direitos relativos a estas informações são reservados ao autor do Projeto, sendo terminantemente proibida a reprodução total ou parcial dos elementos desta cartilha, assim como também proibida a sua divulgação, total ou parcial, por qualquer meio de comunicação, sem a autorização expressa do autor. A violação dos direitos de Direitos Autorais, Lei nº 9.610/96 e Lei nº 5.130/66, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.846 de 07/11/1940).

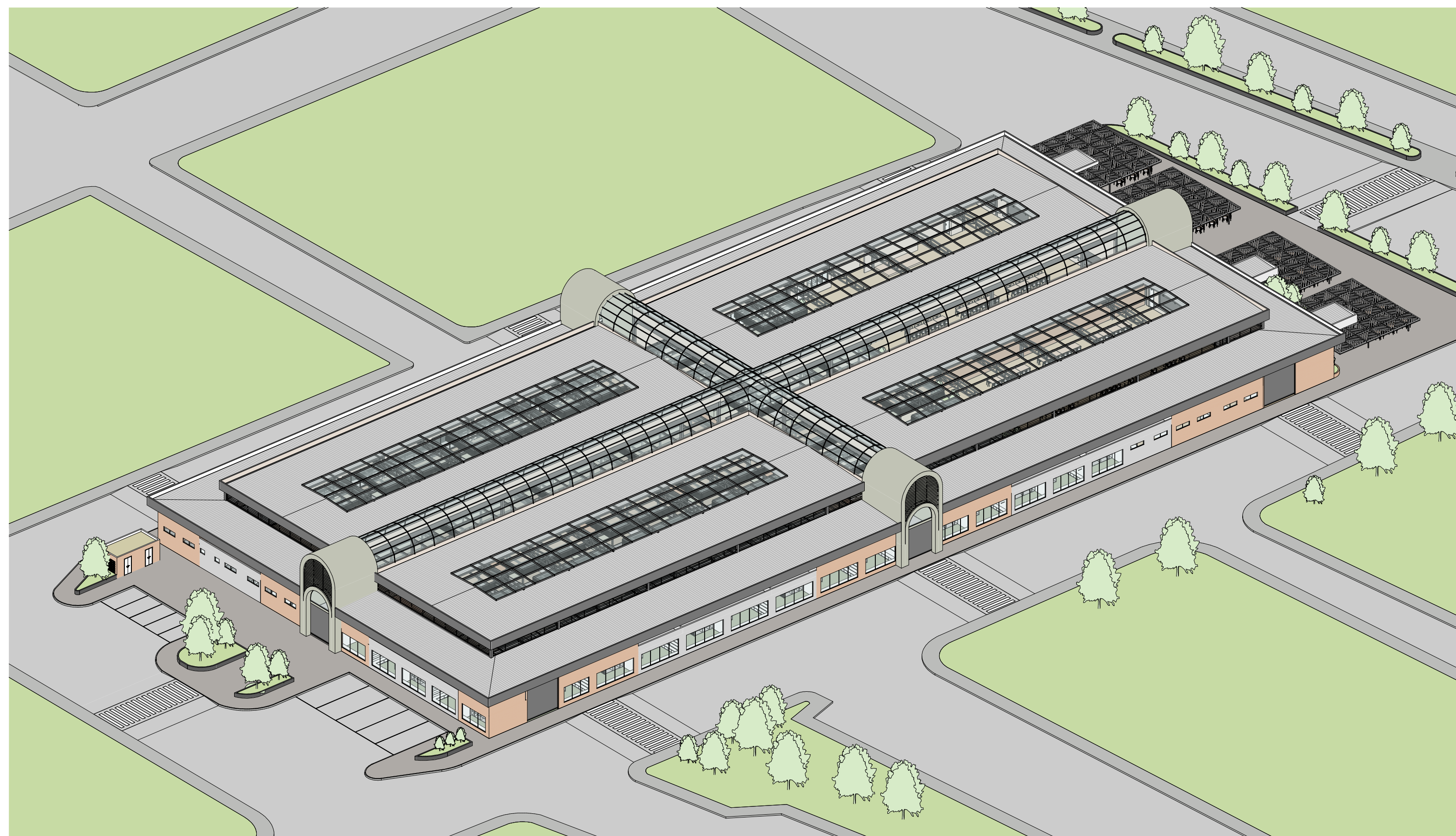
PROJETO:		MERCADO ROSENDO RIBEIRO	
ENDEREÇO:		PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTOISE	
DISCENTE:		CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	
ORIENTADOR:		MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE	
RESP. TÉCNICO(S):		CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	
ASSUNTO:		Planta baixa	
DATA:		09/2024	
ESCALA:		Como indicado	
AUTOR:		03/07	



Cobertura
ESC: 1 : 200



VISTA Perspectiva



PERSPECTIVA 02
ESC:



Vista 3D 1
ESC:

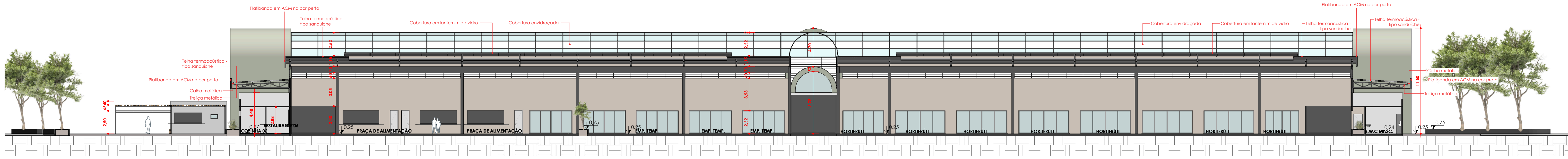


Vista 3D 2
ESC:

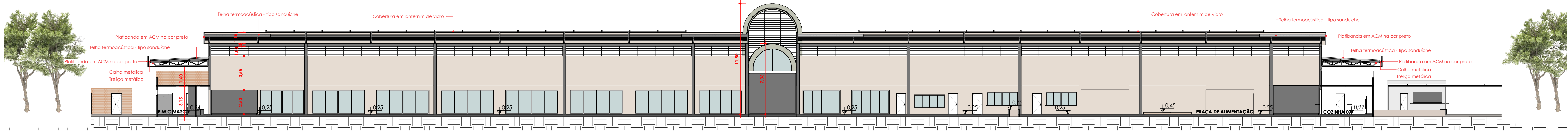
Todos os direitos relativos a estes projetos/arquitetônicos são reservados ao autor do Projeto, sendo formalmente proibida a reprodução total ou parcial dos elementos desta cartilha, assim como também proibida a sua utilização/reprodução total ou parcial, por outra pessoa física ou jurídica, sem a autorização expressa do autor do Projeto.

A violação dos direitos de Direitos Autorais, Lei nº 9.610/96 e nº 5.130/66, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.846 de 07/12/1940).

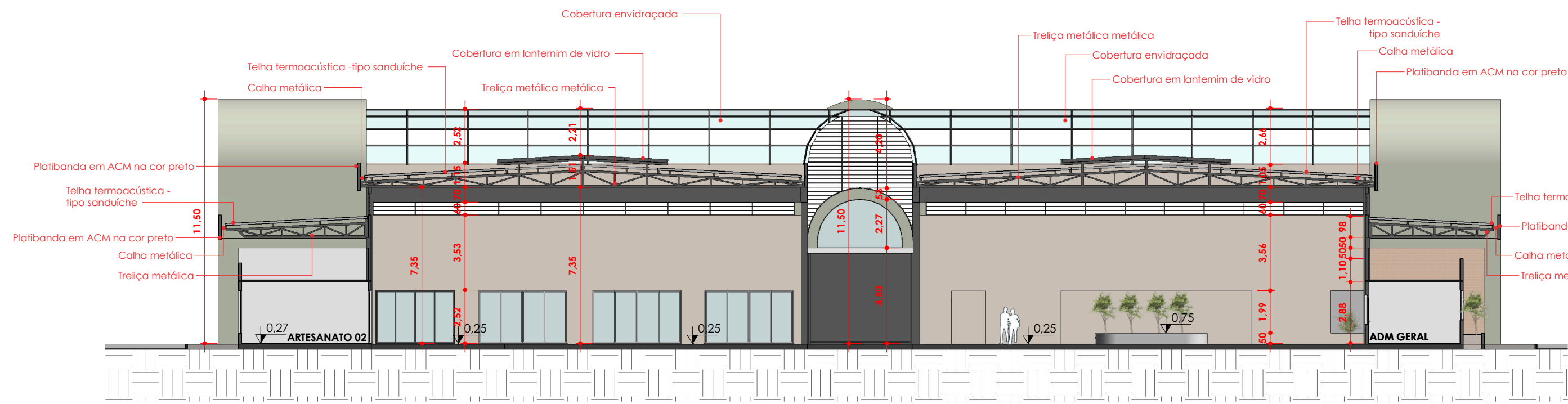
PROJETO: MERCADO ROSENDO RIBEIRO	
ENDEREÇO: PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTO/SE	
DISCIPLINA: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	ORIENTADOR: MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE RESP. TÉCNICO(S): CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES
ASSINADO:	DATA: 09/2024 ESCALA: 1 : 200 DESIGNADO: Autor
Cobertura / Implantação	
04/07	



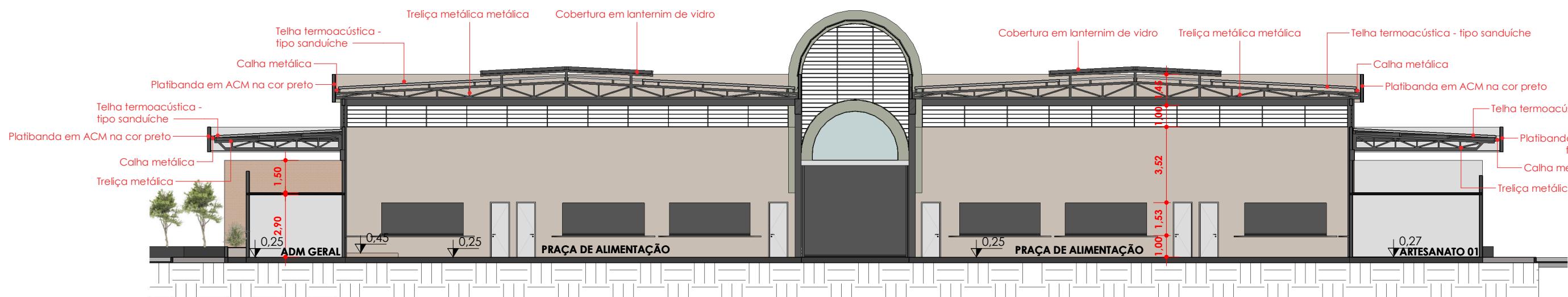
Corte A
ESC: 1 : 200



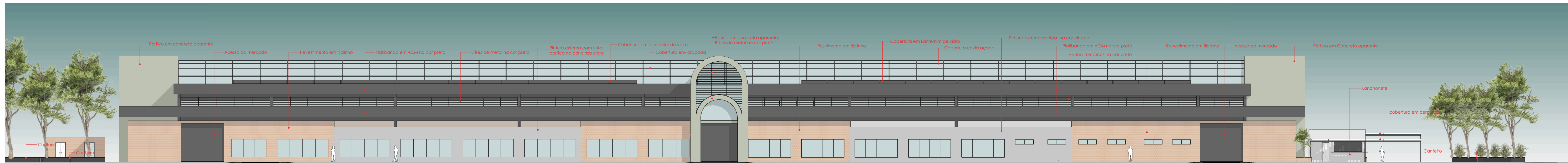
Corte D
ESC: 1 : 200



Corte B
ESC: 1 : 200



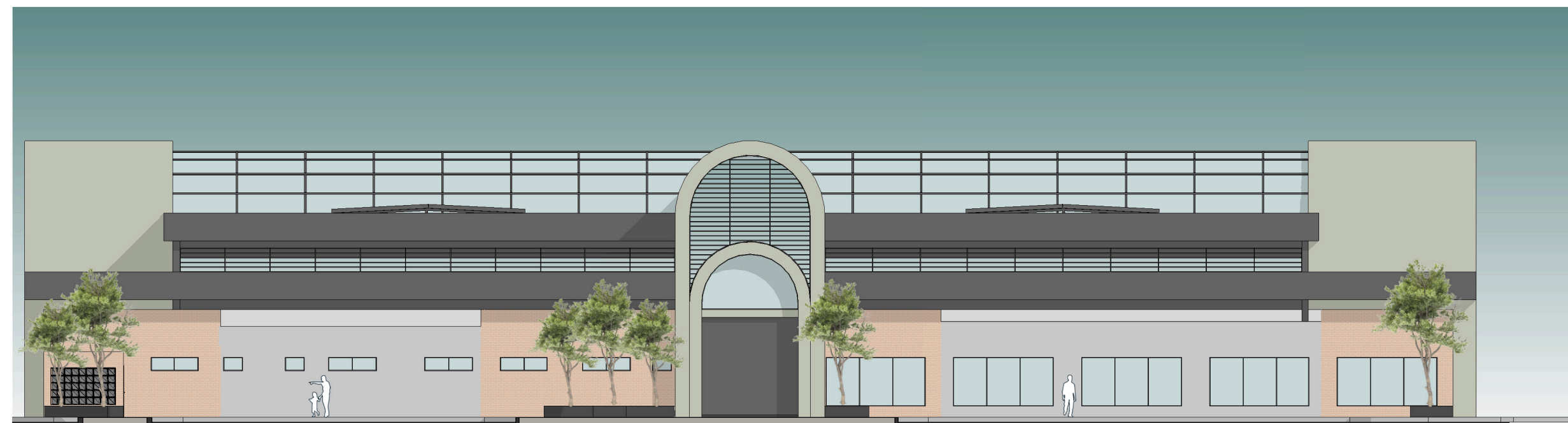
Corte C
ESC: 1 : 200



Fachada Norte
ESC: 1 : 200



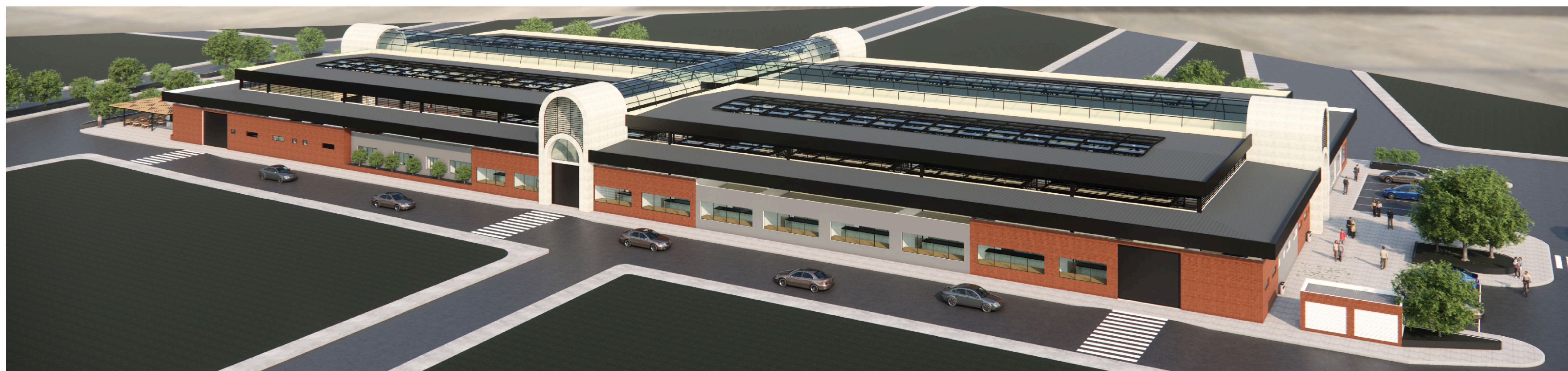
Fachada Sul
ESC: 1 : 200



Fachada Leste
ESC: 1 : 200



Fachada Oeste
ESC: 1 : 200



Fachada Sul / Leste



Fachada Leste



Fachada Leste



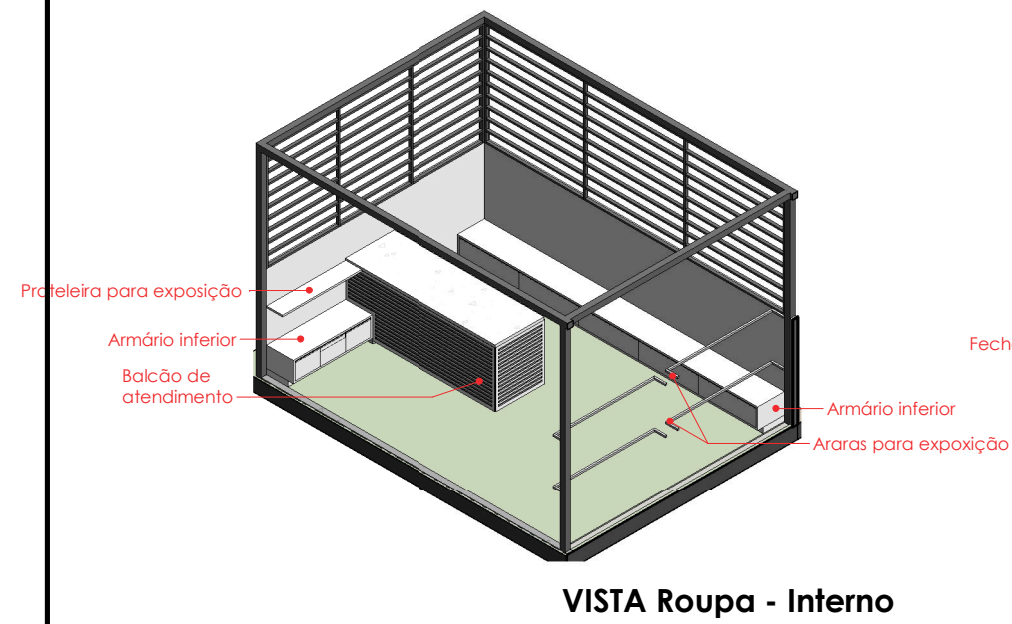
Fachada Oeste



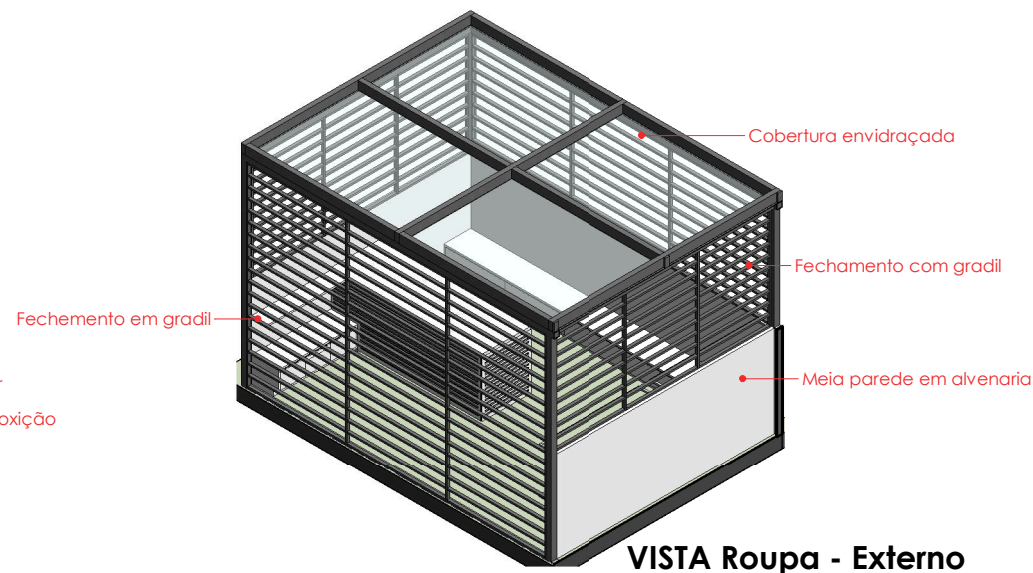
Fachada Sul

Todos os direitos relativos a estas projeções/arquitetônicas são reservados ao autor do Projeto, sendo terminantemente proibida a reprodução total ou parcial das apresentações, sem a autorização expressa do autor. A violação dos direitos de Direitos Autorais, Lei nº 9.610/96 e nº 5.130/66, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.845 de 07/12/1940).

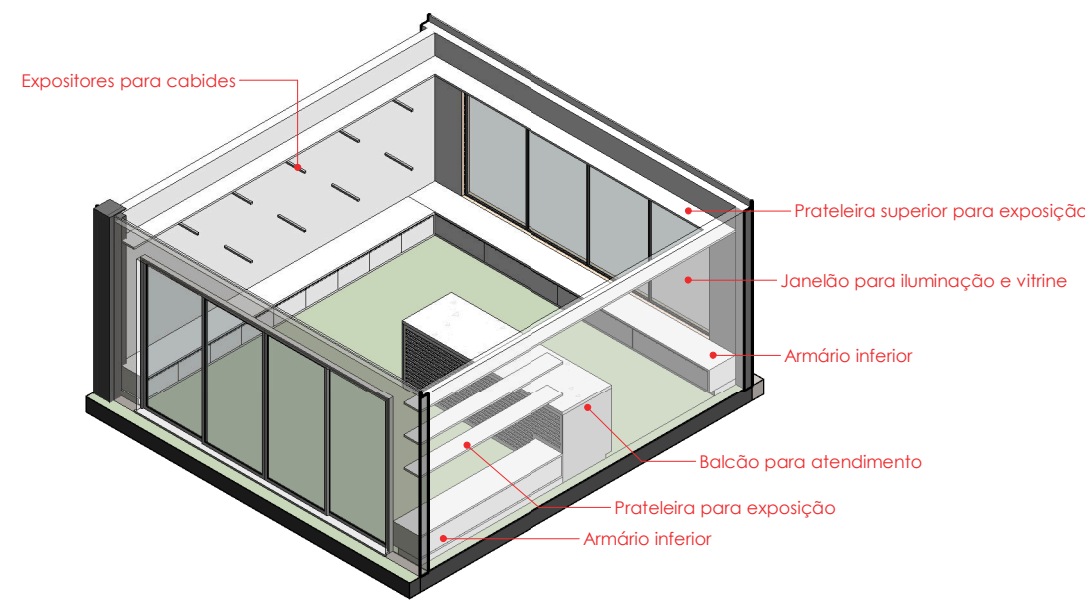
PROJETO: MERCADO ROSENDO RIBEIRO	
ENDEREÇO: PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTO/SE	
DISCIPLINA: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	ORIENTADOR: MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE
ASSINATO: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	RESP. TÉCNICO(S): CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES
DATA: 09/2024	FOINHA: 05/07
ESCALA: 1 : 200	
DESENHO: Autor	



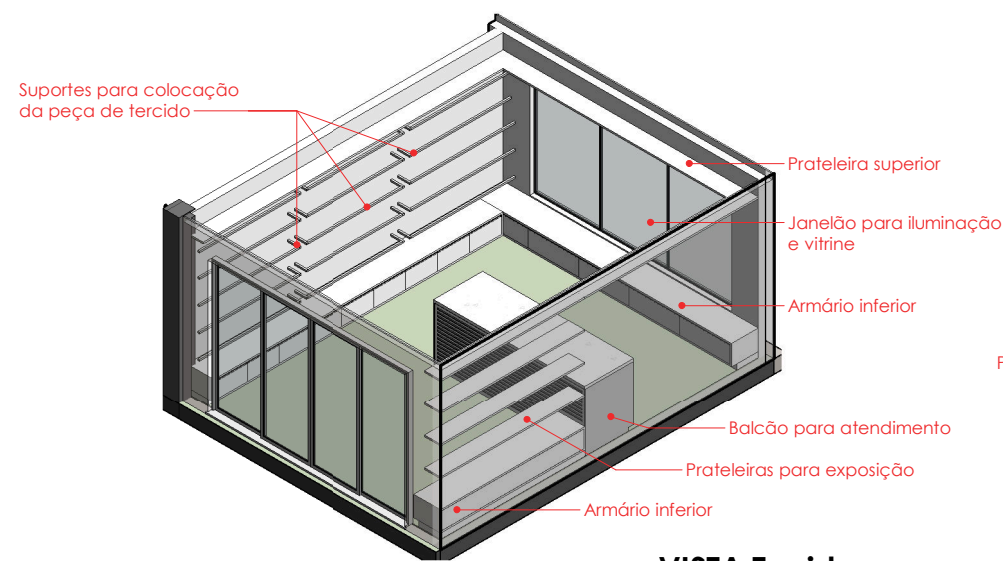
VISTA Roupas - Interno



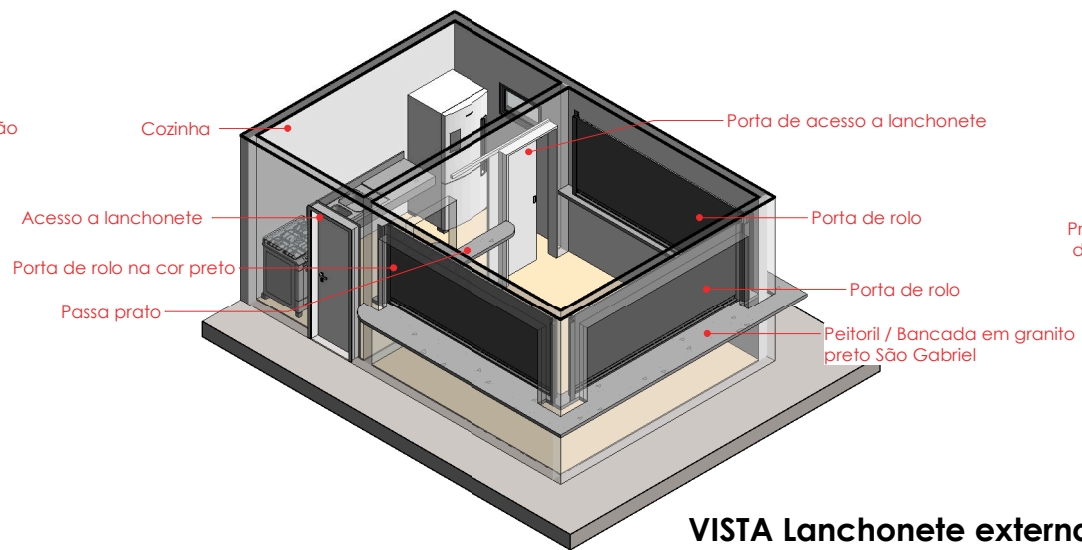
VISTA Roupas - Externo



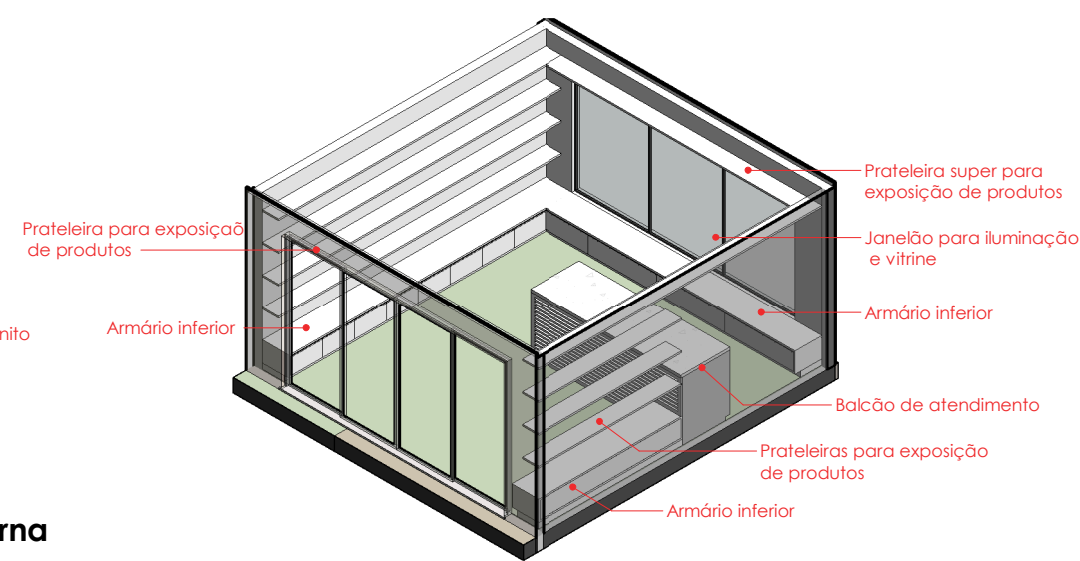
VISTA Artesanato



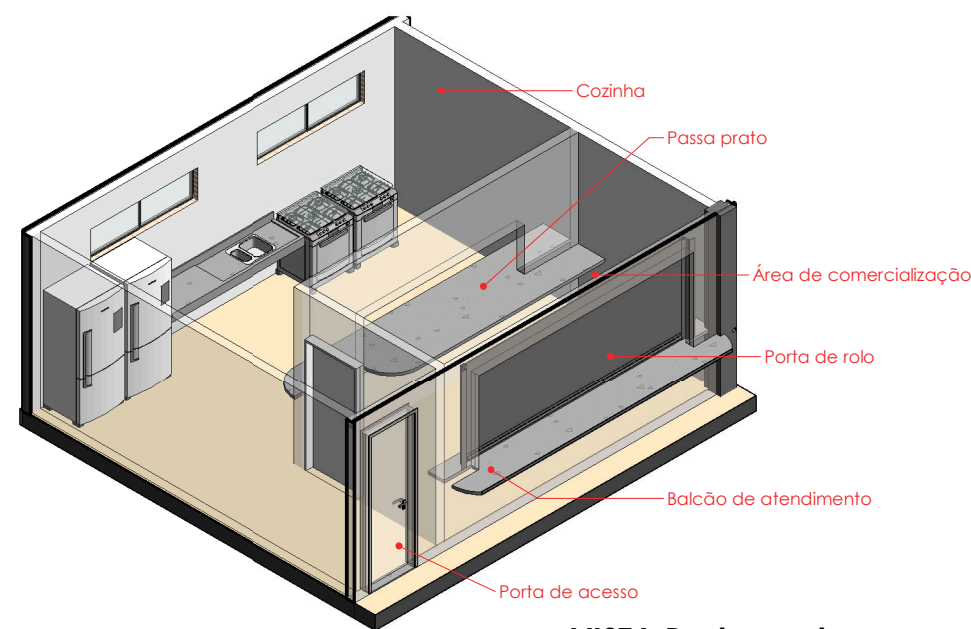
VISTA Tecido



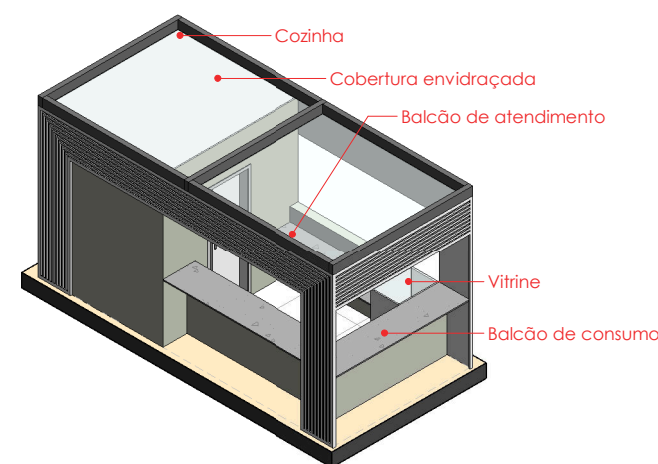
VISTA Lanchonete externa



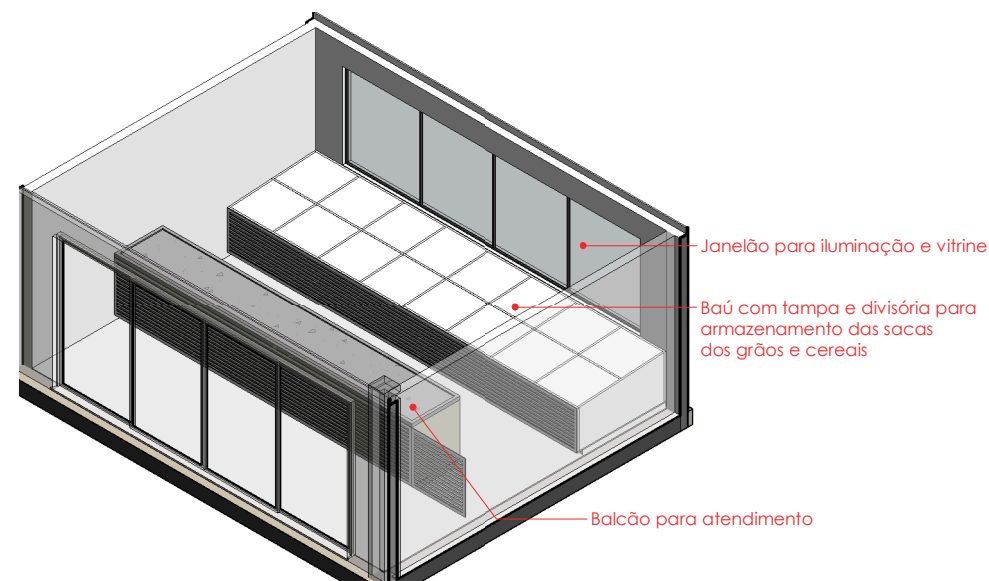
VISTA Calçado



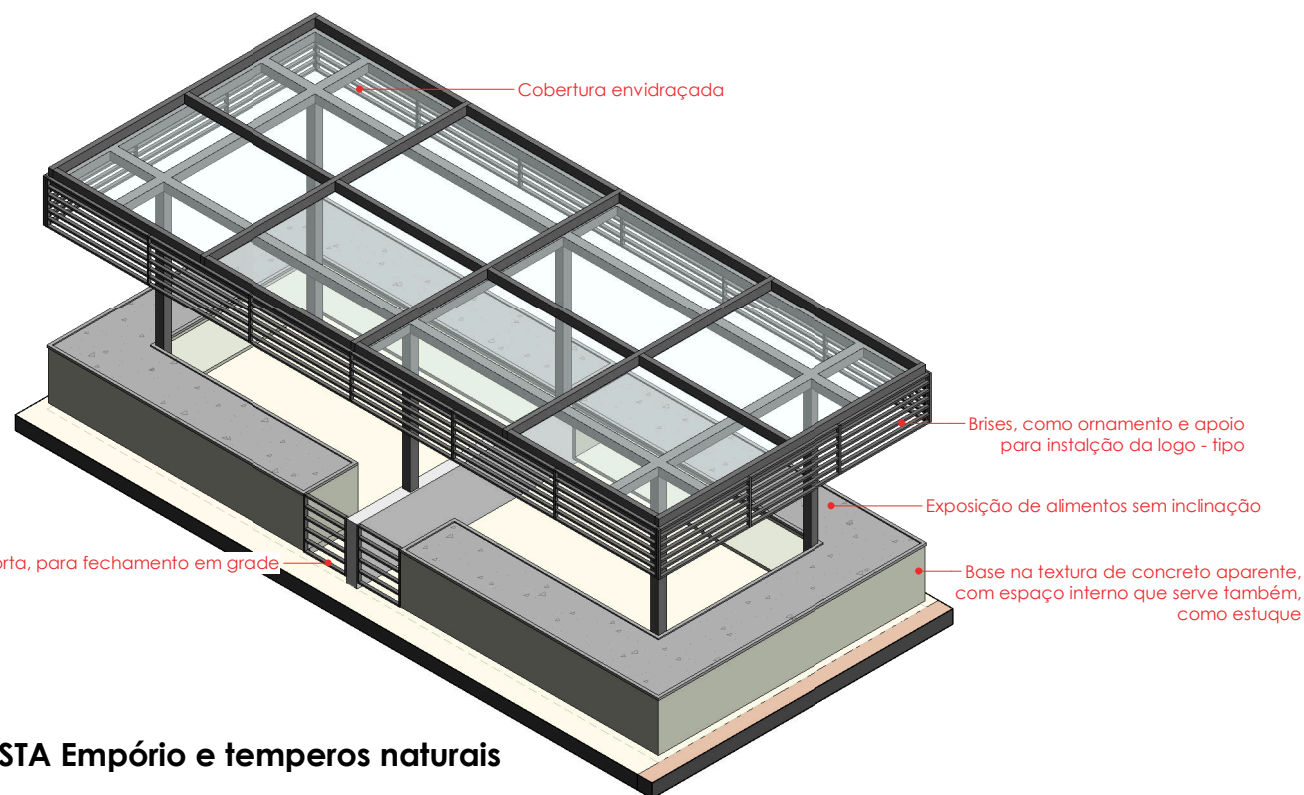
VISTA Restaurante



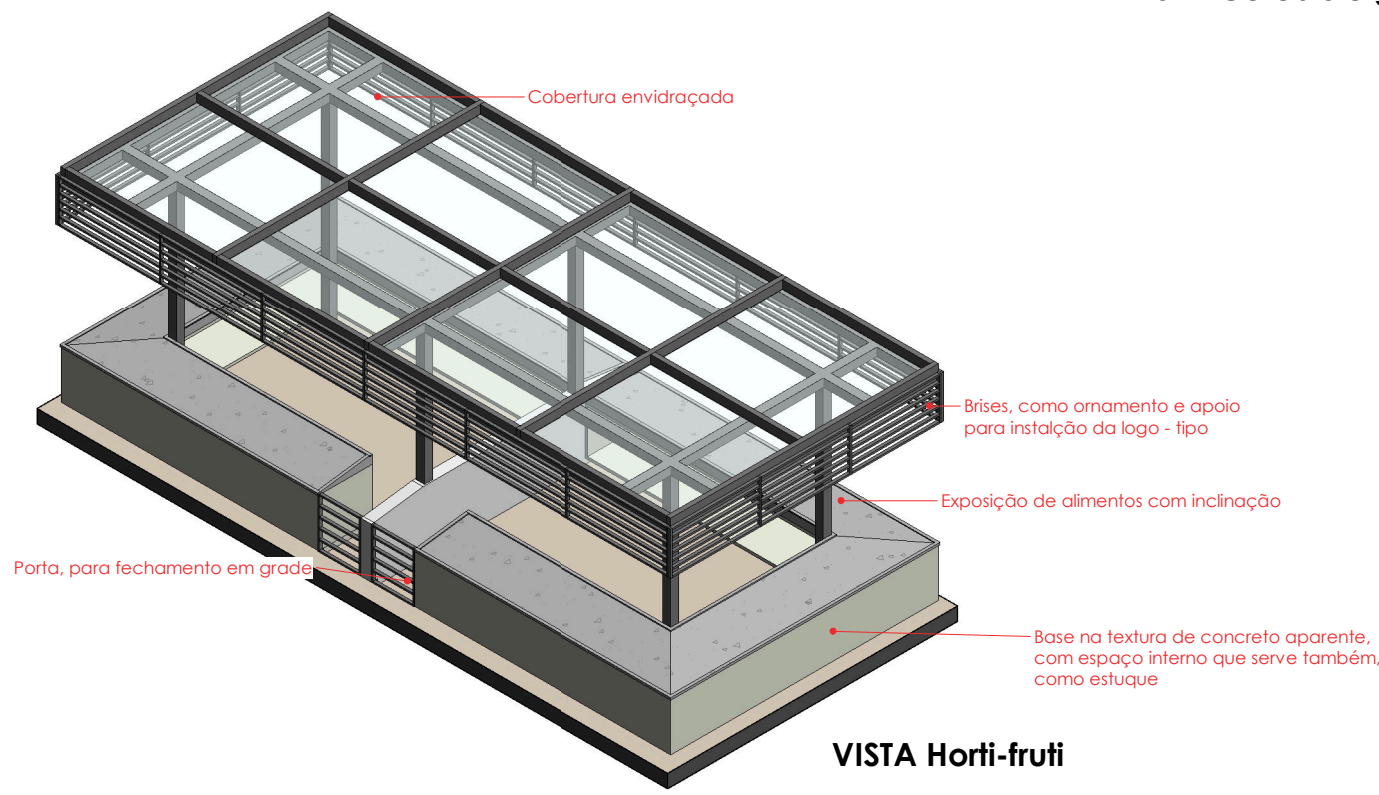
VISTA Quiosque bar



VISTA Cereais e grãos



VISTA Empório e temperos naturais



VISTA Horti-fruti



Praça de alimentação



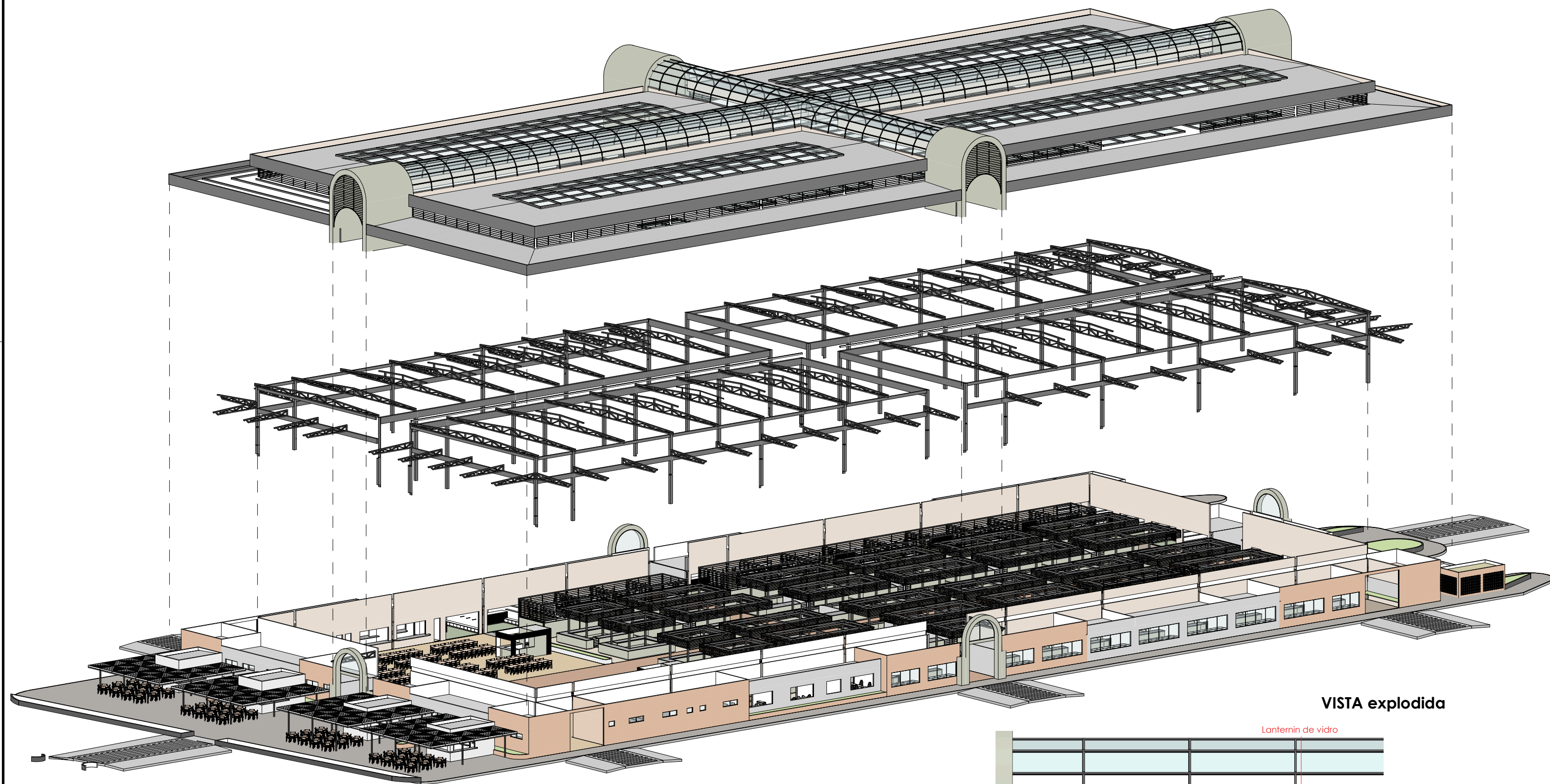
Praça de alimentação



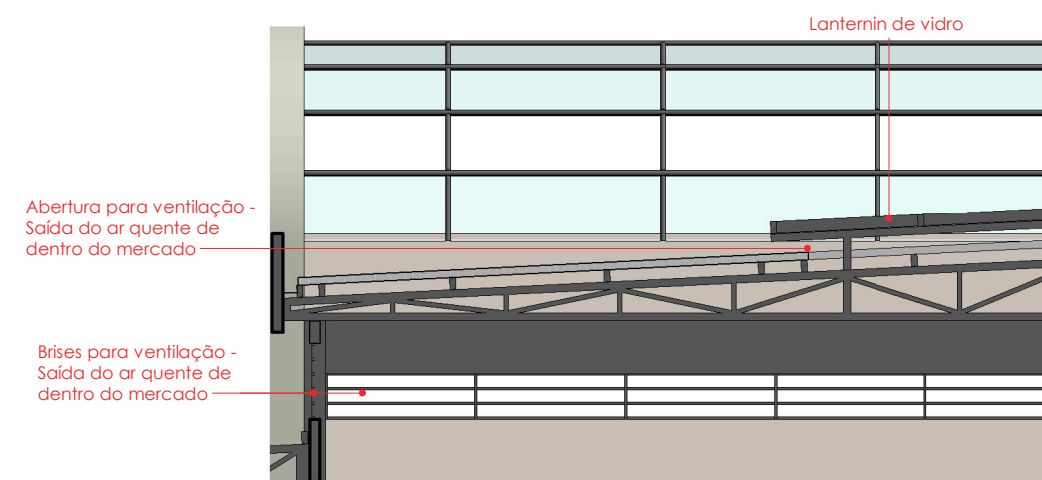
Corredor central

Todos os direitos relativos a estes projetos/documentos são reservados ao autor do Projeto, sendo terminantemente proibida a reprodução total ou parcial dos elementos neles contidos, assim como também proibida a sua utilização/aplicação, total ou parcial, por outra pessoa física ou jurídica diversa da contratante, bem como o uso para a execução de obra em lugar diverso de especificado em contrato. A violação dos direitos de Direitos Autorais, Leis nº 9.610/98 e nº 5.194/66, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.848 de 07/12/1940).

PROJETO(S): MERCADO ROSENDO RIBEIRO		
ENDEREÇO: PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTO/SE		
DISCENTE: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	ORIENTADOR: MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE	
	RESP. TÉCNICO(S): CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	
ASSUNTO: Detalhamento arquitetônico	DATA: 09/2024	FOLHA: 06/07
	ESCALA:	
	DESENHO: Autor	



VISTA explodida



VISTA Det. Ventilação



Perspectiva externa - Praça de alimentação



Perspectiva externa - Praça de alimentação



Perspectiva interna - Praça de alimentação



Perspectiva externa - Fachada Oeste



Perspectiva interna - Praça de alimentação

Todos os direitos relativos a estes projetos/documentos são reservados ao autor do Projeto, sendo terminantemente proibida a reprodução total ou parcial dos elementos neles contidos, assim como também proibida a sua utilização/aplicação, total ou parcial, por outra pessoa física ou jurídica diversa da contratante, bem como eu uso para a execução de obra em lugar diverso de especificado em contrato.
A violação dos direitos de Direitos Autorais, Leis nº 9.610/98 e nº 5.194/66, é crime previsto no Código Penal (Decreto Lei nº 2.848 de 07/12/1940).

PROJETO(S): MERCADO ROSENDO RIBEIRO		
ENDEREÇO: PRAÇA ROSENDO RIBEIRO DE SOUZA - CENTRO, LAGARTO/SE		
DISCENTE: CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	ORIENTADOR: MARCOS VINICIUS SANTANA PRUDENTE	
	RESP. TÉCNICO(S): CRISLAINE DOS SANTOS RODRIGUES	
ASSUNTO: Detalhamento arquitetônico	DATA: 09/2024	FOLHA: 07/07
	ESCALA: 1 : 100	
	DESENHO: Autor	