

MERCADO PÚBLICO EM NOVA VENEZA

**VALORIZAÇÃO E FOMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR E DO
PEQUENO PRODUTOR EM NOVA VENEZA - SC**

UNESC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE

CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

TFG-I - TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO I

ORIENTADOR: LUCAS SABINO DIAS

ACADÊMICO: FELIPE GAVA AGUSTINHO

01 - **INTRODUÇÃO**
problemática + justificativa - objetivos - metodologia

02 - **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

03 - **CONTEXTUALIZAÇÃO URBANA E DO RECORTE**

04 - **REFERENCIAIS ARQUITETÔNICOS**

05 - **PARTIDO**

06 - **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SUMÁRIO

TEMA

Mercado público municipal voltado para os produtores agrícolas da região em Nova Veneza - SC.

PALAVRAS CHAVE

Mercado Público | Comércio | Produtos Agrícolas | Feira Livre | Agricultura | Espaço Público





PROBLEMÁTICA



Existem no município de Nova Veneza, tanto na região central, quanto nos distritos e vilas mais retiradas, diversos produtos dos mais variados tipos, como massas, pães, bolachas, doces, geléias, queijos, embutidos, vinhos, ovos, carnes e verduras orgânicas e hidropônicas.

Entretanto, o produtor rural e de artesanatos não possui um espaço adequado na cidade, com infraestrutura necessária para que possa comercializar seus produtos e explorar o potencial, tanto em relação ao turismo na cidade, quanto para o dia a dia de seus moradores.

A COOFANOVE (Cooperativa Familiar de Produção Agroindustrial de Nova Veneza), possui uma loja na praça central da cidade, onde são vendidos itens produzidos por seus cooperados, mas abrange somente uma pequena parcela dos produtores.

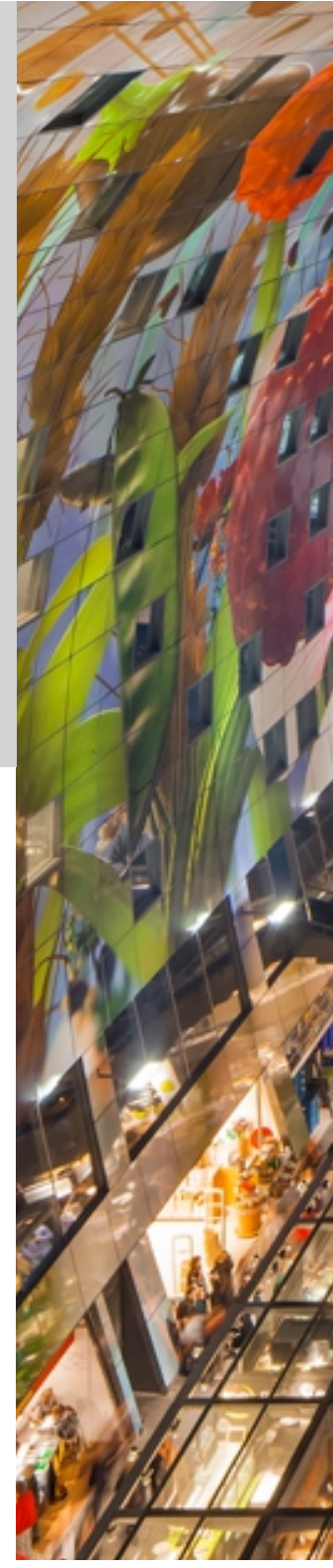


JUSTIFICATIVA

O comércio de rua promove a apropriação do espaço público da cidade, possibilita diversas oportunidades de socialização e incentiva a apropriação do território urbano pelos moradores e visitantes, devido à diversidade e riqueza dos diferentes produtos e experiências oferecidos.

A proposta de um mercado público na cidade de Nova Veneza parte dessa necessidade desse tipo de espaço, que estimule a produção no município, fortaleça o comércio de produtos frescos e crie uma relação direta entre produtor x consumidor, sem o intermédio de terceiros.

A proposta vem da intenção de valorizar as relações interpessoais entre comprador e vendedor, e fazer com que as pessoas sintam-se mais próximas e pertencentes da cidade como um todo, integrando o campo e a vida urbana, em um espaço democrático, intermediário entre os dois. O mercado público vem reunir essas intenções de maneira que se insira no tecido urbano reconhecendo suas condicionantes, seu entorno e transforme-se em não apenas um local de comércio, mas um ponto de urbanidade e um espaço público de qualidade, gerando apropriação por parte dos usuários.



OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Desenvolver o anteprojeto de um mercado público na cidade de Nova Veneza, tendo como principal objetivo criar um espaço adequado para a comercialização de itens produzidos no município, fomentando e fortalecendo a agricultura familiar, a produção e o artesanato local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fazer levantamento do número de produtores e tipos de produtos no município;
- Estudar e entender diferentes tipologias de mercados públicos;
- Identificar possíveis áreas para implantação do mercado público, na região central da cidade de Nova Veneza - SC;
- Criar um programa de necessidades e possíveis atividades de apoio ao programa de necessidade do mercado.

Mercado Público em Rotterdam, Holanda - MVRDV Arquitetos
Fonte: Pinterest

1

Pesquisas sobre o histórico do surgimento e evolução dos mercados públicos ao redor do mundo, desde os primeiros aglomerados urbanos até as cidades de hoje. O que eles representavam na sociedade em que surgiam, e como se adaptaram as mudanças da vida urbana e da maneira de comercialização de gêneros alimentícios ao longo do tempo.

2

Pesquisa de campo para levantar e catalogar os produtores que o mercado atenderia, além dos tipos e quantidades destes produtos. Localiza-los espacialmente no município através de mapas e esquemas, de modo à entender os fluxos e caminhos percorridos até chegarem ao consumidor final.

3

Levantamento de dados sobre o município, contextualizando sua história, suas origens e sua organização espacial, além de seus condicionantes urbanísticos, afim de escolher um terreno adequado para, na etapa de TFG-II, a elaboração de ante projeto arquitetônico compatível com o programa de necessidades

4

Pesquisa de referenciais projetuais, tipologias de mercados públicos e como elas influenciam no traçado urbano, para que sirvam como base para a elaboração do projeto tema deste trabalho, de modo que responda à todas as questões e problemas que ele se propõe à salucionar.

METODOLOGIA

EVOLUÇÃO DOS MERCADOS
PÚBLICOS AO LONGO DA
HISTÓRIA



LEVANTAMENTO DAS
DEMANDAS LOCAIS



ANÁLISE DE PREFERÊNCIAS
COMO BASE PARA A
PRODUÇÃO DO PARTIDO



CONTEXTUALIZAÇÃO E
ORGANIZAÇÃO ESPACIAL
DO MUNICÍPIO



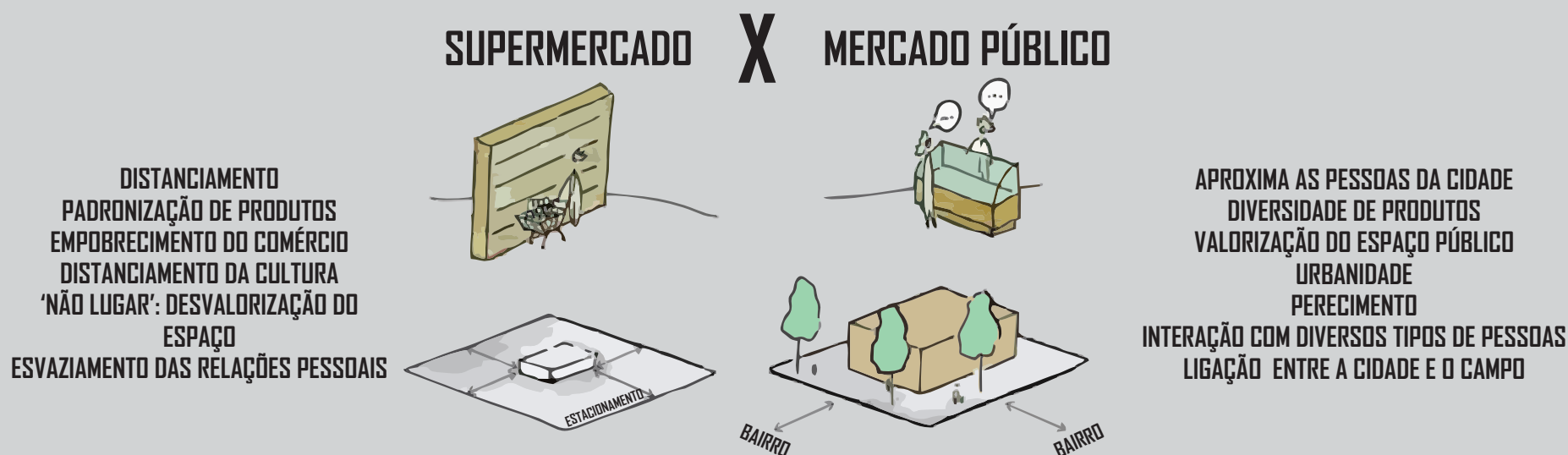
A photograph of a brick wall with an arched window. In the foreground, the backs of several people are visible as they sit, looking towards the wall. The scene is dimly lit, suggesting an indoor setting at night.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

**“AS CIDADES TÊM A CAPACIDADE DE PROVER ALGUMA COISA PARA TODOS,
SOMENTE PORQUE, E SOMENTE QUANDO, ELAS SÃO CRIADAS POR TODOS”**

JANE JACOBS

MERCADOS PÚBLICOS COMO ESPAÇOS SOCIAIS



O mercado público pode assumir um papel significativo no crescimento da urbanidade nas cidades. É um equipamento democrático, um local onde se misturam tradição, comércio e relações humanas. A escolha do tema vem da necessidade de se buscar espaços públicos mais saudáveis através de um equipamento urbano que promova o convívio social que gerem espaços que possibilitem encontros, trocas de idéias, fortalecimento da cultura local e sensação de pertencimento, buscando alcançar o ideal de que

"cidades são feitas por pessoas, para pessoas."

Os mercados públicos não são apenas lugares de comércio. Mercados bem-sucedidos ajudam a fazer crescer e conectar economias urbanas e rurais. Eles incentivam o desenvolvimento, oferecem oportunidades de negócios para fornecedores e produtores e direcionam dinheiro de volta à economia rural, onde muitos fornecedores crescem, aumentam e produzem seus produtos.

Desde o aumento do acesso a alimentos frescos e saudáveis até movimentar importantes fluxos de receita, os mercados impactam positivamente os locais, seu entorno e seus usuários. Também são lugares de encontro público para pessoas de diferentes comunidades étnicas, culturais e socioeconômicas.

A fundação Projects for Public Spaces (Projetos para Espaços Públicos, em tradução livre) que, segundo a própria, “é um movimento global de Placemaking*, conectando pessoas a idéias, conhecimentos e parceiros que compartilham uma paixão pela criação de lugares vitais”, pesquisou os impactos que os mercados têm em suas comunidades. Seis dos impactos mais relevantes estão listados a seguir, e através deles, podemos ver que os mercados públicos são mais do que apenas centros comerciais, são espaços públicos que dão vida e alteram comunidades e economias para melhor.

O princípio da PPS do “Poder de 10” afirma que os “principais lugares da comunidade precisam de pelo menos 10 lugares e cada lugar precisa de mais de 10 coisas para fazer. Se o mercado é um lugar em um destino, quais são os outros 9? Quando pensamos nestes termos, começamos a ver os mercados como parte de algo ainda maior e mais dinâmico.

Ao invés de um mercado isolado em um estacionamento, por exemplo, um mercado pode estruturar uma peatonal alinhada com outros comércios e serviços, reanimar uma praça e incentivar lojas ou edifícios vazios. Em breve a região terá 10 lugares”.

Desta forma, um mercado pode aumentar seus benefícios secundários para a comunidade ao seu redor, incentivando mais investimentos, empreendedorismo e atividades econômicas locais. Esses efeitos, por sua vez, atrairão um número maior de clientes para o mercado, permitindo que o mercado se fortaleça e torne-se a sustentável econômica e socialmente, com benefícios para a comunidade em que se insere como um todo, seja na escala da quadra, do bairro ou da cidade. (Disponível em: <<http://www.placemaking.org.br/home/o-que-e-placemaking/>>)

(*“Placemaking é um processo de planejamento, criação e gestão de espaços públicos totalmente voltado para as pessoas, visando transformar ‘espaços’ e pontos de encontro em uma comunidade – ruas, calçadas, parques, edifícios e outros espaços públicos – em ‘lugares’, que eles estimulem maiores interações entre as pessoas e promovam comunidades mais saudáveis e felizes.” Fonte: Disponível em: <<http://www.placemaking.org.br/home/o-que-e-placemaking/>>)



OS BENEFÍCIOS DOS MERCADOS PÚBLICOS

Segundo a PPS “quando a alimentação e a agricultura desempenham um papel importante na cultura local, um mercado torna-se uma venda mais fácil. Mas, com muitas cidades desconectadas dos maiores sistemas alimentares que os servem, os usos auxiliares tornam-se importantes para a longevidade. Isso é um bom presságio para os lugares; como Davies explica: ‘Grandes mercados são criados através do agrupamento de atividades. Eles exigem a agregação intencional da produção local de alimentos, mas também de outros serviços e funções. A comida é a principal razão pela qual as pessoas se reúnem e essa reunião cria um centro para a vida comunitária.’ ” (Disponível em:

<<http://www.placemaking.org.br/home/o-que-e-placemaking/>>)

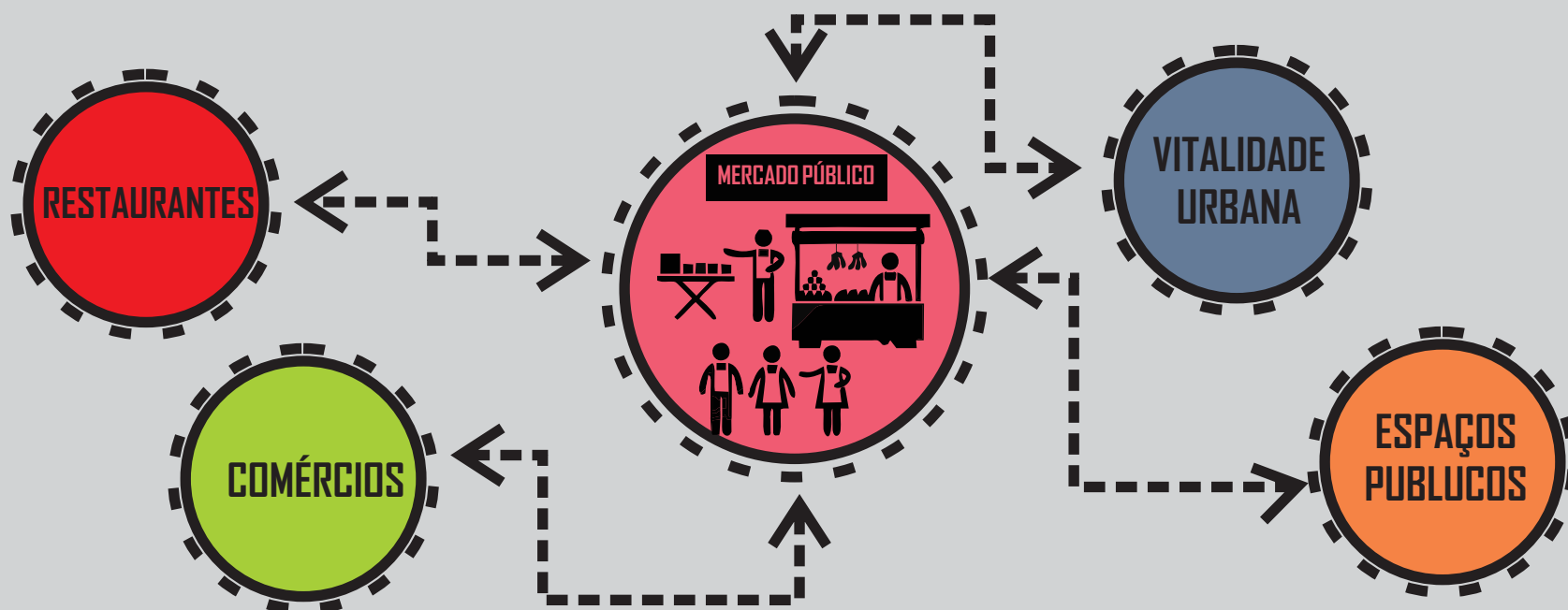


1 - RENOVAM VIZINHANÇAS E CIDADES

Os mercados públicos bem-sucedidos são os centros dos bairros, gerando nas cidades novas atividades sociais e econômicas. Mesmo que funcionem apenas alguns dias por semana, atuam como impulsores para as empresas locais e incentivam o desenvolvimento de atividades secundárias.

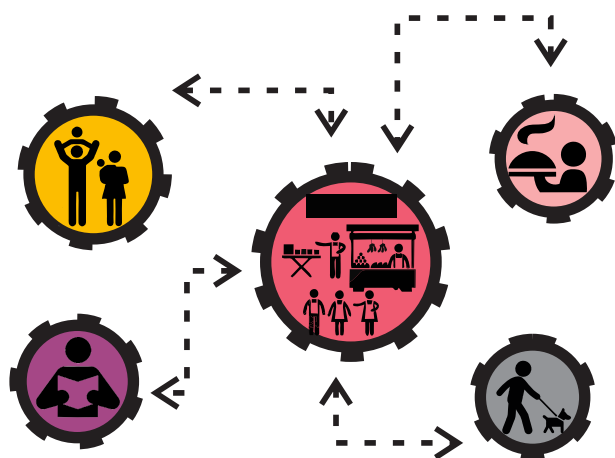
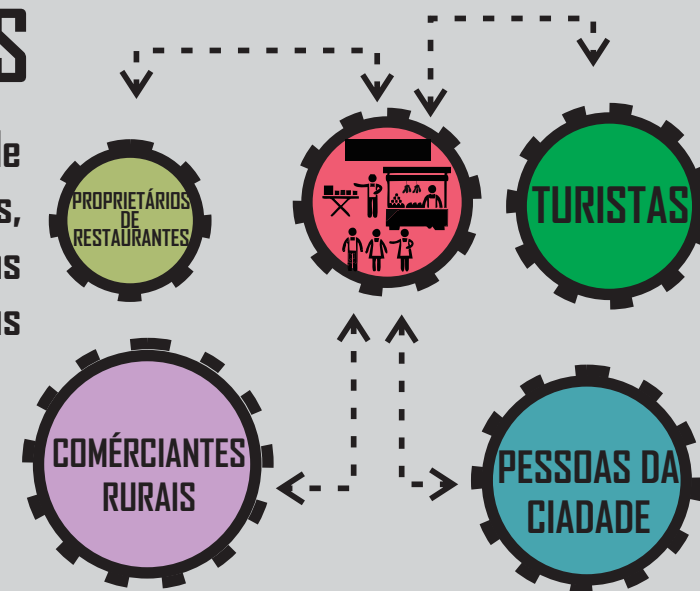
Eles atraem nova vida para o centro da cidade e encorajam os clientes a gastar mais dinheiro e tempo, não

apenas no mercado, mas em lojas e negócios nas proximidades. Em uma pesquisa, a PPS entrevistou mais de 800 pessoas de uma variedade de mercados, e descobriu que 60% dos compradores do mercado também visitaram lojas próximas no mesmo dia; e dentro desse grupo, 60% disseram que visitaram essas lojas adicionais apenas nos dias em que visitaram o mercado.



2 - REUNEM PESSOAS DE DIVERSO TIPOS

Os mercados públicos são um dos lugares mais diversificados do ponto de vista social em uma comunidade, trazendo pessoas de diferentes idades, gêneros, raças étnicas e status socioeconômicos em conjunto em torno das experiências de alimentos, compras, música e conversa. Embora os mercados variem em seus graus de interação social, poucos são homogêneos.

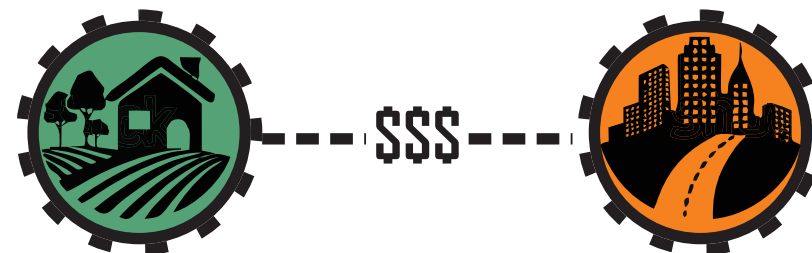


3 - CRIAM ESPAÇOS PÚBLICOS ATIVOS

Para fazer com que um espaço pouco utilizado se torne um lugar vital de uma comunidade, os elementos físicos implementados devem se preocupar em fazer com que as pessoas se sintam bem-vindas e confortáveis no local. O objetivo é criar um lugar que tenha um forte senso de comunidade, um visual confortável e que garanta atividades durante todos os dias da semana, em todos os horários – como fazer compras, comer, tomar um café, ler um livro, encontrar amigos, assistir a uma apresentação, etc.

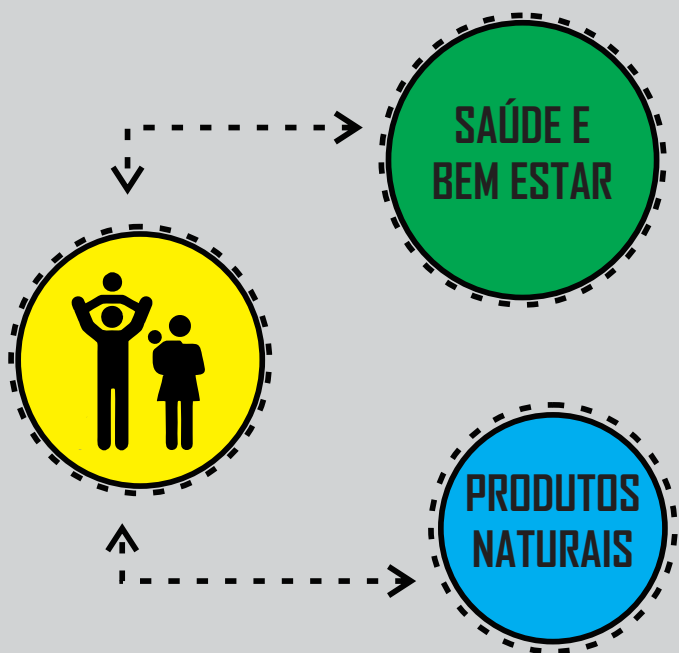
4 - CONECTAM AS ECONOMIAS RURAL E URBANA

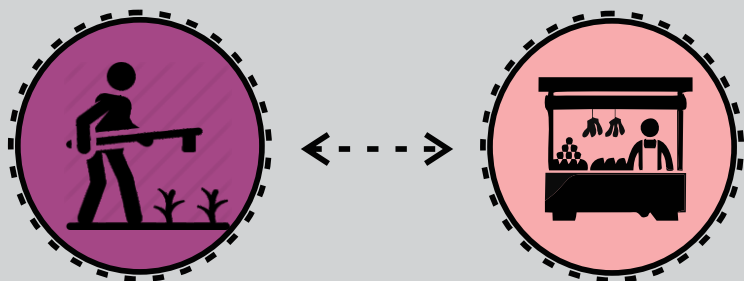
Através do mercado público, agricultores e fornecedores rurais tem a oportunidade de comercializar seus produtos em um local com infra estrutura adequada, com fluxo de pessoas e um espaço público com apropriação e vitalidade, e assim criar uma movimentação econômica direcionada da cidade para o campo, impulsionando a produção e fortalecendo a economia



5 - PROMOVEM A SAÚDE PÚBLICA

Os mercados públicos podem desempenhar um papel fundamental nos cuidados com a saúde, melhorando o acesso a frutas e vegetais frescos, e servem de lugar de encontro público que ajuda a reduzir o isolamento social e a depressão. Além de oferecer acesso a alimentos saudáveis e frescos, os mercados também podem oferecer educação quanto à saúde e bem-estar em um espaço público amigável e acolhedor.





6 - PROMOVEM OPORTUNIDADES ECONÔMICAS

Normalmente, os mercados funcionam como pontos de entrada para novos empresários porque são relativamente baratos para começar e se estabelecer. Os vendedores freqüentemente só precisam investir em infraestrutura mínima da bancada, o que requer menos recursos e é menos arriscado do que criar um negócio autônomo. Uma pesquisa da PPS mostrou que a maioria dos vendedores do mercado iniciam seus negócios usando seu próprio dinheiro, sem a necessidade de adquirirem empréstimos ou financiamentos para tal.

CONCLUSÃO

Um mercado público é um espaço construído com a intenção de abrigar diversos tipos de comércios, geralmente dentro do setor alimentício mas também de caráter artístico artesanal e caseiro, estabelecendo relações de comércio livres e democráticas.

Além de promover relações de comércio que ajudam na economia e na integração dos produtores rurais com os comerciantes, os mercados públicos também trazem consigo a identidade do local aonde se encontram fomentando o turismo e incentivando o cultivo de produtos naturais e de qualidade, também podendo ser lar de restaurantes e quiosques o mercado público funciona como um cartão de visitas da cidade.

O MUNICÍPIO DE NOVA VENEZA

Nova Veneza, a primeira colônia do Brasil República, foi fundada pelo imigrante italiano Miguel Nápole, que era o representante da empresa americana Angelo Fiorita & Cia no Brasil, e foi o responsável por abrir as primeiras estradas e iniciar a colonização do território no ano de 1891. Em seguida a empresa teve seus direitos adquiridos pela Companhia Metropolitana, que foi responsável por trazer um contingente de imigrantes, para exclusiva finalidade de povoar o e constituir uma ocupação.

Assim, colonizada por imigrantes italianos, a cidade herdou usos, costumes e tradições que foram mantidos e preservados através de gerações por seus habitantes. É um município rodeado de montanhas com uma bela paisagem que, com sua arquitetura, praças, igrejas, dispõe de uma diversidade de recantos que constituem um patrimônio histórico/cultural, singular.

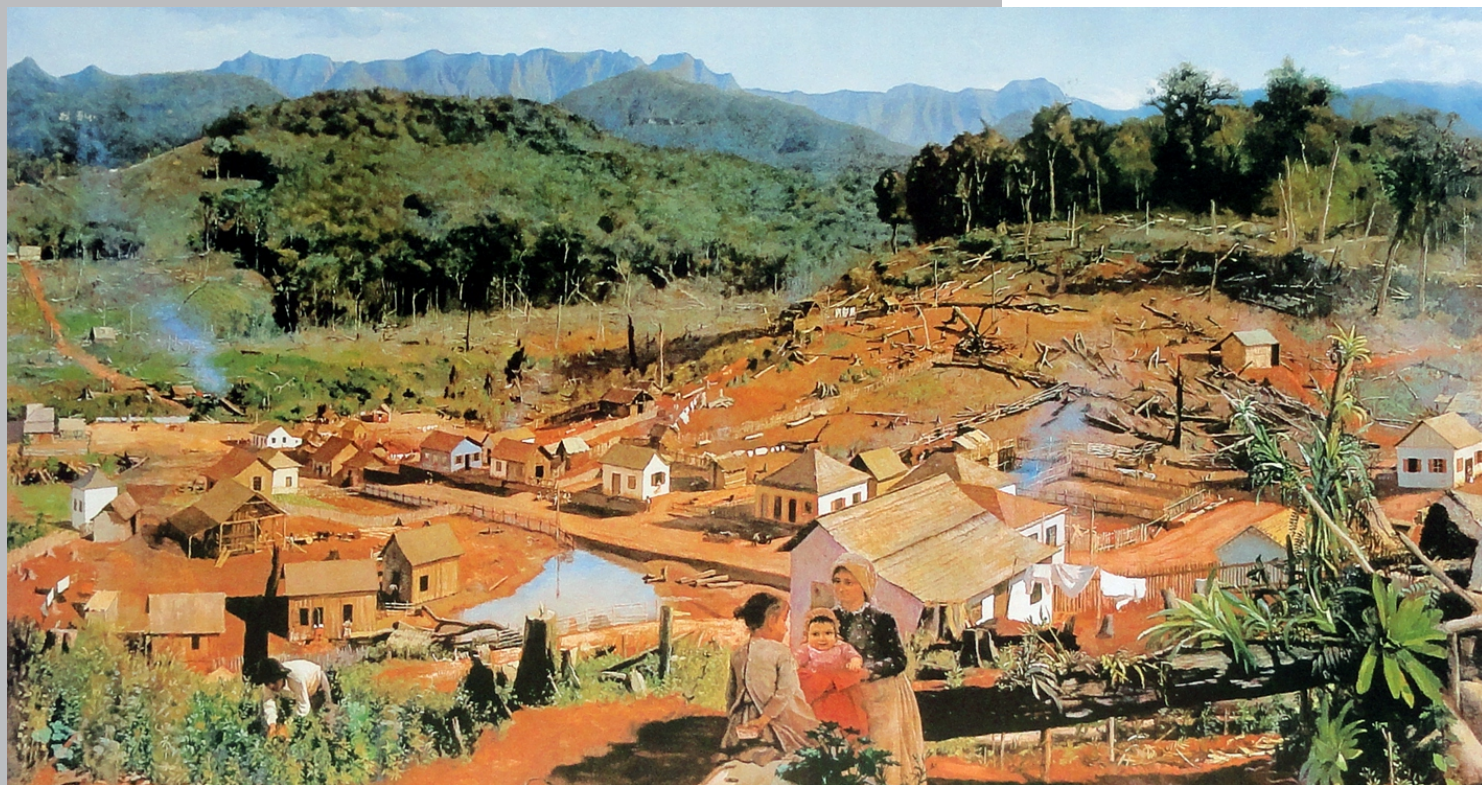
O município também foi rota de uma das primeiras ligações entre o planalto e o litoral sul do Brasil, através da Trilha dos Tropeiros, no município de Siderópolis, acima da atual barragem do Rio São Bento, de onde desciam os serranos com gado e produtos dos mais diversos tipos. Sendo Nova Veneza o primeiro vilarejo após da descida da serra, era ali onde os viajantes paravam para se abastecer de alguns produtos e comercializar o que traziam, para poderem seguir viagem.



Obra "Nova Veneza" - 1893, do artista Pedro Weingärtner mostra o comércio feito por serranos em Nova Veneza.

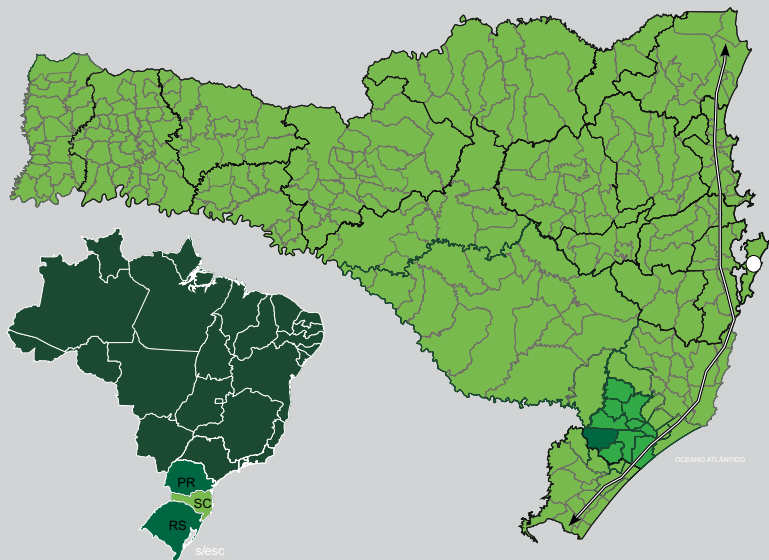
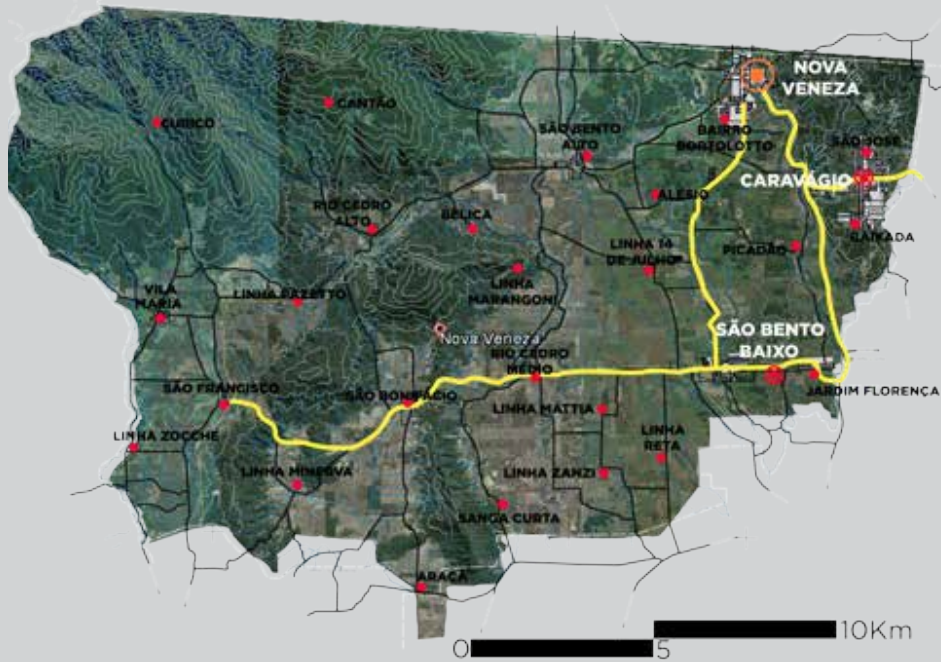
Ao passo que iam ocupando a colônia de Nova Veneza, os imigrantes adaptavam seus conhecimentos e técnicas trazidos do velho continente ao novo território a ser explorado, a partir dos materiais, plantas e mantimentos que aqui encontravam. Após diversas divisões de território, onde pertenceu as cidades de Tubarão, Aranguá e Criciúma, até emancipar-se da última e virar um município no ano de 1958.

Nova Veneza, após 126 da fundação de seu núcleo colonial, mantém manifestações culturais, referentes à imigração italiana, vivas entre os seus habitantes. Hoje intitulada como a capital catarinense da gastronomia típica italiana, a cidade cultiva os legados deixados pelos seus antepassados através da gastronomia, grupos folclóricos, festividades, dialeto, corais e a arquitetura, preservando o patrimônio material e imaterial entre o povo.

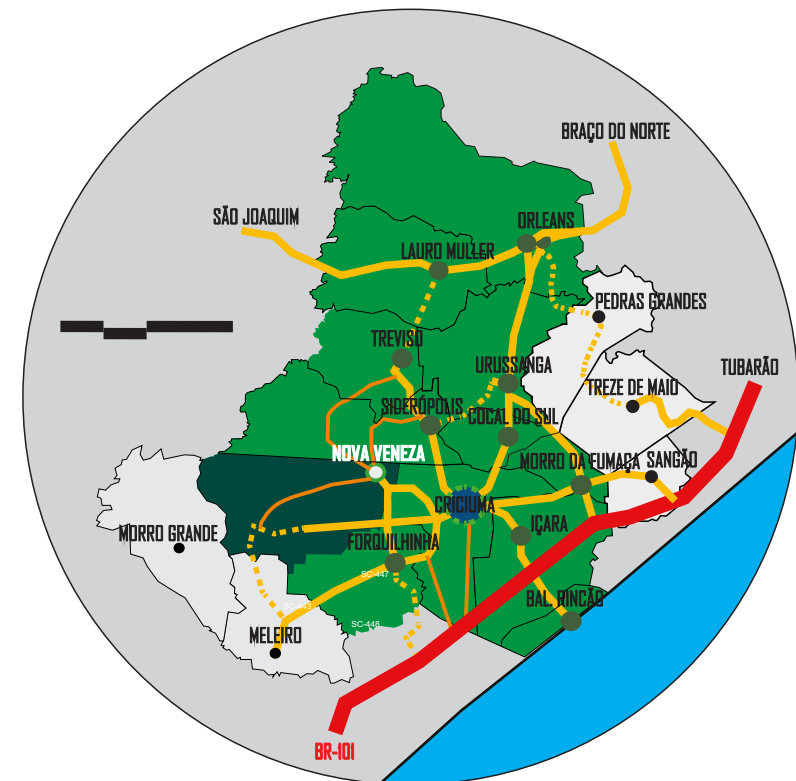


Obra "Vida Nova" - 1893, do artista Pedro Weingärtner retrata o início do processo de colonização em Nova Veneza

CONTEXTUALIZAÇÃO DO RECORTE



O município de Nova Veneza está localizado na micro região da AMREC (Associação dos Municípios da Região Carbonífera), no sul de Santa Catarina, com uma distância de 215 km de Florianópolis, tendo como acesso principal a SC 447, a qual faz ligação com o município de Criciúma e a SC 443, que conecta ao interior do município. O município de Nova Veneza é composto pela sede municipal e dois distritos que são: a sede, o distrito de São Bento Baixo, criado no ano de 1965 e o distrito de Caravágio, criado no ano de 1986.

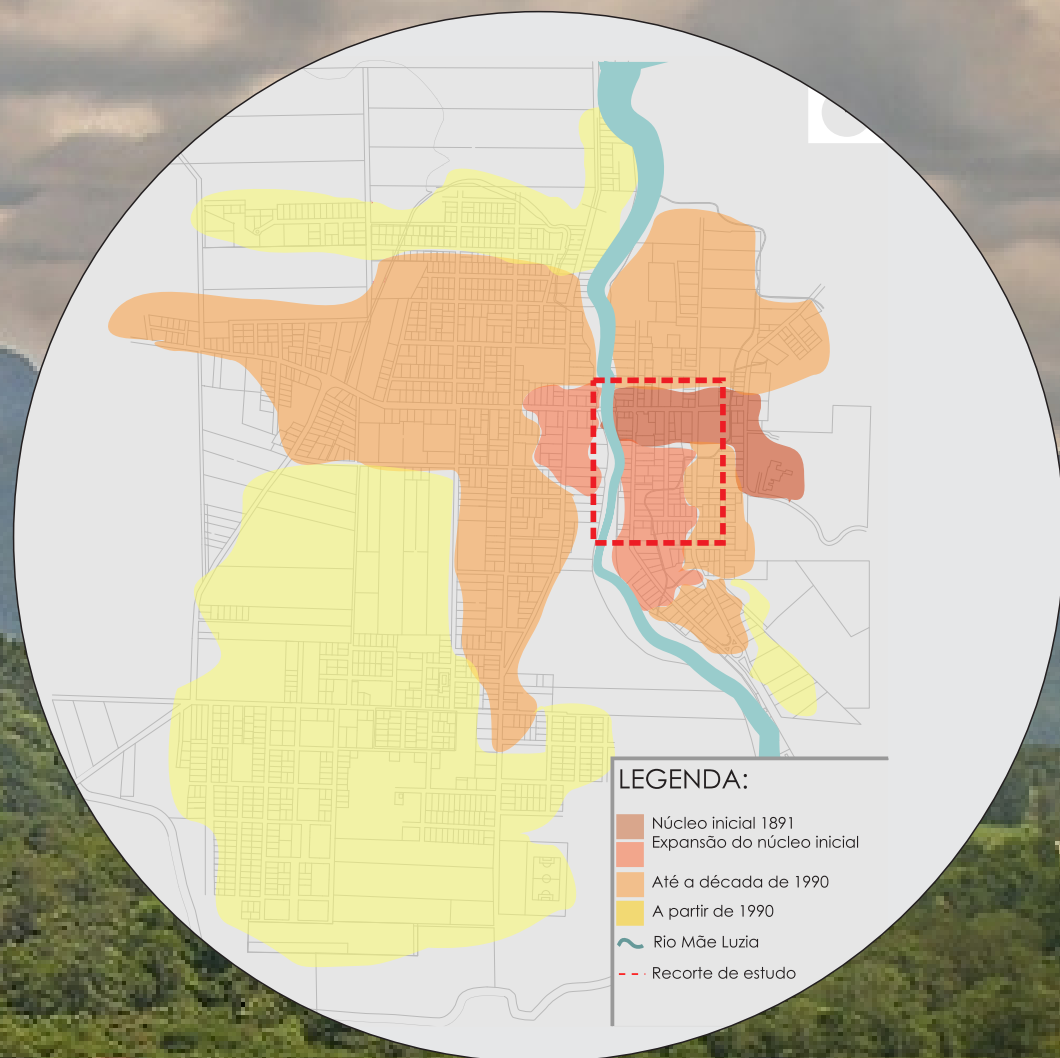


A malha urbana teve início ao lado do Rio Mãe Luzia, hoje poluído por atividades ligadas ao carvão nos municípios vizinhos, onde existe desde o início da colonização a praça Humberto Bortoluzzi, e se expandiu com o passar dos anos, como mostra a figura ao lado.

Possui, segundo o IBGE, 14.387 habitantes, aproximadamente 5.000 na sede e o restante distribuídos pelos distritos e vilas do interior.

Nos últimos anos, o município teve grande avanço na área do turismo, seja ele de aventura, com trilhas e acampamentos no interior; religioso por conta do Santuário Nossa Senhora do Caravaggio; ou o mais forte deles que é o turismo gastronômico. A região central da cidade conta com 15 restaurantes em um raio de 400 m, a partir da praça Humberto Bortoluzzi e mais alguns há alguns minutos de viagem do centro.

A praça, que por sua vez sofreu uma revitalização no ano de 2013, e possui uma gondola italiana, vinda de Veneza, representando a ligação entre os dois países.



Mapa ilustrando a expansão urbana do município a partir do núcleo colonial
Fonte: PMNV, adaptado pelo autor

CONTEXTUALIZAÇÃO DO RECORTE

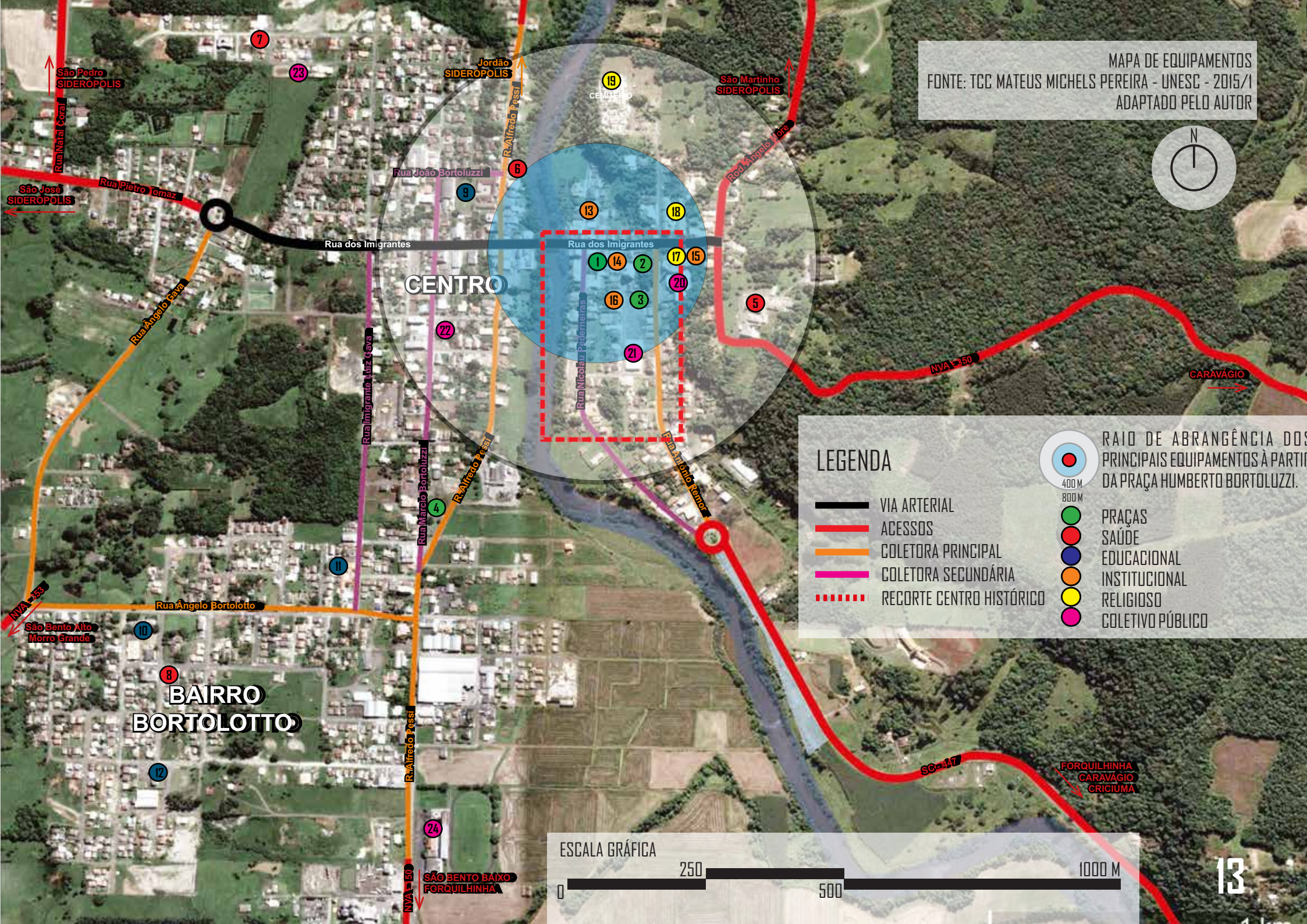
HIERARQUIA VIÁRIA E EQUIPAMENTOS

O principal acesso se dá, ao sul do centro da cidade, pela rodovia SC-447 que, passando pelo distrito do Caravaggio, liga Nova Veneza à cidade polo da região que é Criciúma. Existem outros acessos que levam à outras cidades vizinhas como Siderópolis e Forquilha, porém, são pouco movimentados, pois atravessam grandes áreas rurais e fazem a conexão entre alguns distritos e vilas.

Dentro da cidade, a organização é simples, formada por uma via arterial (Av dos Imigrantes), por volta de onde a malha urbana foi se expandindo, e algumas vias coletoras que ligam os bairros provenientes das expansões, a essa via arterial, e consequentemente, ao centro.

O mapa ao lado esquematiza esse sistema viário e também pontua os principais equipamentos públicos, divididos em categorias: Praças, equipamentos de saúde (postos de saúde, hospital), educacionais (escolas e cursos profissionalizantes), institucionais (prefeituras, secretarias e serviços ao cidadão), religioso (igrejas, grutas, capelas) e coletivos públicos (rodoviária, equipamentos esportivos, teatro, auditórios).

- 1 Praça Humberto Bortoluzzi
- 2 Praça Cônego Amilcar Miguel Giacca
- 3 Praça da Chaminé
- 4 Praça dos Pioneiros
- 5 Hospital São Marcos
- 6 Posto de Saúde Centro
- 7 Posto de Saúde Bairro Bortoluzzi
- 8 Posto de Saúde Bairro Bortolotto
- 9 E.E.B. Abílio César Borges
- 10 E.E.B. Bairro Bostolotto
- 11 APAE Nova Veneza
- 12 Creche Municipal
- 13 EPAGRI Nova Veneza
- 14 Prefeitura Municipal
- 15 Museu do Imigrante
- 16 Casa da Cultura
- 17 Igreja Matriz São Marcos
- 18 Convento da Beneditina Providência
- 19 Cemitério Municipal
- 20 Salão Comunitário/Clube de Mães
- 21 Centro de Eventos/Teatro Municipal
- 22 Rodoviária
- 23 Campo de Areia/Pista de Skate
- 24 Centro Poliesportivo



LEGENDA

- VIA ARTERIAL
- ACESSOS
- COLETORA PRINCIPAL
- COLETORA SECUNDÁRIA
- RECORTE CENTRO HISTÓRICO

RAIO DE ABRANGÊNCIA DOS PRINCIPAIS EQUIPAMENTOS À PARTIR DA PRAÇA HUMBERTO BORTOLUZZI.

- 400 M
- 800 M
- PRAÇAS
- SAÚDE
- EDUCACIONAL
- INSTITUCIONAL
- RELIGIOSO
- COLETIVO PÚBLICO



PRODUÇÃO NA ESCALA REGIONAL

Se analisarmos o mapa de mercados públicos no sul do país, podemos perceber que todos se encontram ou sem zonas portuárias, como nos casos de Joinville, Itajaí, Florianópolis, Laguna (desativado por estar em reformas por tempo indeterminado) e Porto Alegre, ou rotas de ligação entre a serra e o litoral, como em Chapecó e Lages.

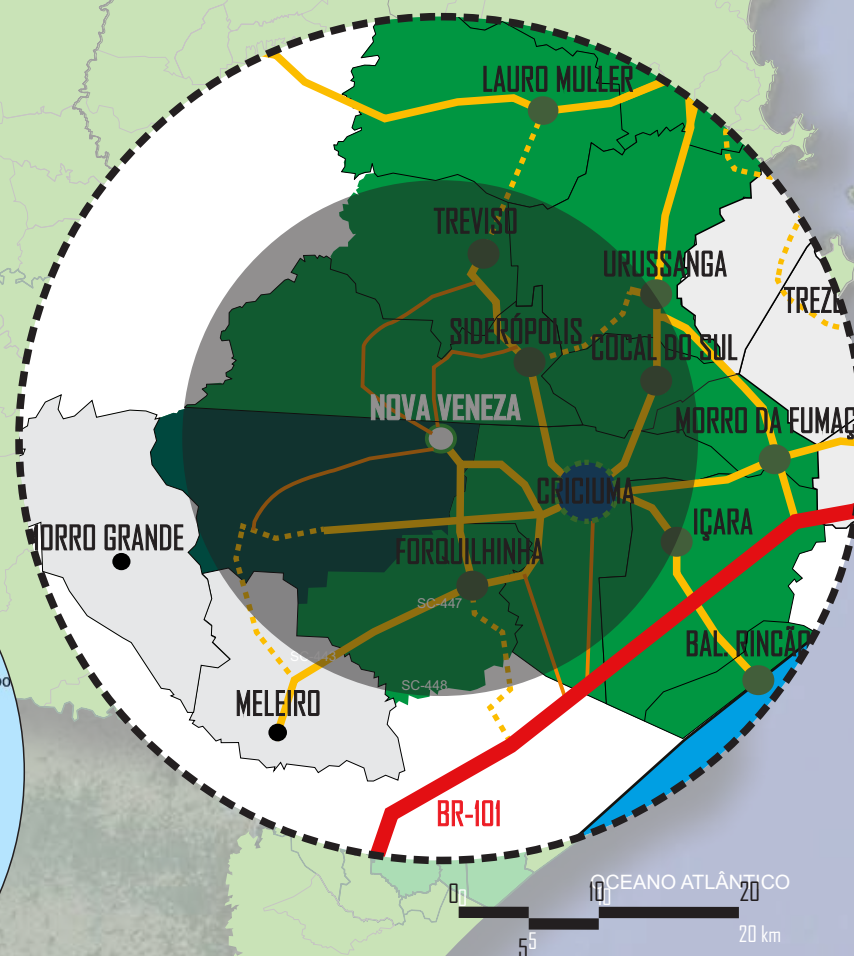
Isso se dá por conta de serem mercados com uma origem mais antiga, de um tempo que o comércio de gêneros alimentícios não era como hoje em dia, pois não existiam supermercados e lojas e atacado, e sim feiras onde os produtores se concentravam para realizar a venda e troca de suas mercadorias. Em locais onde as feiras apenas, já não comportavam mais os comerciantes e compradores, foram se criando os mercados públicos, com estruturas permanentes e mais adequadas para o comércio.



MERCADOS PÚBLICOS EM SC E RS.
SEM ESCALA

Fonte: Google, adaptado pelo autor

RAIO DE ABRANGÊNCIA DE 20 KM À PARTIR
DO CENTRO DE NOVA VENEZA



Porém, fora destes pontos estratégicos, também existem muitos produtores e compradores que não tem um local apropriado para exercerem a atividade de comércio.

A partir de dados da EPAGRI, foram criados gráficos que ilustram o número de produtores nas cidades que ficam à um raio de 20 km do centro de Nova Veneza, uma distância de fácil locomoção possibilitando estes agricultores ter acesso ao equipamento e comercializar no mercado.

Os produtores foram divididos em 5 categorias, de acordo com o tipo de produto que disponibilizam, e numerados a partir dessas categorias.

No total, excluindo os números de Nova Veneza, foram levantados 1841 agricultores cadastrados pela EPAGRI que são produtores passíveis de comercializarem nos nicho de mercado do mercado público. Se somados os números de Nova Veneza, são 2252 agricultores.

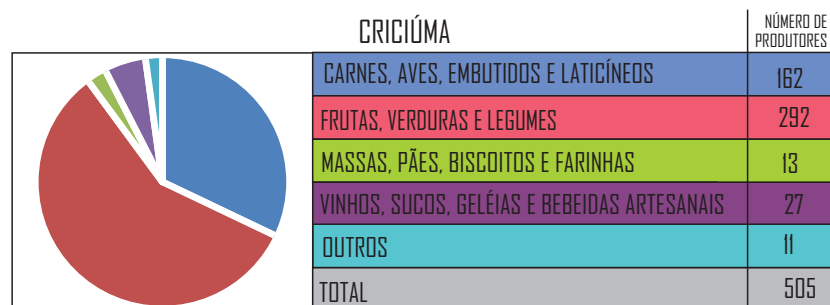


Gráfico elaborado a partir de dados da EPAGRI - Adaptado pelo autor.

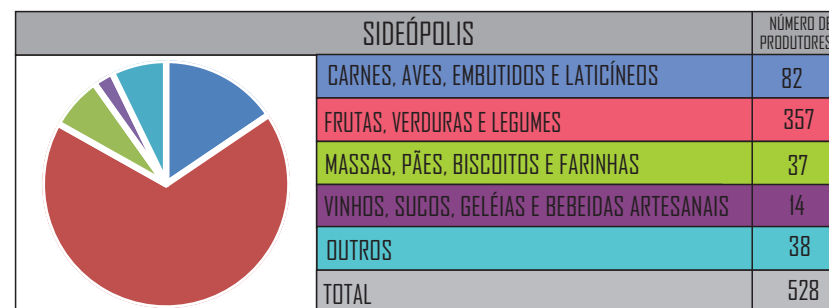


Gráfico elaborado a partir de dados da EPAGRI - Adaptado pelo autor.

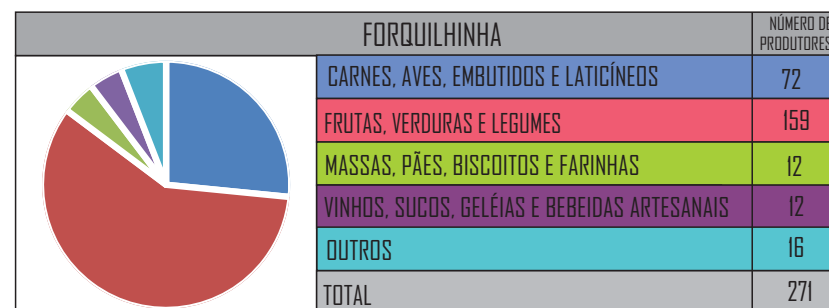


Gráfico elaborado a partir de dados da EPAGRI - Adaptado pelo autor.

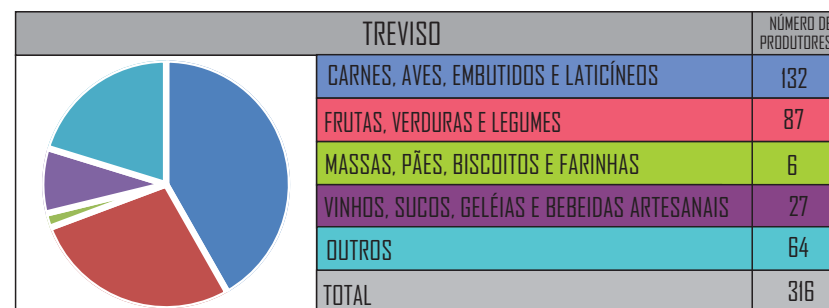


Gráfico elaborado a partir de dados da EPAGRI - Adaptado pelo autor.

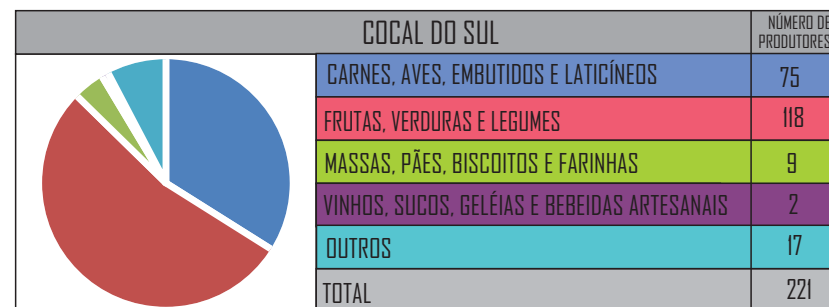


Gráfico elaborado a partir de dados da EPAGRI - Adaptado pelo autor.

A economia da cidade é baseada nos setores industrial e agrícola, tendo grande destaque para empresas do ramo da moda como a Damyller e LaModa (que hoje tem sua sede no município de Criciúma, mas é original da cidade e mantém alguns serviços terceirizados em Nova Veneza) ; do ramo metalúrgico como as metalúrgicas DS e Spillere e as fundições Mademil e Colina, que estão entre as maiores do setor em escala estadual e até nacional; e no ramo de pecuária e Agrovêneto, pertencente ao grupo JBS, com cortes de frango, com vários produtores filiados.

Também tem destaque a produção de arroz irrigado e milho, que são produtos de importação em grandes quantidades. Entretanto, no município existem centenas de pequenos produtores, de agricultura familiar, com produtos dos mais diversos tipos e que não contam com um local apropriado para o comércio, ficando limitados à algumas lojas e estabelecimentos que fazem essa ligação com o consumidor final.

Somente na área urbana da sede do município, foram levantados 22 produtores passíveis de atuação no mercado, com plantações de frutas, hortaliças, ovos, massas e até criação de animais para abate, conforme mostrado no mapa ao lado.

PRODUÇÃO EM NOVA VENEZA

PRINCIPAIS SETORES DO MUNICÍPIO

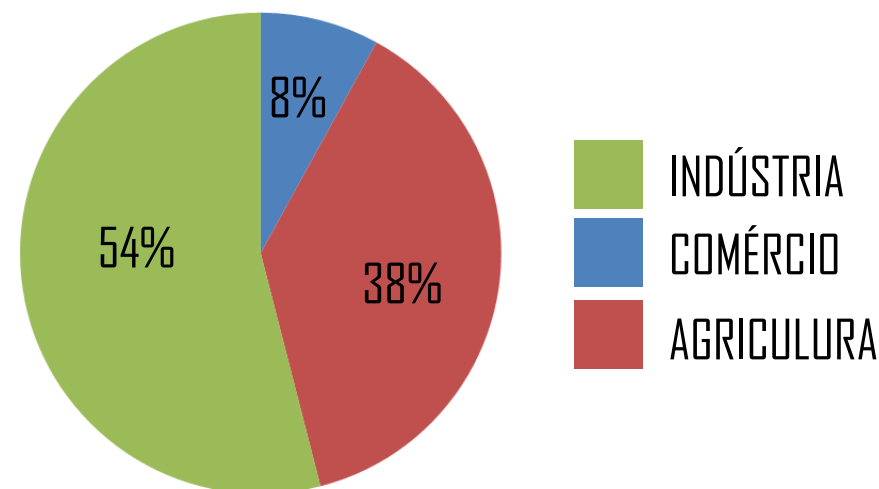


Gráfico elaborado a partir de dados de PMNV - Adaptado pelo autor.

PRODUTORES POR CATEGORIA NO MUNICÍPIO

NOVA VENEZA		NÚMERO DE PRODUTORES
	CARNES, AVES, EMBUTIDOS E LATICÍNEOS	102
	FRUTAS, VERDURAS E LEGUMES	134
	MASSAS, PÃES, BISCOITOS E FARINHAS	86
	VINHOS, SUCOS, GELÉIAS E BEBIDAS ARTESANAIS	64
	OUTROS	25
	TOTAL	411

Gráfico elaborado a partir de dados da EPAGRI - Adaptado pelo autor.



SITUAÇÃO ATUAL DO COMÉRCIO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS E ARTESANAIS EM NOVA VENEZA

No município de nova Veneza -SC, observou-se que geralmente os produtos de origem agrícola como, frutas, legumes, hortaliças e outros produtos naturais são comercializados em um local conhecido como “barracão das frutas” ou vendidas por ambulantes em veículos espalhados pela cidade.

A partir desta análise o projeto busca também integrar esses agricultores e comerciantes os quais não possuem um lugar apropriado para efetuar suas transações comerciais.

Além de proporcionar um espaço com maior infraestrutura para os comerciantes e agricultores, o projeto também incentiva o cultivo e cria parcerias entre o município e os produtores rurais e comerciantes de produtos naturais.

Mesmo com uma cooperativa trabalhando efetivamente dentro do município a necessidade não é suprida, tendo em vista que, os agricultores os quais não são

cooperados não possuem direito ou quaisquer informação e incentivo para vender seus produtos.

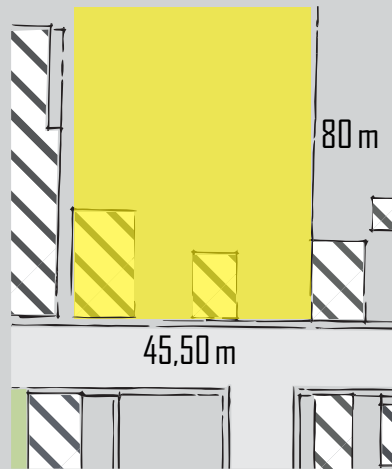
No município existe um barracão de madeira chamado “ponto das frutas” que reúne diversas frutas, legumes e hortaliças de diversos produtores de Nova Veneza e de cidades da região. Também é comum ver pelas ruas carros e até caminhões que estacionam na Av. dos Imigrantes ou circulam pelas ruas da cidade vendendo seus produtos.

Decorrente de todos esses fatos a proposta tem como intenção de projeto criar um ambiente que atenda as necessidades de todos aqueles que tem interesse e precisam de um espaço para divulgar e vender seus produtos independente de cooperativas.





RECORTE ESCOLHIDO



O terreno escolhido é um vazio urbano, no centro da cidade, rodeado por diversos equipamentos e restaurantes, como mostra o mapa ao lado. A testada do recorte é formada por dois terrenos vazios e uma edificação colonial de interesse histórico, um art déco

onde hoje funcionam um escritório de contabilidade e um despachante.

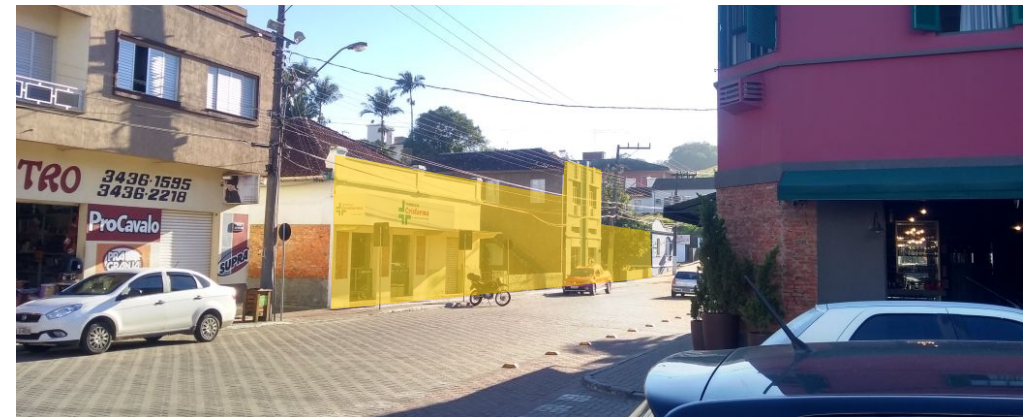
Os dois terrenos laterais à edificação central também são conformados nas outras laterais por duas edificações com as mesmas características históricas, que hoje tem usos comerciais: um antiga casarão transformado em restaurante e o outro, que sempre foi um estabelecimento comercial, hoje uma farmácia.

Complementando os dois terrenos com testada, o recorte se estende aos fundos de duas das edificações, por 80 metros a partir do passeio, até a base de um morro arborizado.

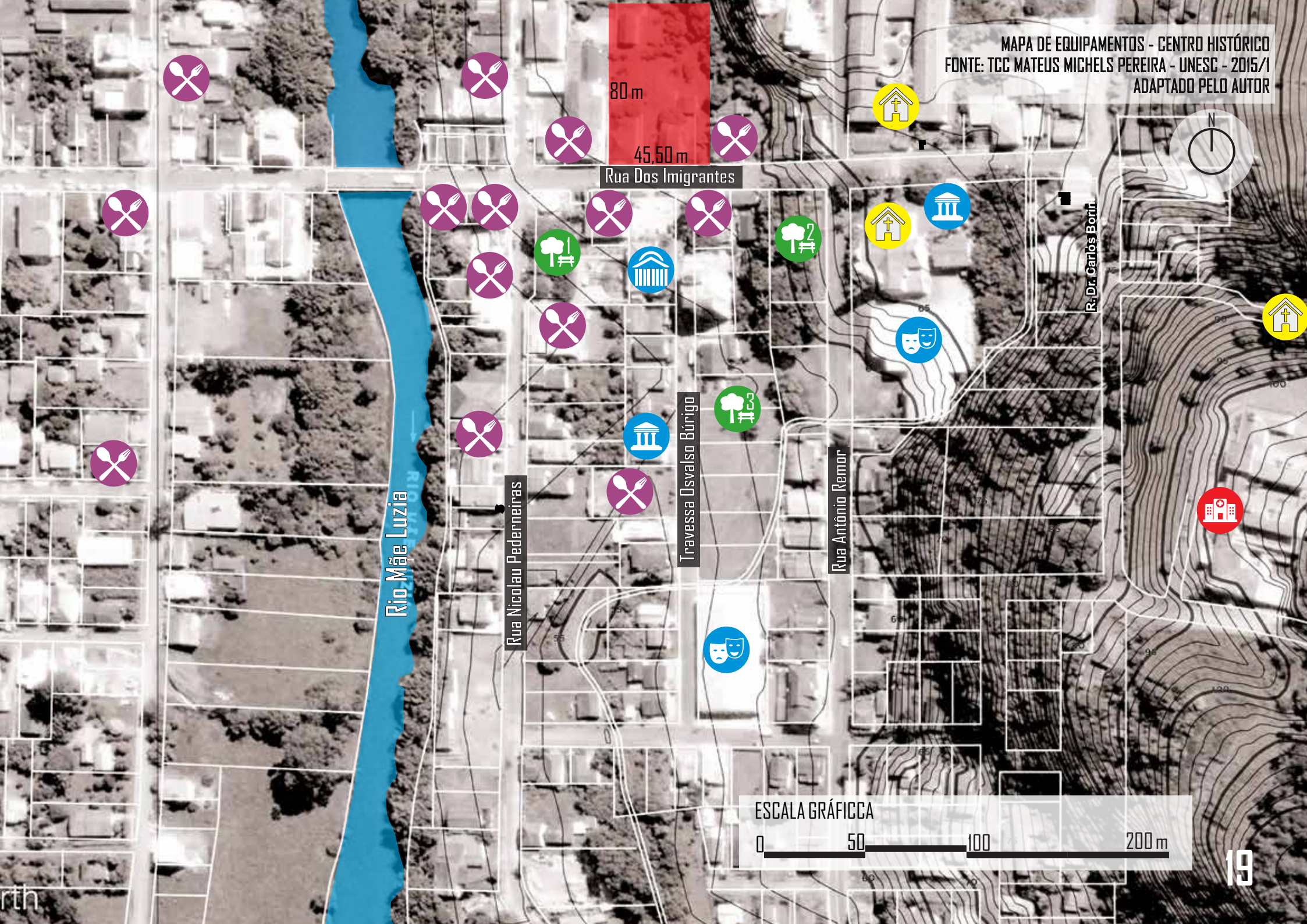
Fica localizado na Avenida dos Imigrantes, que é a principal via estruturadora da cidade e é a rua onde se concentram e por onde são acessados grande parte dos comércios e serviços de Nova Veneza.



Vista frontal do recorte, à partir do estacionamento da prefeitura de Nova Veneza, com os edifícios que conformam o terreno de frente para a Avenida dos Imigrantes.



Vista do recorte a partir da praça Humberto Bortuluzzi, também na Avenida dos Imigrantes. O projeto tem como uma de suas intenções integrar os dois espaços e consolidar a centralidade que vem se fortalecendo no município nos últimos anos.



80 m

45,50 m

Rua Dos Imigrantes

Rio Mãe Luzia

Rua Nicolau Pederneiras

Travessa Osvaldo Búrigo

Rua Antônio Remor

R. Dr. Carlos Borin

ESCALA GRÁFICA

0 50 100 200 m

O zoneamento do Plano Diretor de 2004 para a cidade de Nova Veneza resume-se em Zona Residencial, Zona Residencial Restrita e Zona de Uso Misto Diversificado. Essa simplicidade do zoneamento no Plano Diretor justifica-se devido ao fato de a cidade de Nova Veneza ser de pequeno porte, tendo pouco mais de 8.000 habitantes em sua área urbana, tendo ainda reduzida diversidade de usos, divididos em residencial, comercial e serviços.

Analisando o mapa do zoneamento, percebe-se o predomínio de zona residencial tanto no lado Leste quanto no Oeste do rio Mãe Luzia, com predominância maior da recente expansão urbana. Percebe-se também que a zona de uso misto diversificada se concentra nas bordas das principais ruas do centro, onde concentram-se as atividades de comércio e serviços.

A zona residencial restrita fica limitada as margens do rio Mãe Luzia por se tratar de uma área de preservação ambiental.

PLANO DIRETOR E INDÍCIOS URBANÍSTICOS

No recorte do centro histórico, observa-se que o zoneamento é diversificado com os três tipos, no qual Avenida dos Imigrantes concentra-se uso de misto diversificado, tornando-se importante indicativo para a escolha do terreno. Os índices propostos pelo Plano Diretor podem ser conferidos na tabela abaixo, disponibilizada pela prefeitura através da lei 1706, Art. 56, que dispõe sobre o Código de Obras do Município de Nova Veneza.

TABELA DOS INDÍCIOS URBANÍSTICOS							
ZONA	IA	T0%	T1%	AFAST. FRENTE	AFAST. LATERAL	AFAST. FUNDO	Nº PAVIMENTOS
R	0,75	60	30	4,00 m	$h/5 > 1,5m$	$h/5 \geq 1,5m$	02
MD	2,00	60	30	4,00 m	$h/5 > 1,5$	$h/5 \geq 1,5m$	04

LEGENDA

VIA ARTERIAL

ACESSOS

COLETORA PRINCIPAL

COLETORA SECUNDÁRIA

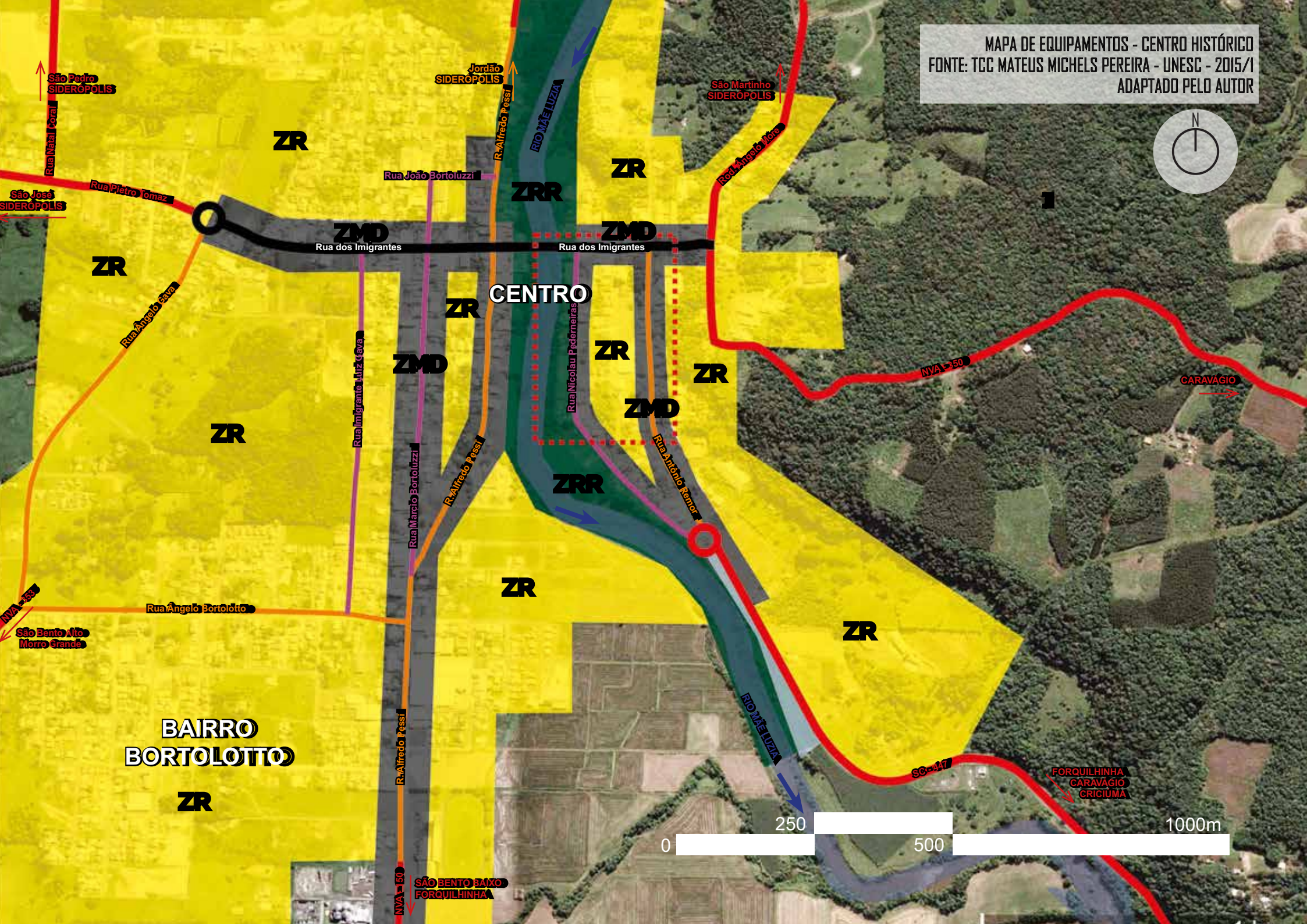
RECORTE CENTRO HISTÓRICO

ZONA MISTA DIVERSIFICADA

ZONA RESIDENCIAL RESTRITA

ZONA RESIDENCIAL

MAPA DE EQUIPAMENTOS - CENTRO HISTÓRICO
FONTE: TCC MATEUS MICHELS PEREIRA - UNESC - 2015/1
ADAPTADO PELO AUTOR



MERCADO DEL RIO

Arquitetos: Morales Vicaria Arquitectura

Localização: Medellin, Colômbia

Área: 3375,00 m²

Ano do projeto: 2016

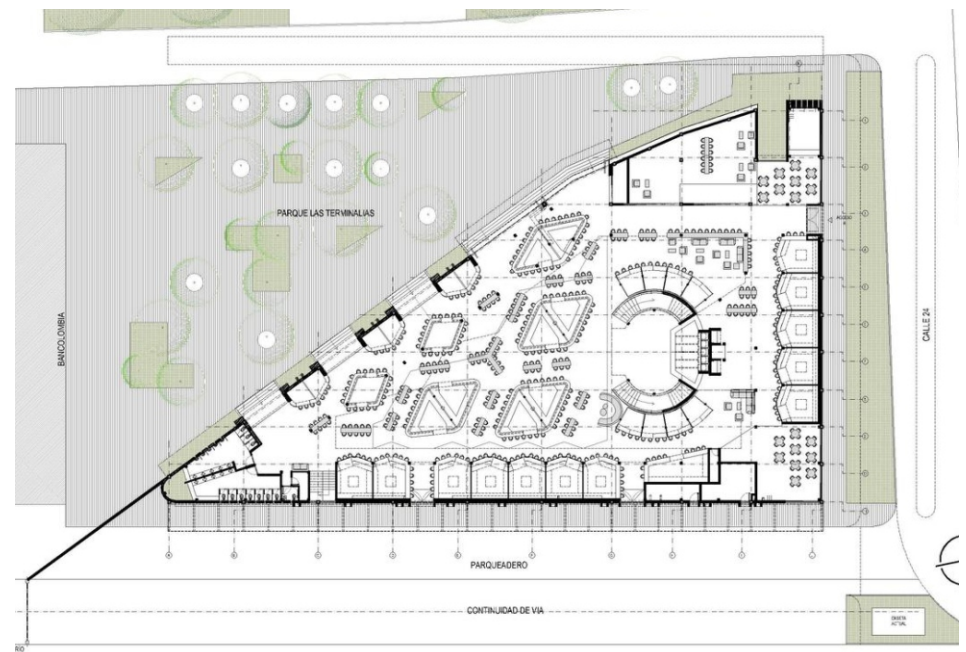
Fotografias: Julian Restrepo

Arquitetos Colaboradores: Carlos H. Restrepo, Juan Esteban Giraldo

Um mercado e centro gastronômico, feito a partir da restauração de uma antiga estação de trem, que leva em conta a sua origem histórica traz como referência arquitetônica as características desses antigos edifícios. As fachadas do recinto do edifício feitas de tijolos expostos, são recicladas e adicionadas a um novo tijolo para criar os arcos de acesso e a torre que formam a esquina, juntamente com a estrutura metálica exposta que reforça o ar industrial da estação ferroviária desejada de Antigua.

Para o novo uso é tomado como exemplo a renovação dos mercados europeus que foram transformados em centros gastronômicos, onde o ambiente gerado é um lugar agradável para o usuário, onde pode passar seu tempo de lazer de forma com uma grande variedade e opções gastronômicas.

No primeiro nível é implementada uma geometria nos lugares centrais baseados em diagonais, triângulos que dão dinamismo visual que evitam a possível monotonia que poderia ocorrer em um único espaço. Esta distribuição das bancas gera um circuito para convidar os clientes a percorrer cada um dos pequenos espaços e desfrutar de uma experiência de refeições, lanches e bebidas. Duas grandes escadarias que se abrem na torre do relógio convidam você a acessar o segundo andar, onde estão localizados alguns restaurantes maiores com suas próprias mesas.



O mercado del rio se abre de frente a uma praça criando integração entre os dois espaços e apropriação do espaço publico.

Nos espaços ao longo do percurso existem mesas de bar para serem compartilhadas entre todas as instalações, permitindo que grupos de pessoas possam se sentar em qualquer lugar, independentemente de onde eles tenham comprado seus alimentos ou bebidas, criando um ambiente compartilhado e de interação.



A praça configura um espaço de permanência para os usuários do mercado e também aproxima as pessoas da rua com o mercado.



Os boxes do interior do mercado condicionam o espaço e promovem a apropriação dos mesmos pelos usuários. Os corredores, vielas, bancos e objetos configuram um espaço dinâmico e rico em diversidade tanto gastronômica e social.

1º LUGAR NO CONCURSO DE REQUALIFICAÇÃO DO MERCADO PÚBLICO DE LAGES

Arquitetos: Zulian Broering + Zanatta Figueiredo

Localização: Lages - SC

Ano do projeto: 2014

O projeto teve como diretriz manter a edificação em art-déco praticamente intacta, marcando as intervenções com cores e materialidade contemporâneas, foram trocadas apenas as esquadrias que estavam em estado crítico.

Novos vãos foram abertos para garantir permeabilidade visual seguindo a unidade do conjunto e critérios de economia. Buscou-se manter o ritmo da fachada art-déco.

Dentro do projeto buscou-se criar permeabilidade e continuidade do espaço público para realizar de maneira qualitativa as trocas, eventos, funcionalidade e sociabilidade, além de proporcionar espacialidades dignas e que incentivem o usuário à longa permanência. Do contrário, diversos problemas podem ser revelados e acentuados com o tempo.



Toda a cobertura foi mantida e revitalizada, com trocas das peças junto às calhas perimetrais por telhas translúcidas que iluminam de forma cênica o interior através de um rasgo no forro em alumínio zincado vazado.

Os boxes “leves” com atividades similares às feiras de praças compõem a porção externa abrigada por uma estrutura metálica leve e econômica composta na mesma cor bordô identificadora.



No volume do patrimônio art-déco optou-se pela pintura de tonalidade branca, descascando e revelando o bloco cerâmico maciço no seu interior apenas para externamente não descaracterizar a fachada externa e internamente viabilizar a facilidade de manutenção e sensação de acolhimento.

MERCADO DE PEIXES DE BESIKTAS

Arquitetos: Gokhan Avcıoğlu & GAD

Localização: Istambul, Turquia

Área: 320 m²

Ano do projeto: 2013

Fotografias: Alp Eren

O mercado se encontra no centro da província de Besiktas na Turquia, sua forma foi proposta com intenção de tornar o espaço dinâmico e funcional e artístico.

A arquitetura foi concebida de maneira simples, um espaço triangular de 26x23/2, o espaço simula um pedaço de pano esticado ou lembra uma concha.

O pé direito alto permite uma maior entrada de luz no ambiente e aumenta a capacidade de exibição das fachadas dos restaurantes ao seu redor, esta ligação visual promove o convite tanto de dentro como pra fora.

Alem de criar um espaço de alta integração o mercado também proporciona infraestrutura para os comerciantes melhorando o atendimento a higiene dos alimentos vendidos e a organização comercial no centro do bairro de Besiktas.



As grandes aberturas do mercado proporcionam muita iluminação e ventilação natural, além de funcionarem como um atrativo convidando o público para visitarem seu interior.

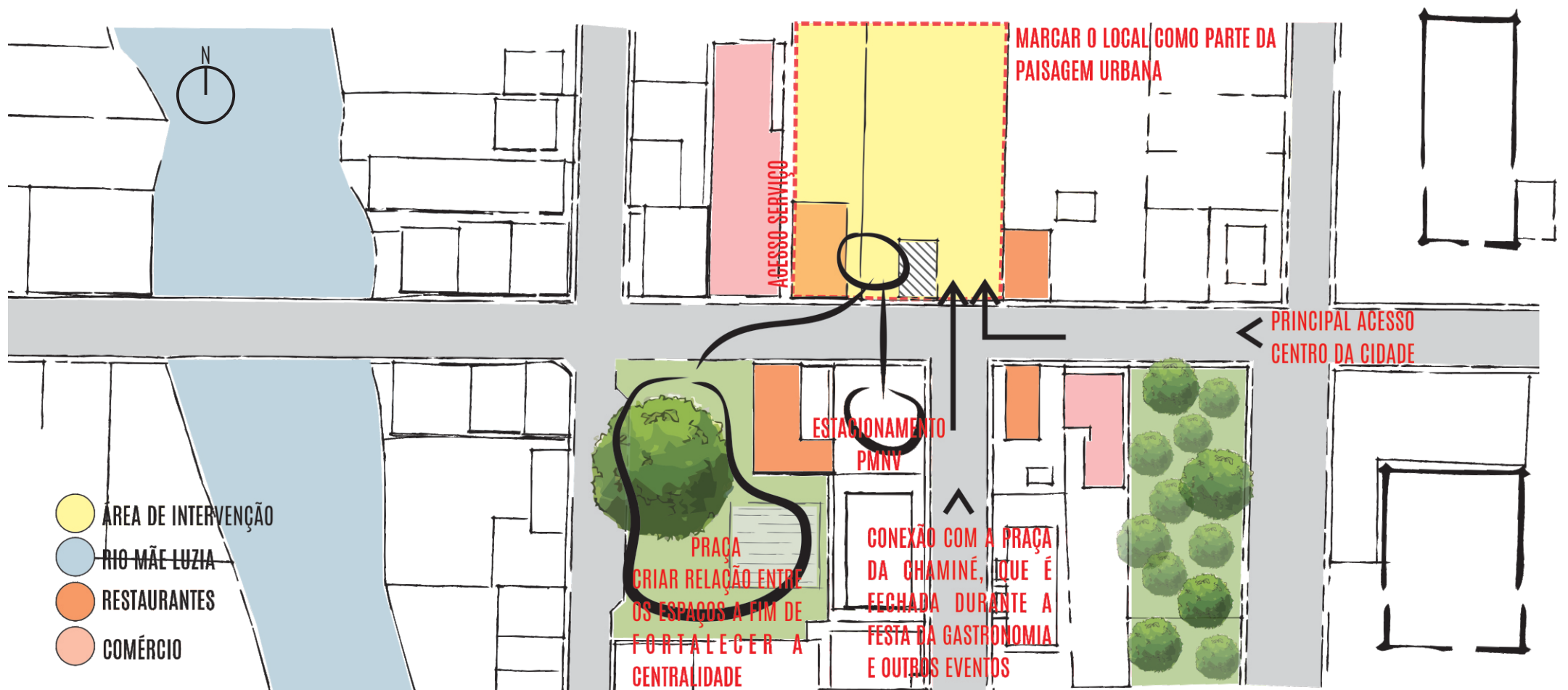
A cobertura elevada permite a permeabilidade visual deixando à mostra todas as fachadas de lojas e restaurantes que se encontram ao redor do mercado de peixes. A estrutura feita em concreto com grandes vãos, garante maior funcionalidade do espaço e liberdade para a organização dos boxes.



A permeabilidade entre o mercado e passeio ocorre de maneira harmônica, os restaurantes que circundam o projeto se aproveitam da proximidade e se apropriam do espaço em volta do mercado, além de fornecer alimentos e a atrair o público o mercado de peixes aumenta a vitalidade do centro do bairro gerando ambientes de qualidade e de permanência para os habitantes de Besiktas.

O projeto também promove uma parceria entre os donos de restaurantes e pescadores locais, o mercado serve de palco para eventos que acontecem no início da temporada de pesca.

INTENÇÕES DE PROJETO



1

Reforçar o caráter de ponto nodal do recorte, que fica na intersecção da Travessa Búrigo, onde estão localizados a prefeitura, a praça da chaminé, onde acontece anualmente a festa tradicional da gastronomia italiana, com o fechamento da rua tornando-a um eixo de pedestres, e a Avenida dos Imigrantes, que é a principal rua de chegada ao centro da cidade e a principal via da cidade.

2

Criar uma relação com a praça Humberto Bortoluzzi, que é a principal praça da cidade, e já é uma centralidade bastante forte e consolidada na cidade, de modo à ter um equipamento integrado com as pré existências de seu entorno.

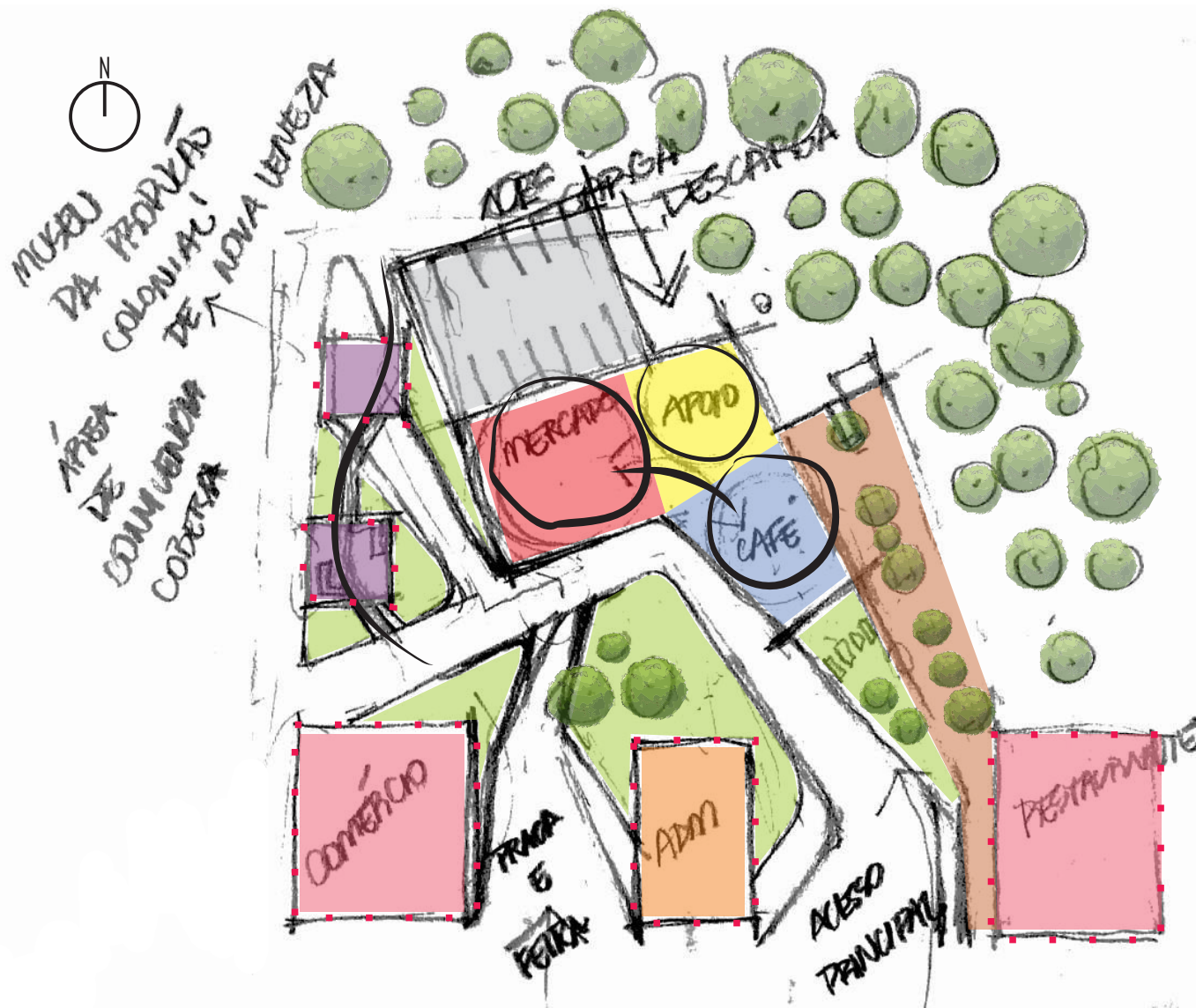
3

Integrar de maneira harmônica o equipamento à paisagem, respeitando o entorno e as condicionantes. Incorporar também ao fluxo da cidade, buscando os melhores acessos para cada atividade, conectando com os demais equipamentos do centro da cidade.

4

Criar um espaço que seja democrático em que qualquer pessoa possa se apropriar dos ambientes, que seja agradável para usuários e crie uma nova centralidade urbana. Um "espaço público ativo" e convidativo que gere atividades em seu entorno e cria sentimento de pertencimento.

ESQUEMA DE IMPLANTAÇÃO



A ideia principal do partido é criar o mercado de modo que ele seja um espaço que se faça apropriar por meio de usos que o integrem com o entorno.

No sobrado histórico que fica no meio dos dois lotes com testada, será implantada a administração do mercado, restaurando e preservando as características originais da edificação.

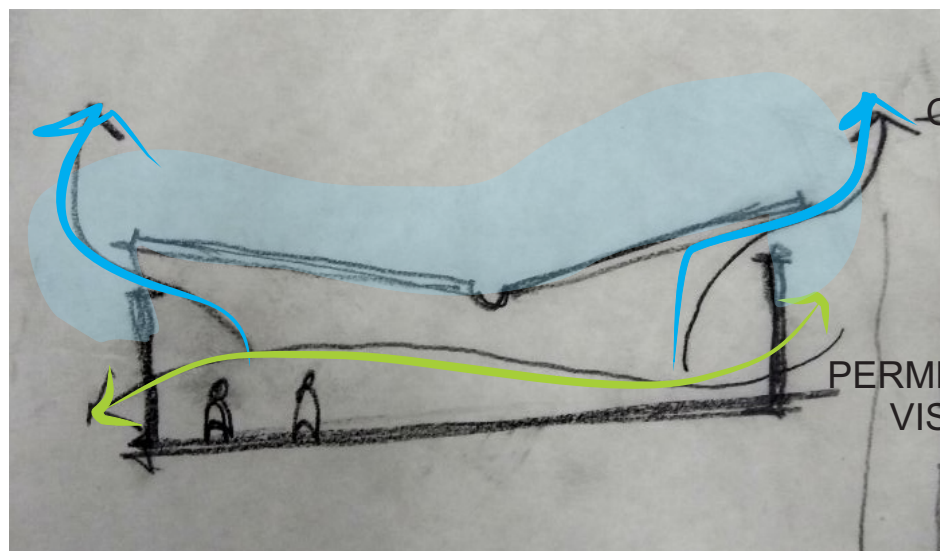
No terreno que fica a esquerda do sobrado, será criada uma praça, como espaço de contemplação e estar ao ar livre, que também serve como um espaço para a instalação de uma feira livre sazonal. O 'vazio' desse terreno faz relação com o outro grande espaço público da cidade, que é a praça Humberto Bortoluzzi.

ESQUEMATIZAÇÃO DA PROPOSTA

No outro terreno, que fica a esquerda, será a entrada principal do mercado público propriamente dito, que começa por um café, e se conecta ao espaço dos boxes de compra e a área de apoio e serviço.

Na lateral da edificação comercial lindeira ao recorte, existe uma servidão, que será usada como acesso de serviço para o estacionamento e para a área de carga e descarga, que ficam nos fundos do lote.

Dois edifícios que estão no lado oeste do terreno serão transformados em museu e espaço de convivência.



CONFORTO TÉRMICO
+ VENTILAÇÃO

PERMEABILIDADE
VISUAL



ESQUEMATIZAÇÃO DA VOLUMETRIA

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORTOLOTTI, Zulmar Helio. **História de Nova Veneza. Prefeitura Municipal de Nova Veneza**, 1992. 337p.

PEREIRA, Mateus Michels. **Integrando e valorizando os produtos rurais, artesanais e o saber fazer de Nova Veneza - SC.**, 75p. Trabalho de TC do Curso de Arquitetura. Unesc: Criciúma, (2014)

GAVA, Carla Fontana. **Intervenção urbana em Nova Veneza: Qualificando e integrando o lazer, a cultura e a gastronomia.** 87p. Trabalho de TC do Curso de Arquitetura. Unesc: Criciúma, (2014)

JACOBS, Jane. **Morte e Vida de Grandes Cidades.** 2. ed. São Paulo: Wmf Martins Fontes Ltda, 2011. 510 p. Tradução de: Carlos S. Mendes Rosa.

SITES VISITADOS

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 27 de setembro de 2017.

Remodelação do Mercado de peixes de Besiktas. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/01-170476/remodelacao-do-mercado-de-peixe-besiktas-slash-gad>> Acesso em: 27 de setembro de 2017.

Making your market a community place. Disponível em : <https://www.pps.org/wp-content/uploads/2016/08/MS_Placemaking_Training_Booklet_Final_Aug2016.pdf> Acesso em: 27 de setembro de 2017.

Mercado Del Rio. Disponível em:
<<https://www.archdaily.com/878190/mercado-del-rio-morales-vicaria-arquitectura>> Acesso: de novembro de 2017

Projec For Public Spaces. Disponível em:
<<https://www.pps.org/>> Acesso em 24 de outubro de 2017.

EPAGRI. Disponível em: <<http://www.epagri.sc.gov.br/>>.
Acesso em 22 de setembro de 2017

Prefeitura Municipal de Nova Veneza. Disponível em:
<<http://www.novaveneza.sc.gov.br/>>. Acesso em 22 de setembro de 2017

