

MERCADO DE CULTURAS
UMA UNIDADE URBANA | ALMIRANTE REIS

MERCADO DE CULTURAS
UMA UNIDADE URBANA | ALMIRANTE REIS

MADALENA TABORDA BARRETO

Universidade Autónoma de Lisboa
Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura
Departamento de Arquitectura

Inês Lobo

Joaquim Moreno

Texto escrito segundo o novo acordo ortográfico

Setembro de 2020

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, em especial à minha mãe pelo apoio incondicional e por ser o maior exemplo de perseverança e dedicação.

Aos meus irmãos, Afonso, Duarte e Leonor pela companhia e boa disposição, que se tornaram fundamentais nas fases mais exigentes deste percurso.

A todos os meus colegas e amigos pela ajuda, cumplicidade e amizade durante todos estes anos.

A todos os meus professores pelos ensinamentos, contributo e partilha, em particular ao Professor Manuel Graça Dias e aos meus orientadores, Professora Inês Lobo, Professor Joaquim Moreno e Professora Júlia Varela por tornaram este trabalho mais enriquecedor.

A todos, obrigada.

ÍNDICE GERAL

resumo abstract	009
MERCADOS	011
mercado como arquitectura	014
<i>Grand Bazaar</i>	016
<i>Ágora de Atenas</i>	022
<i>Forum de Roma</i>	028
<i>Les Halles</i>	034
mercado como espaço social	040
LUGAR	045
mercado como cidade	048
mercado como “ <i>não lugar</i> ”	052
lisboa, almirante reis e o mercado	056
mercado como estratégia	068
SISTEMA	073
mercado de arroios	076
mercado do martim moniz	082
mercado do forno do tijolo	090
MERCADO	103
unidade urbana	106
complexo	116
mercado	118
considerações finais	146
bibliografia	148
índice de imagens	150
índice de esquemas e plantas	156

RESUMO | ABSTRACT

Mercado de Culturas – Uma Unidade Urbana, surge a partir de uma análise sectorial da Avenida Almirante Reis e de um estudo que recaía sobre a qualidade da arquitectura do lugar, de forma a compreender como através dessa arquitetura e da forma de pensar sobre determinados elementos, se pode transformar e requalificar um espaço física e socialmente.

Mercado, enquanto espaço de troca e cruzamento, pretende, através do programa, dar um sentido à análise feita ao sistema da Avenida Almirante Reis, um lugar de pessoas, comércio e diversidade ética e cultural. Pretende ser um espaço onde as culturas se misturam e se encontram, e ao usar o mercado como espaço que dá sentido a esse encontro, é produzida uma certa *Unidade*.

A figura do *bazaar*, introduzido numa primeira fase deste trabalho, vem dar outro sentido ao desenvolvimento da *Unidade Urbana* em que se insere o mercado. O *bazaar* entende-se como uma forma de mercado que ocupa uma área extensa e não apenas um edifício a representar o lugar das trocas. É composto por um sistema de relações complexo entre ruas, edifícios, interior, exterior, privado e colectivo, e por essa razão, representa a maior analogia de mercado considerado pelo sistema da Avenida Almirante Reis.

Pretende-se refletir o modo como as trocas geram os lugares onde estão inseridas, propor um novo modo de habitar os mercados, assim como permeabilizar a unidade urbana onde se inserem, revigorando as diversas condições físicas do lugar, reativando a memória das atividades primárias e unir uma multiculturalidade perdida da sua génese.

Palavras Chave: mercado; unidade; sistema; ligação

Culture Market – An Urban Unit, emerges from a sectoral analysis of Avenida Almirante Reis and from a study focused on the quality of the site’s architecture, in order to understand how through this architecture and the way of thinking about certain elements, a space can be transformed and requalified physically and socially.

Market, as a space of exchange and intersection, intends, through the program, to give meaning to the analysis made to Avenida Almirante Reis’s system, a place of people, commerce and ethical and cultural diversity. It aims to be a space where cultures mix and meet, and by using the market as a space that gives meaning to this gathering, *Unity* is produced.

The *bazaar’s* figure, introduced in an earlier stage of this work, gives another meaning to the development of the *Urban Unity* in which the market is. The *bazaar* is understood as a form of market that occupies a large area and not just a building representing a place of trade. It is a complex system of relations composed by streets, buildings, interior, exterior, private and collective spaces, representing, in a certain way, the biggest market analogy considered by the Avenida Almirante Reis’s system.

It is intended to reflect the way the trades generate places, to propose a new way of inhabiting the markets, as well as to permeate the urban fabric where they are inserted, reinvigorating the various physical conditions of the place, reactivating the memory of primary activities and gather a multiculturalism lost of its genesis.

Keywords: marketplace; unity; system; connection

“ (...) Eufêmia, onde se reúnem os mercados de sete nações a cada solstício e equinócio (...) Não é só a vender e a comprar que se vem a Eufêmia, mas também porque é à noite junto das fogueiras à volta do mercado (...) os outros contam cada um a sua história (...) E sabemos que na longa viagem que nos espera, quando para ficarmos acordados com o balançar do camelo ou do junco nos pomos a repensar em todas as nossas recordações uma a uma, o nosso lobo ter-se-á formado noutro lobo, a nossa irmã numa irmã diferente, a nossa batalha noutras batalhas, no regresso de Eufêmia, a cidade em que se trocam memórias a cada solstício e a cada equinócio.

“ 1

12 ¹ CALVINO, Italo, As Cidades Invisíveis, Lisboa, Teorema, 1996, pág. 39/40

mercado como arquitectura

*"Em vez de presumirmos (...) que os edifícios e a forma das cidades são um meio transparente de expressão cultural, eu estou convencido de que essa relação só resulta, se for vista no sentido oposto. Quanto mais informados estivermos sobre a cultura das cidades, sobre a sua formação e evolução histórica, em diferentes partes do mundo, mais aptos estamos a entender o tecido urbano que as envolve."*²

- Mercado é lugar de trocas.
- É lugar de trocas de ideias, notícias e informações.
- É lugar de encontros, convívio e memórias.
- É lugar de passagem e permanência.
- É lugar de trocas necessárias à subsistência humana.
- É também, no entanto, um lugar sem lugar.

Uma vez que sozinho ninguém é capaz de satisfazer todas a suas necessidades, a interação surge com o intuito de partilhar com o outro aquilo que temos em maior abundancia e buscar por aquilo que mais falta nos faz. Segundo Mauss³, a vida social na era primitiva, era compreendida por um constante *"dar-e-receber"*, por trocas conduzidas pela norma da reciprocidade e que essas trocas eram como misturar almas, o que proporcionava a comunicação, a corelação e a sociabilidade. As trocas formavam-se sem lugar próprio, sem destino e de forma espontânea. Aconteciam ao longo de ruas e praças, numa acomodação ao próprio tecido urbano e, por isso, podemos afirmar que, antes da arquitetura do mercado, já se ajustava o mercado como forma de arquitetura.

Durante muitos anos, o sucesso e o crescimento das cidades esteve significativamente relacionado com o desenvolvimento das atividades primárias e do comércio nelas existentes. O aparecimento destes lugares nas cidades, não só estimulava as áreas envolventes, como também levava

ao aparecimento de novas ofertas de serviço, trabalho e diferentes tipo de comércio, o que ajudava e favorecia a permanência dos seus habitantes.

Mercado, do latim *"mercatu"*, significa o local onde compradores e vendedores se encontram para troca de bens. Numa outra visão, os mercados também eram entendidos como uma forma que a sociedade teria encontrado para fazer essas trocas de forma organizada e segura. Todavia, é nesta génese de relações criadas entre consumidores, vendedores e a sociedade no geral que, desde a sua origem, os mercados se mantêm com um carácter importante, partilhando até hoje, memórias de antigos mercados.

O mercado é uma representação de todos estes elementos numa forma de arte, através do qual podemos conhecer um novo modo de habitar a cidade e o modo como se organiza, económica e socialmente, o meio comum das pessoas que o frequentam. Permite, de certa forma, prever, culturalmente, o modo de vida das pessoas, uma vez que que os produtos desse lugar, são o reflexo das suas necessidades. É nessa ótica que surge este subcapítulo, centralizado numa breve análise sobre a história, a memória e a tipologia destes lugares, de acordo com as características dos locais em que se inserem, de forma a compreender por que razão têm e tiveram um impacto tão grande na arquitetura dos dias de hoje.



fig. 01 _ Mercado do Levante, Bairro de Alvalade, 1949

² KOSTOF, Spiro – *The City Shaped – Urban Patterns and Meanings Through History*. Thames and Hudson, London, 1991, p.10. Trad: Madalena Barreto. Orig.: *"Rather than presume, (...) that buildings and city-forms are a transparente medium of cultural expression, I am convinced that the realationship only works the other way around. The more we know about cultures, about the structure in various periods of history in diferente parts of the world, the better we are able to read their built environment"*

³ Marcel Mauss foi um sociólogo e antropólogo francês, autor do *"Ensaio sobre a Dídiva"*. (1872-1950)

Grand Bazaar

Em Istambul, o *Grand Bazaar* é uma das maiores representações de um tipologia muito própria e característica do Médio Oriente, o *bazaar*⁴, e exemplo da sua evolução, dimensão e lugares onde a troca é a essência de tudo.

Ainda que não exista uma data para a qual se deu o seu aparecimento, acredita-se que o *bazaar* tradicional se tenha desenvolvido inicialmente, fora dos centros urbanos e eram associados ao suporte das necessidades de mercadores viajantes. À medida que as cidades foram crescendo, também os *bazaares* cresceram com elas. Passaram a estar localizados dentro das muralhas, na Medina⁵, e desenvolviam-se de uma forma linear, ao longo das principais ruas, que se estendiam de uma ponta à outra ponta da cidade. Com o tempo, passaram a formar uma rede de importantes núcleos de comércio, que permitia não só a troca de produtos, mas também de informações, e passaram a ser denominados como “o coração da cidade”. Cairo e Bagdad, são exemplos de cidades que acabaram por ser fundadas ao longo de rotas comerciais e bazaares.

O *bazaar* era traduzido apenas por uma área coberta, os espaços eram pequenos, pouco mais de 1 metro quadrado e abertos para a rua. Por vezes, quando o espaço permitia, havia um piso mais elevado onde se encontravam zonas de arrumação. Ao longos dos séculos, os edifícios que os abrigavam, tornaram-se maiores e mais elaborados, foram introduzidos sistemas mais complexos como abóbadas, arcos, pátios interiores e colunatas, como forma de proteção do clima e das temperaturas. É, nos dias de hoje, visto como “uma cidade dentro de uma cidade” e um símbolo de tradição.

Nos dias de hoje, o *Grand Bazaar* é constituído por lojas dispersas numa rede de ruas abobadadas e fechadas,

e as formas de acesso são geralmente feitas por caminhos pedestres, sendo conectado ao exterior por ruas cobertas, dando uma noção de continuidade com a cidade como resultado. Os principais pontos de conexão entre o interior e o exterior são os 16 portões, que controlam a passagem e proporcionam a sua exposição, ou não, com o exterior.

Pierre von Meiss, no seu livro “*Elements of Architecture - From form to place*”, afirma que, a relação entre dois lugares ou entre um interior e um exterior, vem sempre acompanhado por dois aspectos de dependência. Tanto fornece separação como conexão ou, por outras palavras, diferenciação e transição, interrupção e continuidade, fronteira e travessia. Limiares e espaços de transição, tornam-se lugares, tornam-se “*lugares onde o mundo se inverte*”⁶. Ainda assim, elementos como degraus, portões, portas, varandas e janelas, regulam essa inversão, controlam a permeabilidade de um limite e confirmam descontinuidade, o que permite ao mesmo tempo, atravessá-la física ou visualmente. Os portões do *bazaar* criam essa continuidade e separação entre interior e exterior.

Baseado num padrão em grelha, a sua configuração constitui características que fazem o lugar parecer um todo. Com dois eixos principais de circulação, transversal e longitudinalmente, o *bazaar* tem uma configuração de interconexão e ordenação, resultado da continuidade em todos os espaços de circulação.

⁴ Termo que deriva da palavra persa “*baba-char*” e que significa “lugar de preços”

⁵ Termo árabe que significa “*cidade antiga*” ou apenas “*cidade*”, e que corresponde ao centro histórico de cidades no nordeste de África. São constituídas, geralmente, por muros, desenvolvidas de dentro para fora, compostas por ruas estreitas, mesquitas, termas, museus e monumentos históricos. É também caracterizada nos dias de hoje como “*cidade secreta*”

⁶ Pierre Von Meiss. *Elements of Architecture - From Form to Place*. United Kingdom Taylor & Francis Ltd. 2 Rev ed. 2013. p.148. Tra.: Madalena Barreto. Orig.: “*places in which the world reverses itself*”



Planta do Grand Bazaar, Istanbul
Escala 1.1500

----- limite do bazaar
————— limite do bazaar coberto



fig. 02_ relação do Grand Bazaar com a cidade de Istambul e envolvente, 2018

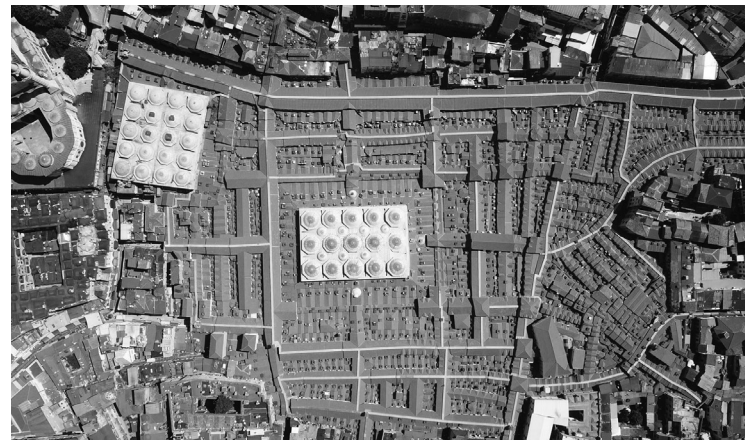


fig. 03_ perímetro do Grand Bazaar, 2018



fig. 04 _ porta Beyazit do Grand Bazaar, com um monograma com a frase árabe "*God loves the one who does trade*" / "*Deus ama quem negocia*". 1960



fig. 5 _ interior do Grand Bazaar, 1989

Ágora de Atenas

Na Grécia Antiga, os espaços de mercado desenvolveram-se na Ágora ⁷, a praça central na constituição das cidades-estado, um espaço cultural e político da vida social, onde se desenvolviam, ao ar livre, várias atividades. Para Mumford ⁸, eram lugares de contemplação, como praças templo e passaram a condicionar as cidades gregas, de tal forma, que esse elemento, situado na zona mais baixa da cidade, era tão importante quanto o palácio, situado na zona mais alta da cidade, a Acrópole. A Ágora de Atenas, uma das maiores e mais importantes ágoras na formação das cidades-estado, é uma referência para esta análise, onde o seu desenho foi gradualmente desenvolvido durante um período de 800 anos.

Com a sua evolução do comércio e consequentemente da importância da ágora como espaço social, foi necessário um novo enquadramento urbano e a criação de novos equipamentos públicos para dar apoio a todas as atividades que não paravam de crescer. O que inicialmente se fazia ao ar livre, no centro da Ágora, agora tinham uma forma mais definida. Era uma praça retangular, simétrica, constituída por stoas ⁹, locais para administração, banhos e lojas que acompanhavam o desenho do retângulo, abertas para o interior da praça. Stoas eram pórticos cobertos, desenhados para uso publico, onde comerciantes vendiam os seus produtos e onde as pessoas se podiam abrigar das condições climáticas. A maior e mais conhecida, Stoa de Attalos, na Ágora de Atenas, foi reconstruída nos anos 50 e abriga agora o Museu Agora e instalações destinadas a estudos arqueológicos.

A riqueza, o alcance e as influências de Atenas, eram visíveis na Ágora, pela grande variedade de mercadoria que chegavam do porto de Piraeus. A sua disposição, centrada à volta do Caminho de Dromos ou Panathenaic, permitiu

também desempenhar um papel importante, uma vez que essa passagem, atravessava o coração da cidade de Atenas, passando pela Acrópole, até o Dipylon, a porta principal da cidade. O caminho é pavimentado até ao começo da subida íngreme, em direção à Acrópole, com grandes lajes de pedra, impostas durante o período romano e, mais tarde, já nos anos 60, sofreu intervenção do arquiteto Dimitris Pikionis, com um projeto que incluiu um sistema de pavimentação e outras intervenções nos edifícios envolventes. Embora muitas trocas comerciais fossem realizadas na Ágora, uma em particular, fê-la crescer e destacar das restantes: a troca de ideias.

A Ágora influenciou o desenvolvimento do fórum romano e que, por sua vez, foi influenciada por ele. O fórum, no entanto, foi concebido de maneira mais rígida e tornou-se uma área cuidada, regular e aberta, cercada pela arquitetura envolvente. Alguns autores ainda sugerem que a planta das Ágora e das stoas, pelo seu sistema e função, podem ser definidos como os ancestrais do fórum romano e do bazaar oriental.

⁷ Termo grego que significa “*asamblea*” e “*lugar de reunião*”, que por sua vez, deriva da palavra “*reunir*”. Veio a designar a praça central e o centro de qualquer cidade grega.

⁸ Lewis Mumford foi um historiador, sociólogo, filósofo e crítico literário americano. Particularmente conhecido pelos seus estudos sobre cidades e arquitectura urbanística, foi também escritor e autor de várias obras como “*The City in History*”, premiado com o *National Book Award*, e “*The culture of Cities*”.

⁹ Elemento arquitectónico na Grécia Antiga, constituído por um pórtico coberto, com colunas a rodear o edifício. Situavam-se geralmente à volta das Ágoras, praças ou locais de comércio. Serviam, por isso, geralmente para uso público.



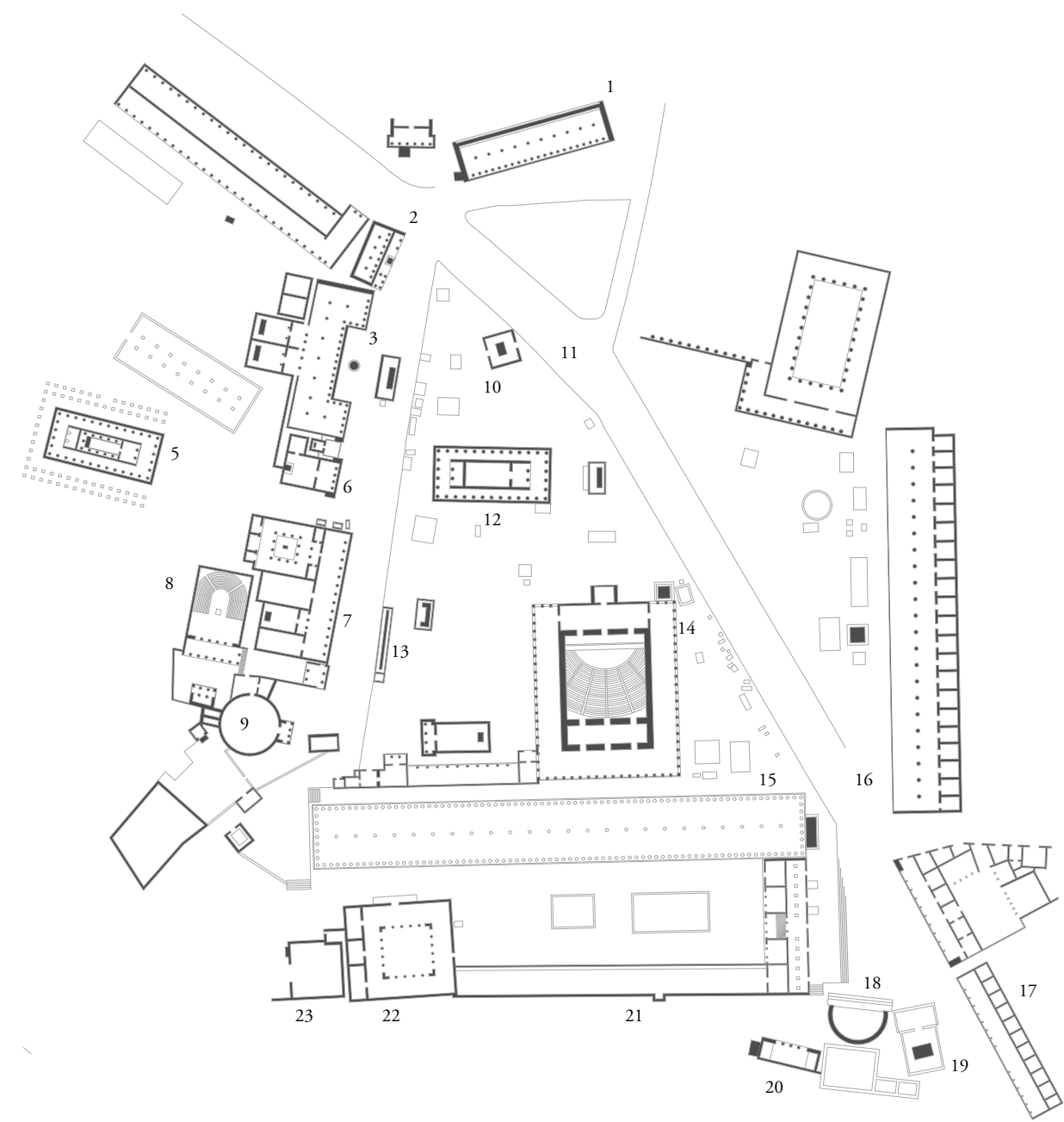
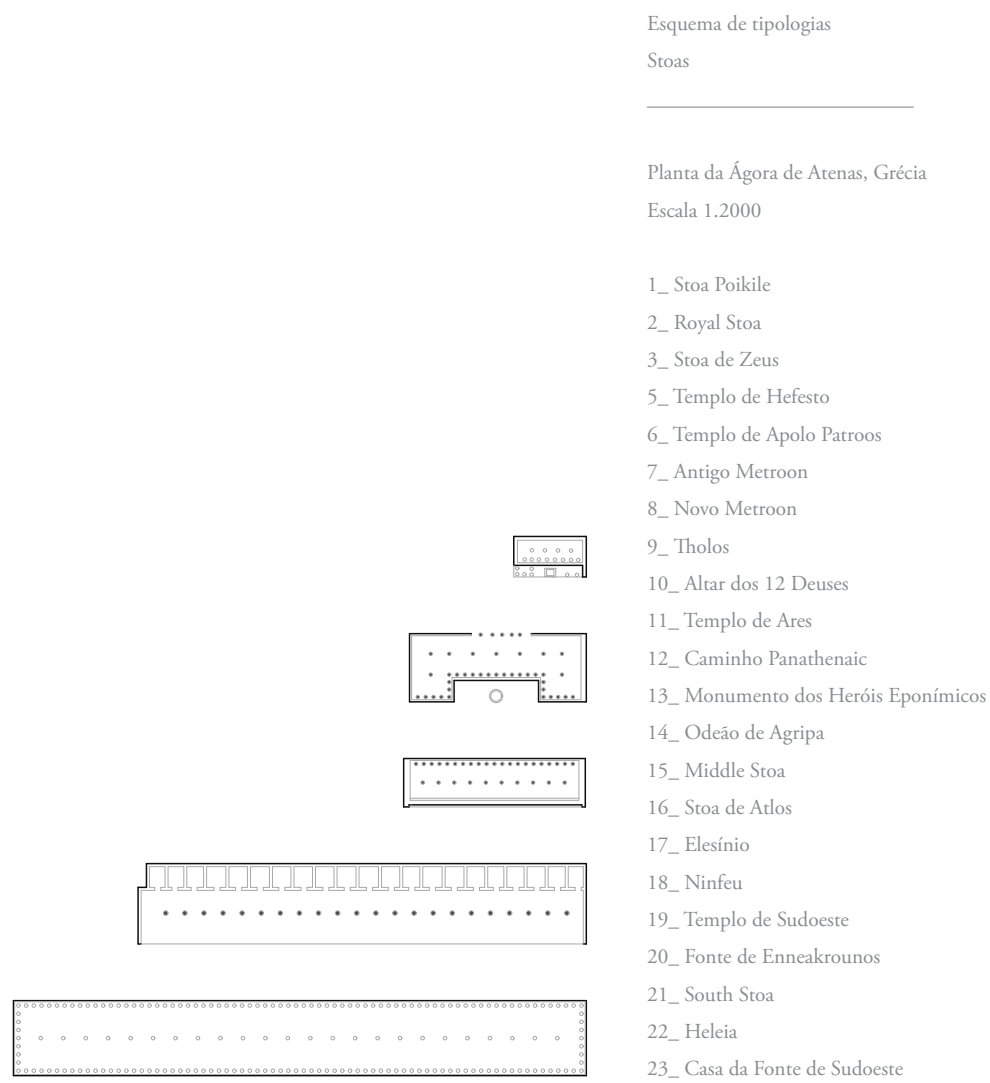




fig. 06 _ ruínas da Ágora de Atenas e envolvente. 1963

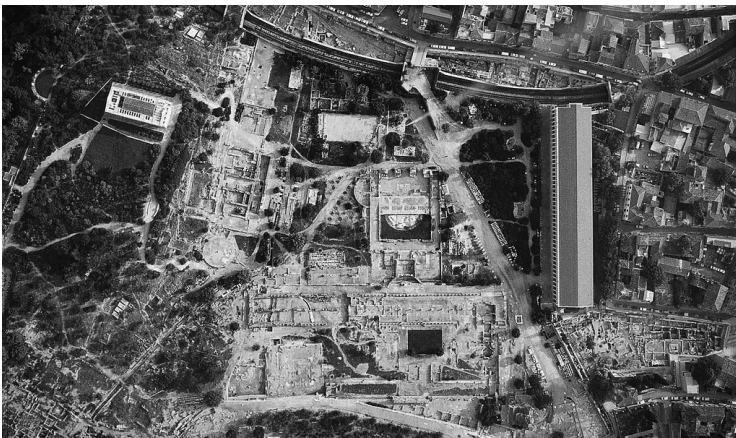


fig. 07 _ ruínas da Ágora de Atenas. 1975

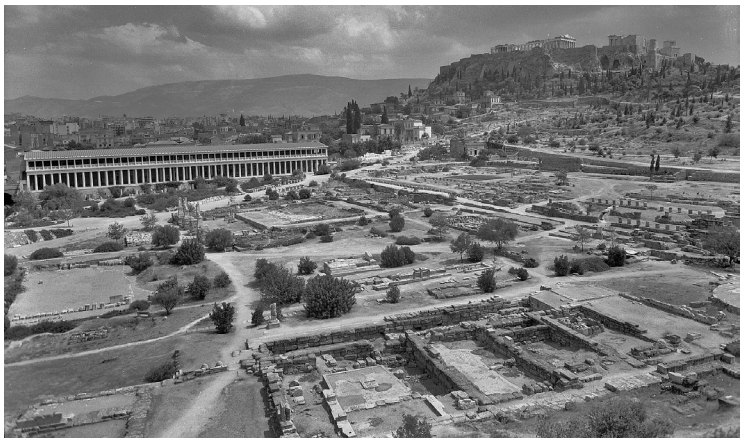


fig. 08 _ ruínas da Ágora de Atenas, Stoa de Attalos e a Acrópole. 1967



fig. 09 _ vista do segundo andar da Stoa de Attalos, sobre as ruínas da Ágora. 1957

Forum de Roma

O Fórum ¹⁰, nas cidades do Império Romano, era um complexo organizado, na forma de praça central, que combinava as ideologias da Ágora e da acrópole, num único espaço, dando igual importância a cada um dos seus elementos. Era constituído por templos, basílicas, banhos, praças públicas e locais para comércio. Segundo Mumford “*multidões ainda maiores eram atraídas para o centro, a fim de comprar, de fazer o culto, de trocar boatos, de tomar parte, como espectadores ou actores em negócios públicos ou em processos privados*” ¹¹. Era tanto um local de culto, como um local de comércio, e “*a ‘paz de mercado’, tão necessária à livre troca, era conservada tornando-se sagrada à própria área*” ¹².

Por essa razão, o Fórum foi o local de eleição de muitos espaços de mercado, passando depois a existir o Foro, local destinado exclusivamente a esta prática, resultado de um grande crescimento comercial.

Uma vez mais, a sua simetria e forma rectangular derivava de heranças da Ágora na Grécia Antiga mas ao contrário do que nestas acontecia, as lojas à volta do pátio central, abriam não só para o pátio mas também para exterior. O pátio podia ainda conter um tempo como símbolo de protecção divina ao mercado, como era o caso do Mercado de Puzzuoli ¹³, em Nápoles. Para além do pátio e das lojas, notava-se um maior cuidado pela definição dos espaços, alinhamentos e axonometrias. A sua localização era também pensada de forma a ser o ponto de intersecção e condensador de fluxos, entre as principais ruas, conhecidos como o *cardo* ¹⁴ e *decumano* ¹⁵.

Vitruvio ¹⁶, defendia que a forma ideal para a construção do Fórum, deveria ser grande o suficiente para acomodar muitas pessoas, mas não tão grande ao ponto de se per-

der o conceito de praça e distanciar as pessoas entre si. Criou assim, as proporções que considerava ideais para a sua construção, que eram de 3m de comprimento por 2m de largura. Para além disso, os mercados começaram a apresentar outras configurações, como simples percursos delimitados por bancas ou soluções ajustadas às condições físicas do lugar, como foi o caso do Mercado de Trajano, situado no Fórum Imperial de Roma.

¹⁰ Termo romano que deriva do latim “*forum*” e que significa “*mercado*”. Era a denominação dada à praça central nas cidades do Império Romano, onde se localizavam os edifícios de maior importância.

¹¹ MUMFORD, Lewis. A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas. Tradução Neil R. da Silva. Martins Fontes: São Paulo, 2004. 741 p. 245

¹² *idem ibidem* p. 245

¹³ Mercado construído no início de II d.C., no qual, se descobriu uma característica em forma de um volume circular no centro, característica essa que deu início a uma nova designação tipológica, Genius Macelli ou Tholos Macelli

¹⁴ Do latim “*cardus*”, significa “*linha*”, e era um termo usado no planeamento urbano do Império Romano que retratava uma rua orientada a Norte-Sul.

¹⁵ Do latim “*decumanus*”, era um termo usado no planeamento urbano do Império Romano que retratava uma rua orientada a Este-Oeste.

¹⁶ Marcos Vitruvius Polião, arquitecto, engenheiro civil e militar, escritor e poeta romano do séc. I a.C., que deixou obras marcantes como “*De Architectura*”. A base da Arquitectura Clássica também foi inaugurada pelo mesmo, com base nos princípios “*utilitas, venustas e firmitas*” (80 a.C. – 15 a.C.)

Planta do Forum Romano e Forum Imperial, Roma
Escala 1:3000

- 1_ Templo de Trajano
- 2_ Basílica Úlpia
- 3_ Forum de Trajano
- 4_ Mercado de Trajano
- 5_ Templo de Vénus Genetrix
- 6_ Forum de César
- 7_ Forum de Augusto
- 8_ Templo de Marte Ultor
- 9_ Forum de Nerva
- 10_ Templo de Minerva
- 11_ Tabulário
- 12_ Templo da Concórdia
- 13_ Templo de Saturno
- 14_ Basílica Júlia
- 15_ Forum Romano
- 16_ Cúria Júlia
- 17_ Basílica Emília
- 18_ Templo de Castor e Pólux
- 19_ Templo de César
- 20_ Templo de António e Faustina
- 21_ Forum de Vespasiano
- 22_ Casa das Vestais
- 23_ Via Sacra
- 24_ Basílica de Maxêncio
- 25_ Templo de Vénus e Roma

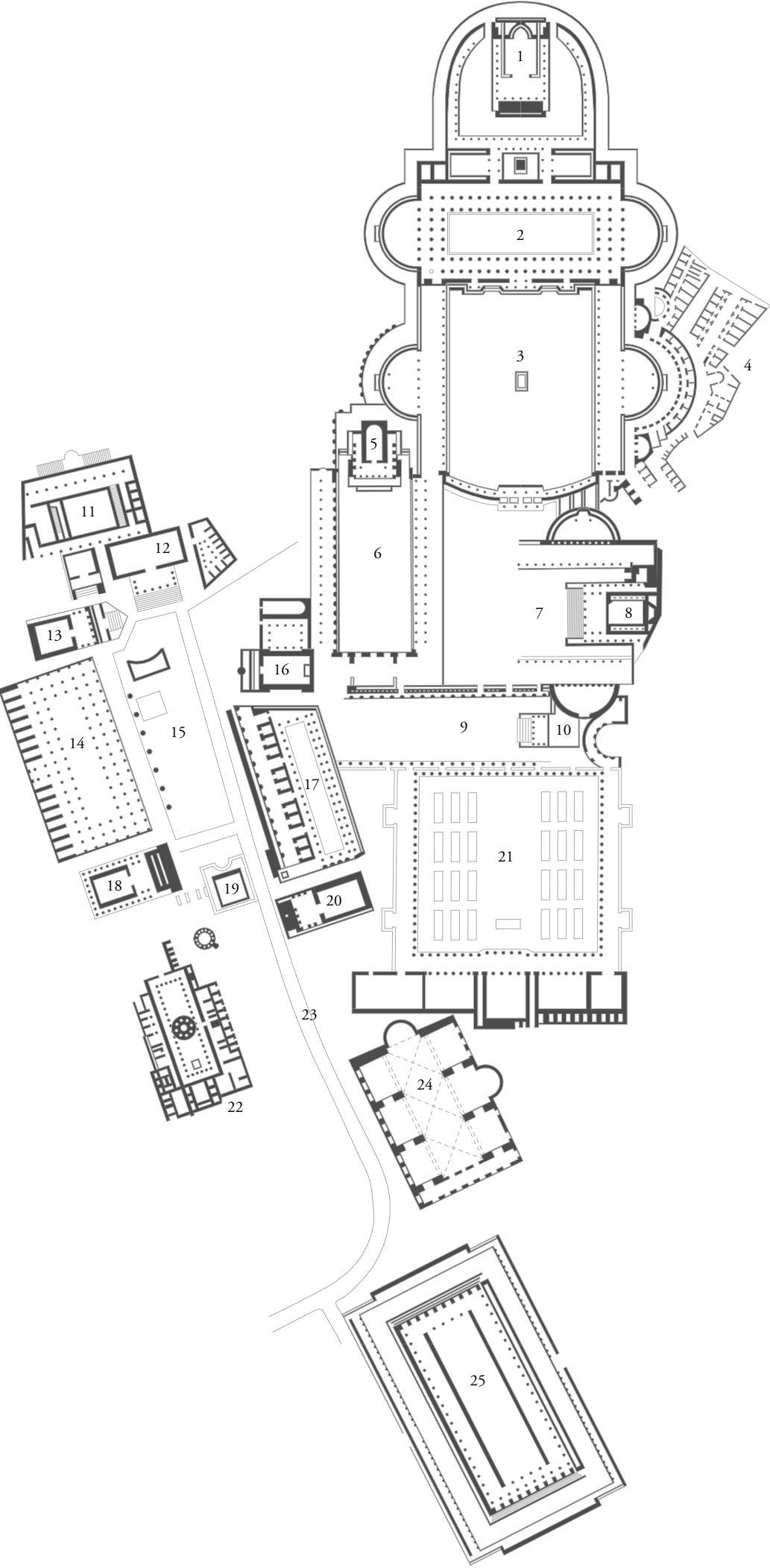




fig. 10 _ ruínas do Forum Romano



fig. 11 _ vista do Capitólio, sobre as ruínas do Forum Romano



fig. 12 _ ruínas do Forum Romano, Templo dos *Dioscuri* e Basílica *Giulia*



fig. 13 _ ruínas do Forum Romano e Mercado de Trajano. 1968

Les Halles

Só a partir do séc. XI, as rotas comerciais no Mar Mediterrâneo voltaram a ter uma atividade significativa, o que levou ao renascimento económico, social e urbano na Europa, que trouxe mudanças e transformações necessárias ao nível do comércio, devido a questões de saúde e salubridade. A revolução industrial, trouxe novos materiais, novos métodos construtivos, transportes e serviços. Com a introdução de estratégias militares, as cidades, com novos limites e muralhas, fizeram-se crescer em direção à periferia e, com isso, foi necessária a criação de novos espaços públicos que respondessem às necessidades das pessoas. Paris e Barcelona, com os planos *Hausmann* e *Cerdà*, são duas cidades que sofreram com estas novas implementações que implicaram a construção de vários mercados de forma a reestruturar bairros e zonas da cidades degradadas ou insalubres.

The hall ou *market hall* ¹⁷, traduz-se por mercado coberto, e foi uma das novas tipologias de mercado introduzidas no norte da Europa, no séc. XIII, que se diferenciava dos tradicionais mercados pela sua grandiosidade, configuração e novos elementos construtivos. Eram espaços amplos, com um pátio e arcadas em torno do seu perímetro e com bastante luz natural no seu interior, e marcaram um momento de estandardização no séc. XIX. O ferro, material resistente aos fogos, leve na sua constituição e que permitia novas construções, grandes entradas de luz e ventilação natural, foi o material mais usado para estas novas introduções. Surgiu um enorme crescimento de consumo por toda a Europa. Exemplo desses modelos de construção é o mercado de Les Halles, em Paris, desenhado por Victor Baltard ¹⁸ e Félix Callet ¹⁹.

Boffrand, autor do Plano Boffrand para a reorganização de *Les Halles*, afirmava que a área em que se inseria o pro-

jeto era como um *“forum”* ²⁰ e defendia que este deveria ser racional e ordenado, de forma a criar um espaço harmonioso, eficiente e não conflituoso. Baltard, já a cargo do desenho para *Les Halles*, recebeu ordens que incluíam conceitos como *“ferro, ferro, nada mais para além do ferro”* ²¹ e *“grandes coberturas e nada mais”* ²². O desenho resultou então do cruzamento de muitas imposições políticas e institucionais, várias tentativas de desenhos e conceitos adquiridos, e muitas aquisições e reestruturações também ao nível do tecido urbano envolvente. Foram criados 12 pavilhões em ferro, metal e vidro, conectados por ruas cobertas, colocados ao longo de eixos transversais e longitudinais, numa malha ordenada em comunicação com a envolvente, que regularizava não só o próprio comércio mas também o comportamento social face a esta nova introdução.

Com a Primeira e Segunda Guerra Mundial, já no séc. XX, as cidades ganharam uma complexidade tanto a nível da sua estrutura como morfologia, o que levou a novos planos urbanísticos. Os mercados tornaram-se em espaços desajustados às novas realidades e ao tecido urbano em que se inseriam, rompendo a tipologia tradicional ainda que de alguma forma modular, usando o betão em vez do ferro e, ainda que muitos edifícios de mercado tenham fechado portas, outros cresceram com formas exteriores mais contemporâneas, como são os casos do *Markthal* em Roterdão, desenhado pelos MVRDV arquitetos e do Mercado de Abrantes em Abrantes, pelos ARX arquitetos.

Podemos afirmar que o mercado, nos dias de hoje, ganhou várias configurações a nível exterior mas no seu interior, segue uma regra e uma organização lógica, com o intuito de conferir uma certa sistematização e organização.

¹⁷ Mercado coberto onde são vendidos e comprados produtos em bancas por vendedores independentes.

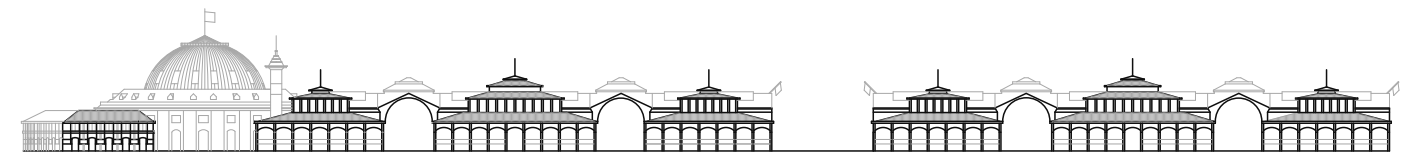
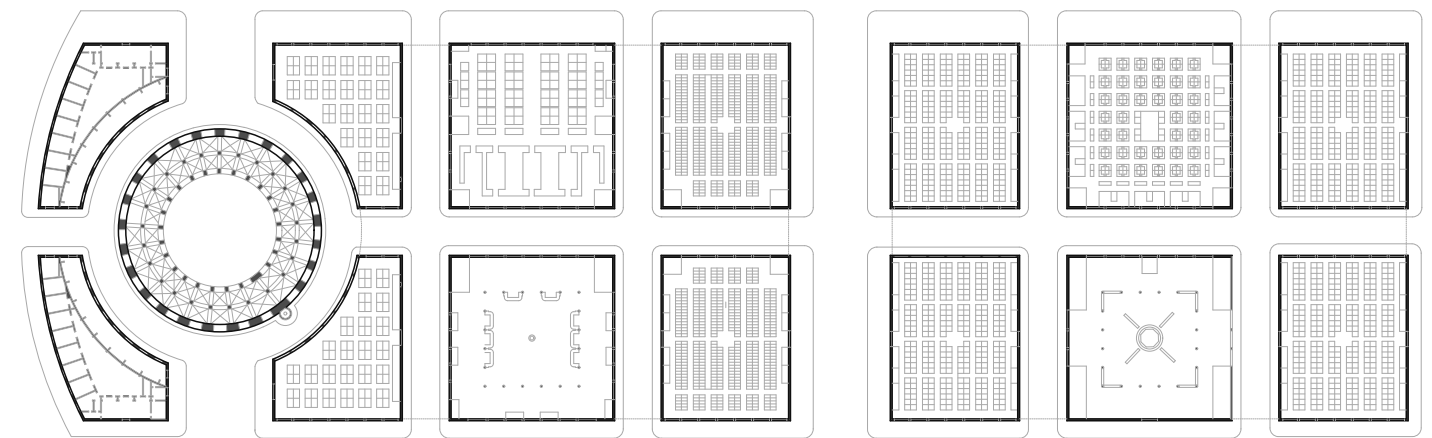
¹⁸ Arquiteto francês conhecido pelo seu trabalho em Paris, como o projeto para o mercado de Les Halles e a Igreja de Saint-Augustin. (1805-1874).

¹⁹ Félix-Emmanuel Callet, arquiteto neoclassicista francês que participou, em parceria com o arquiteto Victor Baltard, no projeto para o mercado de Les Halles em 1845. Morreu 10 anos depois do início deste projeto. (1791-1854).

²⁰ WAKEMAN, Rosemary. *“French Politics, Culture & Society – Fascinating Les Halles”*. Vol 25, no 2. Berghahn Books, 2007. Pág. 50.

²¹ EVENSON, Norma. The Assassination of Les Halles in Journal of the Society of Architectural Historians, Vol. 32, no 4, 1973. Pág. 308. Trad.: própria. Orig.: *“iron, iron, nothing but iron”*.

²² *Idem ibidem*. Trad.: própria. Orig.: *“big umbrellas and nothing more”*.



Planta e Alçado de Les Halles, Paris
Escala 1:2000



fig. 14 _ Mercado de Les Halles e envolvente. 1956



fig. 15 _ Mercado de Les Halles. 1969

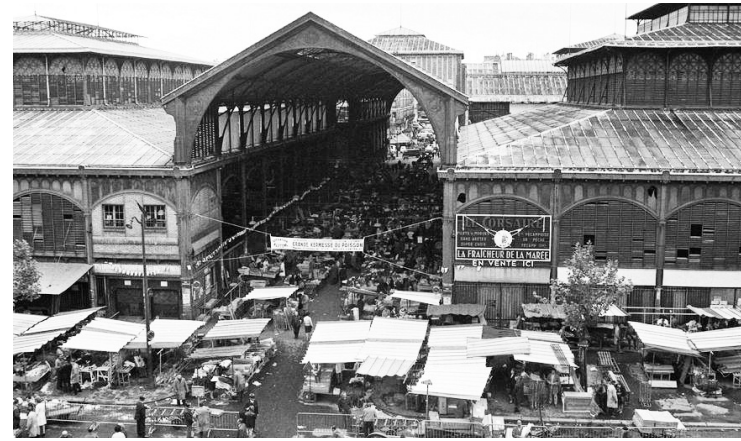


fig. 16 _ Mercado de Les Halles, 1967



fig. 17 _ interior do Mercado de Les Halles. Rua Coberta

mercado como espaço social

*“No mercado da Ribeira
Há um romance de amor
Entre a Rita que é peixeira
E o Chico que é pescador”*²³

Os mercados, as praças e as feiras, como foi dito anteriormente, são lugares onde se promovem as trocas mas são também lugares onde as pessoas se conhecem e conhecem o mundo através de vários tipos de interações, capazes de unir e dar um sentido de pertença, no qual todos partilham um bocadinho de si mesmos, numa constante troca de valores. São espaços públicos essenciais à vida, e a forma como esses espaços são usados, reflete os valores e a organização social numa cidade.

Para Braudel²⁴, o mercado, mesmo na sua forma mais elementar, é o lugar mais favorável para a troca, que precisa das pessoas para o completar e fazer crescer, uma vez que, sem elas, não haveria economia, no sentido mais puro da palavra, e resultaria apenas numa forma de vida “encaixada” na autossuficiência ou na não-encomia. O facto dos mercados mais elementares se manterem inalteráveis, em alguns casos, ao longo do tempo, é devido à simplicidade e transparência das trocas, uma vez que os produtos eram considerados frescos e em primeira mão, e as pessoas dependiam da palavra e da confiança para a realização dessas trocas, o que fazia desse espaço um lugar de permanência, informalidade e familiaridade.

*“(…) só o homem que compra peixe enquanto este ainda está no mar, apenas pode sentir o seu cheiro no final”*²⁵

Os mercados e as praças, na idade média, faziam a ponte entre o rural e o urbano e, como tal, para quem não estava habituado a frequentar o mercado, ou para aqueles que

estavam geograficamente excluídos, o ato de ir ao mercado era visto como algo importante, uma viagem de lazer, um ato social ou quase uma aventura. Era uma oportunidade para se poderem mostrar, de alguma forma, perante a sociedade. Alguns autores descrevem os marinheiros, no séc. XV, como “primitivos” e com uma mente aborrecida, na medida em que se sentiam importantes quando bebiam numa taberna ou compravam pão no mercado, o que mostra uma vez mais, a importância dada ao mercado como um espaço de social.

Com o crescimento do mercado, a repetição desses lugares e o seu reconhecimento público, passaram a representar o centro de todo o comércio. Com isso, a segurança e os cuidados aumentaram, mas a supervisão e a punição em casos extremos de corrupção ou roubo, não impediu o desenvolvimento e afirmação desses espaços, como o coração da vida urbana. Era nele que se faziam encontros, negócios, incidentes, lutas e até mesmo processos judiciais. Todas as notícias, políticas ou não, eram transmitidas na praça de mercado.

Em Giffoni Valle Piana, na província de Salerno, no séc. XV, as praças de mercados, para além da venda de produtos e de artigos de artesanato local, eram locais onde se estabeleciam, com maior número do que simples vendas de produtos, acordos de venda de terras, doações, casamentos e contratos. O que nos leva a poder afirmar que o lugar de mercado era um estímulo para todo o tipo de trocas e sociabilidade.

Em tempos, à imagem do folclore em Daomé, resistir às tentações do mercado era um ato de sabedoria. Alguns provérbios transcritos por Braudel no seu livro *“The Wheels of Commerce”* são referências à centralidade do



fig. 18



fig. 19



fig. 20

²³ Amália Rodrigues, O namorico da Rita, 1957.

²⁴ Fernand Braudel, foi um historiador francês autor do livro *“Civilization & Capitalism 15th-18th Century”* com 3 volumes incluídos, publicado na sua totalidade em 1979. (902-2985).

²⁵ BRAUDEL, Fernand. *“Civilization & Capitalism 15th-18th Century”* volume II *“The Wheels of Commerce”*. Londres, 1983. Pág. 30. Trad.: própria. Orig.: *“(…) a man who buys fish while it is still in the sea may only get the smell in the end.”*

fig. 18 _ Dois pescadores, Porto de Guilvinec, 1959.

fig. 19 _ Dois trabalhadores no Porto de Billingsgate fazem uma pausa para fumar um cigarro. Usam ambos um chapéu de cortiça, que lhes permitia carregar caixas de peixe na cabeça. Billingsgate, Londres, 1945.

fig. 20 _ Tálhante na Rue Montorgueil. Paris, 1969.

mercado como um mundo de relacionamentos.

"(...) 'pensa em ti, mas pensa também no mercado', isto é, nas outras pessoas."

"(...) mais vale ter amigos na praça que dinheiro na caixa"

"(...) Tudo pode ser comprado no mercado, excepto silêncio, prudência e honra."

Os mercados deixaram de ser vistos apenas como fontes de abastecimentos e passaram a representar lugares onde se podem satisfazer necessidades sociais, construir relações de familiaridade e confiança, e até mesmo, em alguns casos, como afirma Anthony Bourdain no seu livro “*Les Halles Cookbook*”, de sucesso a nível profissional, uma vez que, através dessas interações, e do mercado como palco para esses acontecimentos, é aberto um leque de oportunidades, conhecimentos e culturas de todo o mundo, fundamental para a formação de bons cozinheiros.

“Bons cozinheiros, não existem do nada. Eles são o resultado de um longo caminho de recursos, que começa, nos casos mais afortunados, pelo mundo inteiro. Precisas de amigos para encontrar o caminho. Precisas de conexões. Precisas de ser um cidadão do mundo – ou, pelo menos, do teu mercado local.”

Com isso, podemos afirmar hoje a importância do mercado, não só porque permitiu que olhássemos para o mundo da arquitetura de outra forma, como também permitiu ao mundo, olhar para esses lugares como um dos elementos mais importantes na formação urbana e fundamental na construção de relações, identidade e vínculos afectivos.



fig. 21



fig. 22



fig. 23

²⁶ BRAUDEL, Fernand. “*Civilization & Capitalism 15th-18th Century - The Wheels of Commerce*”. Vol. II, Londres, 1983. pág. 30. Trad.: própria. Orig.: “(...) ‘think of yourself’ but think of the market too’, that is of other people.”.

²⁷ *Idem ibidem* Pág. 30. Trad.: própria. Orig.: “(...) val più avere amici in piazza che denari nella casa.”

²⁸ *Idem ibidem* Pág. 30. Trad.: própria. Orig.: “(...) one can buy anything in the market but silent prudence and honour.”.

²⁹ Anthony Michael Bourdain foi um chef de cozinha e escritor americano, graduado na *The Culinary Institute of America*. Expôs os seus conhecimentos e dedicou-se em explorar a cozinha e cultura internacional e a condição humana, através de programas de televisão, documentários, livros e viagens. (1956-2018).

³⁰ BOURDAIN, Anthony. “*Les Halles Cookbook: Strategies, Recipes, and Techniques of Classic Bistro Cooking, with José de Meirelles & Philippe Lajaunie*”. Bloomsbury, Nova Iorque, 2004. Pág. 29. Trad.: própria. Orig.: “Good cooks do not exist in a vacuum. They are at the very end of a long supply train that begins, in our fortunate case, all over the world. You need friends to navigate. You need connections. You need to be a citizen of the world — or, at least, of your local markets.”.

fig. 21 _ Anthony Borday no Vietnam, num mercado local. 2014.
fig. 22 _ “Os amantes do alho francês”. Les Halles, 1950.
fig. 23 _ Crianças a vender galinhas, divertem-se em Cincinnati, no mercado Six Street. 1908.

LUGAR

*“As cidades são como os seres humanos: têm um corpo e têm uma alma. Talvez muitas almas, porque, o corpo é um albergue onde moram muitas almas, todas diferentes em ideias e sentimentos, todas com a mesma cara. O corpo das cidades são as ruas, as praças, carros, lojas, bancos, escritórios, fábricas, coisas materiais. A alma, ao contrário, são os pensamentos e sentimentos dos que nela moram. (...) Onde se pode encontrar as almas da cidade? Eu encontro-as bonitas nas feiras, nas bancas de legumes e frutas, no mercadão, no sacolão. Esses são lugares onde acontecem reencontros felizes.”*³¹

O mercado e o comércio, a par da formação de cidades, são cruciais para o desenvolvimento deste estudo, na medida em que, neste troço da cidade caracterizado pela Avenida Almirante Reis, coabitam inúmeras culturas e diversos tipos de comércio, resultado de uma ocupação de diferentes épocas e reestruturações urbanas. É nesse sentido que, a formação da avenida, bem como as influências do comércio para as cidades no geral, e a reestruturação social que o espaço permite, serão brevemente analisadas.

46 ³¹ ALVES, Rubem. A Boa Nova dos Dias, Edições Asa, Porto, 2006.

mercado como cidade

*“Podemos definir as cidades como agrupamentos de populações que não produzem os seus próprios meios de subsistência alimentar.”*³²

A cidade tem como parte integrante do seu organismo o mercado. Segundo Pirenne³³, são *“filhas do comércio”* uma vez que as trocas são parte da sua razão de ser. Pretende-se analisar as trocas e o mercado enquanto lugar que forma cidades, regenera o tecido urbano, une e aproxima as pessoas, e que contribui para uma melhor qualidade de vida. Para melhor compreender de que forma as cidades se desenvolveram e progrediram em torno, e em paralelo, com estes lugares, é dado como referência o mercado de *Les Halles*, na cidade de Paris.

Desde muito cedo, a relação das cidades com o comércio está implicitamente viabilizada não só pelos fluxos nela criados, mas também pela sua organização ao nível do tecido urbano. *Les Halles*, em Paris, é hoje, apenas um lugar repleto de memórias e de um passado histórico para a cidade de Paris, mas que em tempos foi o centro da sua vitalidade e formação urbana. Isto em muito tem a ver com a descentralização, privatização da função dos mercados e com a negação da cidade pública, constituída por praças, ruas e avenidas, face à industrialização, consumo e novas redes de abastecimento.

Les Halles, ainda sem este nome, começou por crescer num bairro pouco urbanizado a norte de Paris, fora do centro da sua formação, que foi desenvolvendo e progredindo as suas trocas. 40 anos depois foram adicionados terrenos adjacentes, para a aumentar a área de comércio e dada a sua importância até ao momento, considerou-se necessário reorganizar o planeamento urbano do distrito e começaram a ser conectadas as primeiras ruas com os

novos *halles*.

Poucos anos depois, foi reorganizado o planeamento da cidade de Paris e construídas novas muralhas, que já incluíam o mercado, passando este a fazer parte integrante da cidade, este processo leva a crer que, o crescimento do mercado e das trocas comerciais, acabam inevitavelmente por ser uma extensão orgânica da cidade, uma vez que, o que antes era um lugar periférico, acabou por ser o seu centro urbano. Esta relação cidade-comércio é dinâmica e nos dois sentidos, tanto a cidade se desenvolve pelas trocas comerciais, através das necessidades dos consumidores, como também as cidades e os espaços públicos fazem crescer o fluxo de trocas.

O distrito ganhou então o nome de Les Halles, dado à sua importância comercial e ao elevado numero de *halles* que já continha. Os *halles*, também eles, eram denominados consoante o produto que vendiam, ficando o mais conhecido como *Halle aux Blés*, um ponto de troca de trigo, cuja monumentalidade estrutural, foi projectada para invocar noções de abundância e estabilidade. Um concurso de arquitectura foi aberto de forma a expandir e reconstruir o mercado e a sua envolvente, ganho pelos arquitectos Victor Baltard e Félix Callet, e que, na época, foi considerado uma verdadeira revolução arquitectónica.

Émile Zola³⁴, define *Les Halles* como o ventre de Paris, no seu romance com o mesmo nome, *“Le Ventre de Paris”*. Retrata o mercado e o seu espaço envolvente como um mundo que florescia, onde não existia nada mais a não ser comida, beleza, riqueza e prosperidade. É, por isso, considerado um mercado gerador de cidade e configuração urbana, *“(…) um papiro, um lugar que reflecte várias histórias da capital”*³⁵, e conferiu uma identidade única



fig. 24 _ Interior do Mercado Les Halles

³² ASCHER, Francois. “*Os Novos Princípios do Urbanismo*”. Trad.: Nadia Somekh. São Paulo, RG, 2010. Ed. Orig.: ASCHER, Francois. “*Les Nouveaux Principes de L’Urbanisme*”. La Tour D’Aigues, Éditions de L’Aube, 2001. ISBN: 2-87678-992-2. Pág. 19.

³³ Henri Prieune foi um medievalista, historiador e professor universitário belga que em muito contribuiu para a história da Europa, dando a conhecer três grandes dessas contribuições entre elas a “Tese de Prieune” (1862-1935).

³⁴ Émile Édouard Charles Antoine Zola, foi um novelista, dramaturgo e jornalista francês. Foi uma figura marcante na liberalização política de França e foi nomeado para o primeiro e segundo Nobel da Literatura em 1901 e 1902.

³⁵ WAKEMAN, Rosemary. “*French Politics, Culture & Society – Fascinating Les Halles*”. Vol 25, no 2. Berghahn Books, 2007. Pág. 46. Trad.: própria. Orig.: “(…) is a palimpsest, a place that reflects the capital’s many histories. And it is an object of continuous fascination.”

que ainda hoje reside na memória de Paris e do mundo.

*"Era como um grande órgão central que batia furiosamente, levando sangue a todas as suas veias. (...)”*³⁶

Desde o início da sua concepção moderna, os mercados eram moldados de acordo com a sua função de vender e gerar trocas de produtos, e não tanto pela sua ocupação no tecido urbano. O método de concepção de um protejo, face aos locais onde são inseridos, e vice-versa, é considerada uma influencia importante na forma como as pessoas entendem e usam esse espaço na cidade. Estes métodos são estudados de forma a compreender como é que essas configurações podem estabelecer um sentido de continuidade entre o novo e o existente/antigo. *Les Halles*, tem um sentido tanto na forma de concepção do edifício como na integração na malha urbana, relevantes para a análise do mercado enquanto regenerador urbano.

Vários projetos foram feitos para dar continuidade a uma malha urbana pouco consolidada para *Les Halles*, que se tornou num plano de mercados irregulares, quebrado por alguns monumentos notáveis e ruas desalinhadas. Baltard começou por pensar que os mercados, como edifícios públicos, poderiam e deveriam pontuar na malha urbana do quarteirão, de uma forma monumental, tal como faziam os elementos notáveis nela inseridos.

O protejo final consistia em 12 pavilhões separados por uma malha de ruas transversais e longitudinais. As mais importantes eram as que os separava transversalmente formando dois grupos de 6 pavilhões, e longitudinalmente fazendo um eixo direto ao Halle aux Blés. Duas ruas diagonais a sul foram projetadas, de forma a aumentar a acessibilidade ao mercado. As diagonais interrompiam a

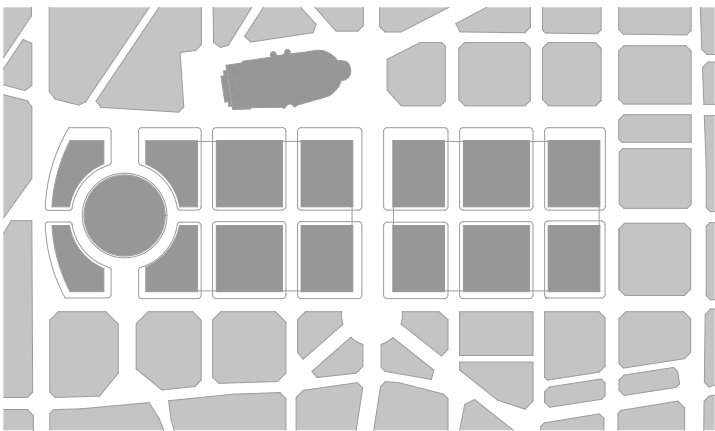
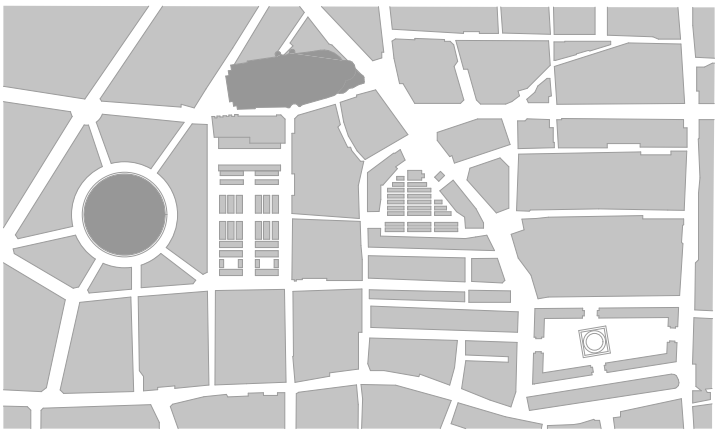
malha dos quarteirões por onde passavam, e convergiam numa pequena praça, que por sua vez, encaminhavam ao centro dos pavilhões.

*“o espaço geográfico articula duas dimensões, a da localização e a que dá conteúdo a essa localização, porque a qualifica e singulariza. Este conteúdo é determinado pelas relações sociais que nele se estabelecem, o que lhe confere a característica de produto social histórico.”*³⁷

Les Halles sofreu várias alterações ao longo dos tempos, fruto de várias intervenções e tentativas de melhoramento a todos os níveis, mas tudo isso não teria acontecido, sem os sistemas de relações sociais nele criadas. O mercado não é apenas um espaço de trocas, mas também um lugar na vida das pessoas, nos seus costumes e valores, e sem o qual o tecido urbano não se desenvolveria e sobrevivia ao longo de todos os anos.

*“Alguma área na história – com exceção, talvez, do Fórum em Roma – foi mais rica em história arquitectónica que o Fórum des Halles e a sua envolvente, incluindo Beaubourg?”*³⁸

Mumford, na sua obra *“A cidade na história”* defende que, o desenvolvimento dos primeiros centros urbanos é resultado do surgimento dos espaços de mercado, e descreve-os como elementos históricos da arquitectura urbana pela sua associação aos templos, ao mesmo tempo, em *“Morfologia Urbana e Desenho da Cidade”*, Ressano Garcia refere que as ruas e as praças são importantes para a cidade na medida em que, estes espaços públicos são como símbolos da vida social, e que muitas vezes se relacionam com as práticas do mercado.



³⁶ LEMOINE, Bertand. *"Les Halles de Paris: L'histoire d'un lieu, les péripéties d'une reconstruction, la succession des projets, l'architecture d'un monument, l'enjeu d'une «Cité»"*. L'Enquerre, 1980. Pág. 185. Trad.: própria. Orig.: *"C'était comme un grand organe central battant furieusement, jetant le sang de la vie dans toutes les veines. (...)"*.

³⁷ LEMOS, Celina. B. *"O shopping center como espaço público na experiência urbana de Belo Horizonte"*. In: PINTAUDI, Silvana Maria; FRUGOLI JR, Heitor. (Org.) *"Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras"*. São Paulo, UNESP 1992.

³⁸ KOOLHAAS, Rem. *"Toward the Contemporary City. — The Terrifying Beauty of the Twentieth Century 1985"*. Design Book Review. Pág. 140. Trad.: própria. Orig.: *"Has any area in history – except perhaps the Forum in Rome – ever been richer in architectural history than the Forum des Halles and its immediate vicinity, including Beaubourg?"*.

mercado como “*não lugar*”

Com a Revolução Industrial e o Capitalismo, novos paradigmas foram introduzidos, hábitos de consumo foram criados e formas de habitar a cidade eram cada vez mais distantes daquilo que era a vida, aquando da existência única do mercado tradicional. As praças deixaram de ser espaços de comércio, o alargamento das ruas e avenidas, para dar espaço à utilização automóvel, já não favorecia a concentração das pessoas e o convívio gerado e, por isso, lojas no piso térreo deixaram de ter as portas abertas para a rua e passam a ser colocadas atrás de uma fachada de vidro, distanciando as trocas e as relações que se estabeleciam. As feiras e os mercados existiam sazonalmente e ocasionalmente, enquanto nos centros urbanos, crescia um modo de vida com foco em causar imposições na condição social.

O mercado, enquanto estrutura social essencial no quotidiano, sofreu, com isso, grandes alterações na sua gestão e funcionamento, e a partir do séc. XX, teve o seu declínio, por razões políticas, de acessos, segurança, higiene, falta de apoios e modelos de gestão, para darem lugar a novos equipamentos como superfícies comerciais. Houve uma intenção muito clara em encerrar os mercados municipais, que “ameaçavam” a modernização, e dar espaço para que os mercados privados e polos anti urbanos surgissem, e isso, traduziu-se numa privatização da função de mercado.

Jane Jacobs ³⁹, no seu livro “*The Death and Life of the Great American Cities*”, retrata com criticismo, as políticas implementadas nos anos 60 às renovações urbanas, e que, segundo a autora, destruíram comunidades e criaram espaços urbanos isolados. Foi também defensora da re-
tauração dos mercados livres pois permitiam misturas de bairros, classes sociais e uma vida em comunidade mais

vibrante. Afirma ainda que, para que as ruas se tornassem mais cativantes, era necessário haver fluxos de pessoas em horários diferentes ao longo do dia, de forma a dar aos lugares uma maior sensação de segurança e proteção. Para isso, era necessário haver diversidade urbana através de funções que gerassem movimento e um maior contacto entre as pessoas, como os mercados municipais, as feiras, as lojas e os espaços comerciais ao ar livre.

No seguimento do subcapítulo anterior, é dado uma vez mais *Les Halles* como referência de um mercado que acabou por ser substituído por um Centro Cultural, a seguir à Segunda Guerra Mundial e onde, ainda hoje, se entende como um local sob constantes transformações dado à importância que teve para a cidade de Paris. Com a introdução de eletrodomésticos como o frigorífico, a aquisição de produtos frescos deixou de fazer sentido, uma vez que já não era necessário o seu consumo imediato, sendo que havia possibilidade de conservar os alimentos. *Les Halles* reinventou a maneira de cozinhar e foi nele que se criaram as iguarias do império francês, e tinha, por isso, um significado simbólico e funcional, que mais tarde se veio a reconhecer o seu valor e ao qual nunca mais foi possível uma substituição. A circulação à volta do mercado tornou-se também incompatível com o crescimento da cidade, o espaço tronou-se inviável e acabou por se render a uma centralização com novas funções no seu lugar. Foi construído, anos mais tarde, um Centro Comercial perto do local antigo, com o nome *Forum Les Halles* e o mercado foi transferido para Rungis, uma localidade 16 quilómetros a sul da capital.

A necessidade de alimentar uma cidade através dos mercados, foi erradicada devido à ascensão das grandes superfícies comerciais. Grandes aglomerados passaram a



fig. 25 _ “O buraco de Les Halles”, 1973

³⁹ Jane Butzner Jacobs, foi uma escritora, jornalista e ativista política canadiana, nascida nos Estados Unidos. Teve como obras mais conhecidas “*The Death and Life of the Great American Cities*”. (1916-2006).

enviar todo o tipo de alimentos pelo mundo, de forma a satisfazer as necessidades das massas. A comida era barata, de fácil acesso, sempre disponível e não dependia das estações do ano para se desenvolver. Marc Augé⁴⁰, no seu livro *“Non-places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity”*, ressalta ainda o quão banal é a experiência do supermercado e descreve a sequência desses eventos penosos, experienciados pelo utilizador, *“O cliente vagueia sem um propósito, em silêncio, pesa frutas e vegetais numa máquina que lhe dá o preço juntamente com o peso; depois, entrega o cartão de crédito a uma mulher, tão silenciosa quanto ele.”*⁴¹.

Pode entender-se então, que os espaços comercias de grande escala trazem pouca qualidade para a vida urbana, os seus interiores são sistemáticos e funcionais sem senso de interação humana, sendo, portanto, considerados como *“não lugares”* que suprimem a continuidade entre lugares, fazendo com que a cidade, em torno destes espaços, careca de autenticidade.

*“Se um lugar pode ser definido como relacionável, histórico e preocupado com a sua identidade, então, um lugar que não possa ser definido como relacionável, histórico e preocupado com a sua identidade, será um não-lugar.”*⁴².

⁴⁰ Antropólogo francês, que se dedica, maioritariamente, a desenvolver estudos sobre a mobilidades e a globalização. Conhecido pelo termo “não-lugares” publicado no seu livro *“Non-places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity”* em 1995.

⁴¹ AUGÉ, Marc. *“Non-places: Introduction to the anthropology of Supermodernity”*. Trad.: John Howe. Verso, Londres, 1995. Pág. 99-100. Trad.: própria. Orig.: *“The customer wanders round in silence, read labels, weighs fruit and vegetables on a machine that gives the price along with the weight; then hands is credit card to a young woman as silent as himself”*.

⁴² *Idem ibidem*. Pág. 77-78. Trad.: própria. Orig.: *“If a place can be defined as relational, historical and concerned with identity, then a space which cannot be defined as relational, or historical and concerned with identity will be a non-place.”*.



fig. 26 _ Mercado de Les Halles. 1874



fig. 27 _ Forum Les Halles. 2016

lisboa, almirante reis e o mercado

"Em cada esquina te vejo

Em cada esquina te vais

Esta é a cidade que tem

Teu nome escrito no cais (...) "⁴³

Desde muito cedo, Lisboa é uma cidade mercantil. Por mais pequeno que fosse o espaço, era encontrada sempre uma forma de utilizá-lo para comércio. Devido à sua grandeza e posição geografia privilegiada, Lisboa sempre ofereceu boas condições para o desenvolvimento do comércio e para se conseguir tornar num centro atrativo superior em relação ao resto das cidades da Europa. Foram muitos os povos que a quiseram ocupar, muitos deles acabando mesmo por se fixar, progredindo e desenvolvendo as suas atividades, deixando, até hoje, os mais variados vestígios da sua ocupação.

A cidade configura-se por volta de 1289, e inicia-se um grande crescimento populacional, que conduziu a novas oportunidades de ofícios e aumento do número de trocas comerciais, maioritariamente ao longo de toda a ribeirinha, junto ao estuário do rio Tejo. Surgem assim, no séc. XVII, as primeiras formas de mercado com o Mercado da Ribeira localizado em frente à Casa dos Bicos e às Portas do Mar. No séc. XIII, inicia-se o primeiro avanço das ações municipais com a construção do primeiro mercado em Lisboa, localizado na antiga Praça do Pelourinho, na zona da Ribeira Velha. O prestígio do porto de Lisboa e a relevância do seu comércio, justificou o seu desenvolvimento ao longo das margens do rio, enquanto a cidade antiga permanecia no cimo da colina, junto ao castelo de São Jorge, cercada por muralhas.

Com o terramoto de 1755, a zona da Ribeira Velha foi destruída e, consequentemente, tanto a cidade como os

mercados pediram uma nova reestruturação. Em 1765, Marquês de Pombal dá início a uma instituição de rede de mercados e com isso, surge o Mercado da Ribeira Nova junto ao Terreiro do Paço, em 1771 e, mais tarde, aquando da sua demolição e em substituição, com o mesmo nome, reaparece, em 1882, na Avenida 24 de Julho, projeto sob a responsabilidade do Engenheiro Frederico Resano Garcia ⁴⁴. Dois incêndios causaram várias reformas no mercado (hoje conhecido como Mercado da Ribeira), que resultou num processo demorado de 30 anos de restauração, marcada pela cúpula que até hoje se mantém, desde 1930, desenhada pelo arquiteto João Piloto.

Cinco mercados podiam ser encontrados na cidade de Lisboa no decorrer do séc. XIX, eram eles o Mercado de Santa Clara, o Mercado da Praça da Figueira (onde atualmente se encontra a Praça da Figueira), o Mercado de São Bento (onde atualmente se encontra a Praça da Constituição de 1976), o Mercado da Ribeira Nova (atualmente conhecido como Mercado da Ribeira) e o Mercado de Belém (demolido em 1940, junto ao Jardim Vasco da Gama).

Com o decorrer dos anos, os mercados e o comércio na cidade de Lisboa, acabaram também por ditar reestruturações na malha urbana da cidade enquanto se dava o seu crescimento, condicionando bairros e espaços públicos, com a introdução de equipamentos cada vez mais capazes e com melhores condições de salubridade e higiene, como é o caso do Mercado de Arroios e o Mercado do Forno do Tijolo, inaugurados em 1942 e 1954, respetivamente, localizados na freguesia de Arroios, próximo de um dos eixos mais importantes da cidade de Lisboa, a Avenida Almirante Reis.



fig. 28 _ Embarcação na frente ribeirinha, Porto de Lisboa. Séc. XIX

⁴³ Manuel Alegre. Balada de Lisboa. Babilónia, 1993.

⁴⁴ Engenheiro, professor de engenharia, político e administrador que se fez notário por ter dirigido os desenhos de expansão da cidade de Lisboa no séc. XIX. Autor das reestruturações feitas à Avenida da Liberdade, Praça do Marquês de Pombal, Avenida 24 de Julho e alguns bairros de Lisboa.

Esquema e localização dos mercados existentes em Lisboa no séc.
XIX e datas de inauguração



— limite / linha de costa
● mercados

- fig. 29 _ Mercado da Ribeira Nova - 1882
- fig. 30 _ Mercado da Praça da Figueira - 1883
- fig. 31 _ Mercado de Belém - 1882
- fig. 32 _ Mercado de São Bento - 1881
- fig. 33 _ Mercado de Santa Clara - 1877



fig. 29



fig. 30

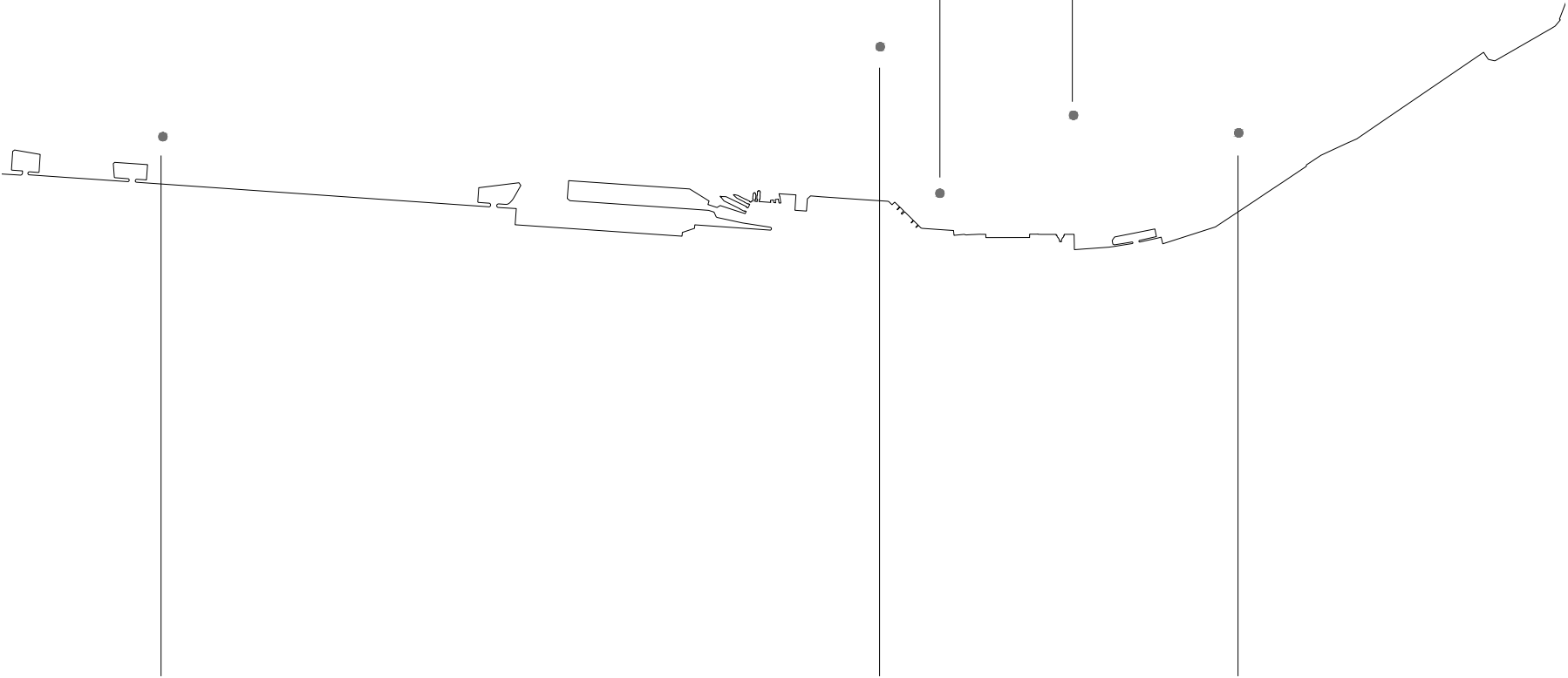


fig. 31



fig. 32



fig. 33

Planta de Lisboa
Escala 1:20 000



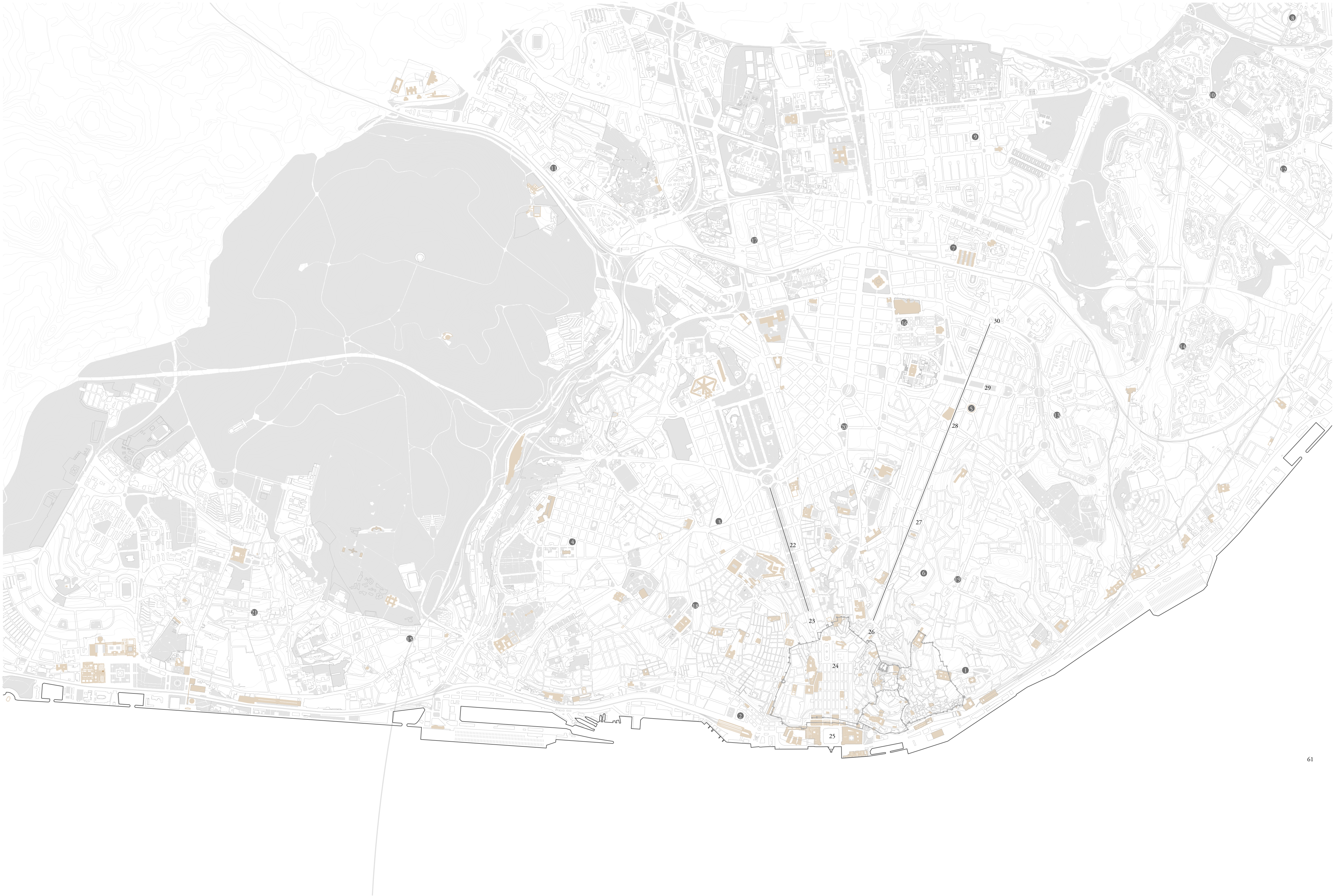
- espaços públicos / verdes
- edifícios importantes / monumentos
- eixos e limites
- mercados municipais

Mercados Municipais e respectivas datas de inauguração:

- mercado de santa clara _ 1877
- mercado da ribeira _ 1882
- mercado do rato _ 1927
- mercado de campo de ourique _ 1934
- mercado de arroios _ 1942
- mercado do forno do tijolo _ 1954
- mercado de alvalade sul / jardim / do levante _ 1958
- mercado da encarnação sul _ 1963
- mercado de alvalade norte _ 1964
- mercado olivais sul (célula B) _ 1967
- mercado de sao domingos de benfica _ 1967
- mercado dos olivais sul (célula E) _ 1968
- mercado da picheteira / alfacinha _ 1972
- mercado da zona J de chelas
- mercado de alcantara / rosa agulhas_ 1987
- mercado do arco do cego _ 1989
- mercado do bairro santos _ 1989
- mercado de são bento _ 1992
- mercado de sapadores _ 1994
- mercado 31 janeiro _ 1996
- mercado da ajuda / boa-hora _ 2006

Eixos e envolvente:

- avenida da liberdade
- praça dos restauradores
- baixa pombalina
- praça do comércio
- praça do martim moniz
- avenida almirante reis
- praça do chile
- fonte luminosa
- praça francisco sá carneiro



*“O nosso tempo é a grande artéria Almirante Reis que sucedeu na designação, como tenho dito, à Avenida D. Amélia; tem 40 anos incompletos. É uma linha urbana de primeira categoria, sem história, que começou a rasgar-se timidamente no final do século passado. Obedeceu a um plano, e por esta circunstância oferece o esplendoroso aspecto citadino que se lhe nota. Assim fôsse sempre Lisboa.”*⁴⁵

Com uma malha reticulada ortogonal e delineada por grandes praças e largas avenidas, a cidade de Lisboa expandiu e favoreceu o crescimento para norte. O início desse processo é desencadeado pela abertura do eixo da Avenida da Liberdade e do eixo da Avenida Almirante Reis (Avenida Rainha D. Amélia) na continuação da Rua da Palma, alinhadas com os dois principais vales de Lisboa. Ainda que bastante idênticos, estes dois eixos apresentavam configurações, evoluções e propósitos distintos.

Este último eixo, embora com uma ocupação mais pobre e descaracterizada, tem na sua génese 3 quilómetros de comprimento e era um percurso utilizado para abastecimento de mercadoria, pois era servido por vários pontos de transportes públicos nas suas imediações, Rua da Palma, Desterro e Socorro. Era também nele, vale entre as duas colinas, que se fazia a maior produção agrícola da zona, o que resultou na necessidade de construir novas ruas de forma a fazer chegar os produtos a todo o lado com maior facilidade. O resultado desse processo, foi o arruamento da Rua do Benfornoso, Rua dos Anjos, Rua da Direita dos Anjos e a Rua de Arroios.

“Não podendo competir com a outra linha de extensão do centro para norte, a Avenida Almirante Reis especializou-se nalgumas funções que necessitam de grande acessibilidade, mas que não comportam rendas muito elevadas. Assim se

*instalaram aí pequenos escritórios de empresas, comércio de retalho e comércio grosista. Este último representa a subida para norte das actividades deste tipo (por vezes as mesmas empresas), que se localizavam na parte oriental da Baixa. O comércio a retalho é muito variado (...). Contudo, verificou-se uma especialização de um certo tipo de comércio: mobiliário e electrodomésticos. (...). A Avenida Almirante Reis, o único ribbon funcional de Lisboa, (...). A sua escala permite usufruir das qualidades de grande eixo de comunicação e, simultaneamente, das de rua.”*⁴⁶

A concentração de comércio na Avenida Almirante Reis, é fortemente marcada pela sua posição geografia e pela sua génese anteriormente referida. Apresenta-se como um grande eixo de intercomunicação à escala urbana, bem como um estímulo social e comercial à escala humana, da rua. O comércio possui um leque multicultural desenvolvido ao longo dos anos, de forma progressiva e lógica, onde a antiga ligação entre a consolidada cidade, desde a zona centro comercial da Baixa, a zona oriental da Mouraria, costa do Castelo e Alfama, à zona norte rural (grande fonte de abastecimento de produtos agrícolas), foi a principal causa do rumo desse crescimento.

Segundo Jorge Gaspar⁴⁷ e Teresa Barata Salgueiro⁴⁸, durante os anos 80, pequenos escritórios bem como lojas de mobiliário e eletrodomésticos, foram-se instalando pela avenida, pela sua acessibilidade, proximidade do centro e rendas baixas. O comércio grossita deveu-se à expansão dessas atividades que se localizavam na “Baixa pobre”, isto é, na Rua dos Franqueiros e na Rua da Madalena, para Norte. Este processo, no início de 1950, exigiu que novas renovações fossem feitas e, de forma a promover as atividades comerciais, eram feitos pórticos e galerias com um recuo no piso térreo. Esta prática que terminou 20



fig. 34



fig. 35



fig. 36

⁴⁵ ARAÚJO, Norberto de. *“Peregrinações em Lisboa”*, Vol. IV. Lisboa, Vega, 1993. pág. 73.

⁴⁶ GASPAR, Jorge. *“Dinâmica Funcional do Centro de Lisboa”*, Vol. 11. Finisterra, Lisboa, 2012. Pág. 55-56.

⁴⁷ José Manuel Barbosa Gaspar, geógrafo e professor catedrático português nas Universidades de Lisboa e Barcelona, foi aluno de Orlando Ribeiro com formação em Geografia Humana, sendo atualmente autor de várias obras e artigos relacionados com o tema.

⁴⁸ Professora catedrática portuguesa na Universidade de Lisboa, e investigadora em Geografia Humana.

fig. 34 _ Edifício com galerias e recuo representados no piso térreo. Avenida Almirante Reis, 1962.

fig. 35 _ *Idem ibidem*

fig. 36 _ *Idem ibidem*

anos depois, configurou a avenida dando-lhe um carácter indefinido entre publico e privado, e que resultou na des-fragmentação e descontinuidade do comércio.

Bairros característicos e com identidades distintas, são atravessados por este eixo, resultando também numa fragmentação da malha urbana. A fração sul é caracterizada por uma vida dinâmica e cheia de atividade, com uma formação de bairros e praças com influências mouras, enquanto a fração norte é ocupada por um desenho mais linear e articulador, construídos no séc. XIX destinado à classe média. O eixo da avenida, concentra comércio e comerciantes de várias origens, tal como antigamente Lisboa tinha, e nos últimos anos, só tem crescendo cada vez mais, resultando numa ampla oferta comercial de mercadoria de diversas origens geográficas.

Atualmente contem apenas fragmentos arquitetónicos de uma memória de tempos passados, perdidos da sua génese e um leque comercial multicultural e variado. É nessa ótica que o comércio é analisado e é foco de estudo para este trabalho que olha para o equipamento de mercado e para as práticas sociais nele criadas como uma estratégia de dinamização e melhoramento do espaço publico e da vida social.

Os bairros de Lisboa, apesar de serem muito antigos, não possuem uma identidade própria, mas sim, uma identidade que se vai formando ao longo do tempo, através da mistura de diferentes culturas e nacionalidades. A cidade de Lisboa é uma cidade muito diversa, com uma grande variedade de bairros e de pessoas. A diversidade é uma das características mais importantes da cidade de Lisboa, e é esta diversidade que torna a cidade tão interessante e única.



Planta da Avenida Almirante Reis
Escala 1.11 000

- ⌚
- espaços comerciais
- - - linha de água

JARDINS

- j1 _ jardim da alameda
- j2 _ jardim constantino
- j3 _ jardim antonio feijó
- j4 _ campo dos martires da patria
- j5 _ jardim castelo de s.sao jorge

MERCADOS

- m1 _ mercado de arroios
- m2 _ mercado do forno do tijolo
- m3 _ mercado do martim moniz

EDIFÍCIOS NOTÁVEIS

- n1 _ convento da praça do chile
- n2 _ igreja da nossa senhora da penha de frança
- n3 _ paroquia da nossa senhora dos anjos
- n4 _ convento do desterro
- n5 _ escola basica municipal
- n6 _ faculdade de ciencias medicas de lisboa
- n7 _ hospital de sao jose
- n8 _ convento da graça
- n9 _ castelo de sao jorge

PRAÇAS

- p1 _ praça francisco sá carneiro
- p2 _ praça joão do rio
- p3 _ praça do chile
- p4 _ largo do intendente
- p5 _ praça do martim moniz



mercado como estratégia

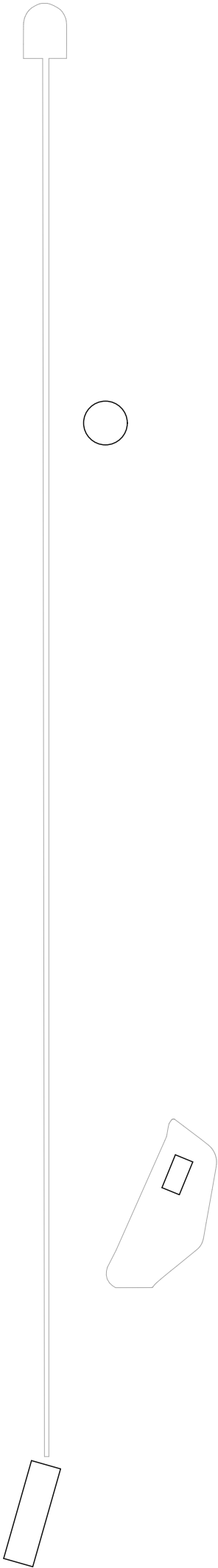
Esta reflexão teve como princípio aprofundar o conceito de mercado, o seu lugar na cidade, a capacidade de requalificar os espaços públicos e gerar sistemas sociais mais activos. É nesse sentido que, e depois de uma análise territorial caracterizada pelo sistema da Avenida Almirante Reis, surge a necessidade de trazer de volta as actividades primárias, como resposta problemática à descaracterização urbana e desintegração social presente.

A proposta de intervenção, expõe a cidade de Lisboa e a Avenida Almirante Reis como foco principal e, por se tratar de um local com uma multiculturalidade vincada e processos de evolução histórica distintos, ditou a abordagem destes espaços no tecido urbano e na sua concepção.

Uma vez que os mercados, em termos de necessidades, requerem espaços territoriais maiores, e a consolidação deste território é um factor determinante, esta proposta tem como princípio a reinterpretação do mercado enquanto espaço social e de que forma estes espaços se podem e devem comunicar com a envolvente. Pretende-se, ao mesmo tempo, manter o carácter de bairro e trazer as memórias e ideologias presentes nos espaços de troca ancestrais, no sentido da sua forma mais livre de ser, adaptando-se às novas realidades.

A proposta pretende requalificar os espaços de mercados existentes no lugar e sistema que compõe a Avenida Almirante Reis, enquanto espaços públicos, espaços sociais, unidade urbana e tipologia, bem como a bagagem sociocultural das três freguesias que abrangem. São analisados o Mercado de Arroios, o Mercado do Forno do Tijolo e o Mercado do Martim Moniz, sendo o Mercado do Forno do Tijolo foco para um desenvolvimento mais aprofundado para este trabalho.

O carácter destes lugares está em constante mudança e desenvolvimento, e a intenção de propor um novo elemento no tecido urbano já consolidado, requer um cuidado na sua contextualização, fazendo-o pertencer ao organismo, sem perder as memórias históricas inerentes à sua configuração inicial.





O sistema que integra os três mercados ao longo da Avenida Almirante Reis, vem propor uma nova forma de habitar o espaço público, através da reabilitação e reinserção do equipamento de mercado, bem como a introdução de um novo espaço que permita estimular actividades social, culturais e económicas. Desse modo, é feita uma análise da génese de cada mercado pertencente ao sistema, da forma como se inserem no tecido urbano, do tipo de espaço público que oferecem e da sua tipologia, para compreender a importância que cada um deles tem, que tipo de intervenções são feitas e de que forma esses espaços podem melhorar e a reavivar estas memórias.

mercado de arroios

*"As carroças que então entravam na cidade, estacionavam por ali, aguardando a hora da abertura das portas e, ao alvorecer, os condutores desses transportes de hortalíça, em que predominava o nabo, entravam na loja e tomavam uma caneca de café, de dois decilitros e meio, por dez réis, um quarto de pão simples por igual quantia, acrescida de vinte réis, se levava manteiga, e um cálice de aguardente por dez réis. À luz ténue do gás, o homem sadio do campo ingeria aqui o seu primeiro alimento, entremeados de conversas da maior simplicidade."*⁴⁹

A cidade de Lisboa era antes delimitada, num dos seus lados, pela zona de Arroios. Segundo alguns autores, o nome Arroios tem a sua génese nas características do local, por ser uma zona percorrida por ribeiros que alimentavam hortas e quintas, ou ainda, segundo Vilhena Barbosa, pelas ervas que existiam no local com o nome arroyos. Situada num vale com ribeiros a desaguar no rio Tejo e caracterizada pela abundância de terrenos férteis, era um lugar cultivável e por consequente, bastante procurado. Toda a actividade era feita através das suas artérias principais que funcionavam como portas de entrada e saída da cidade, a estrada da Charneca e a estrada de Sacavém, hoje, rua Carlos José Barreiros e rua Quirino da Fonseca, respectivamente. A norte da Praça do Chile, encontravam-se hortas, locais de descanso e paragem entre percursos, procurados pela população mais boémia e citadina.

Até ao final dos anos 90, Arroios era então um subúrbio pouco urbanizado. Com a abertura da Avenida Rainha D. Amélia, actual Avenida Almirante Reis, deu-se um passo importante para a urbanização desta zona, uma vez que o eixo ligava o centro da cidade com a periferia. Com a construção de novas bairros ao longo deste eixo, veio também a afluência e necessidade de abastecimento, prin-

cipalmente na área alimentar, higiene e limpeza.

O mercado de Arroios foi inaugurado em 1942, projectado pelo arquitecto Luís Benavente, no Bairro dos Actores, tendo ganho o mesmo nome do bairro onde se inseria, entre a Alameda D. Afonso Henriques e a Praça do Chile. Era um mercado retalhista que vinha substituir uma fonte de abastecimento em desuso e com falta de higiene que havia por perto, o Mercado do Poço dos Mouros, inaugurado 15 anos antes. Desde cedo, modificou a forma de vender produtos e o modo de vida daqueles que o frequentavam, com a introdução de novas regras e ordenamento de pontos de troca.

Em betão armado e com um acabamento em mármore, o mercado tem uma planta poligonal, dividido em dois pisos, e ocupa quase quatro mil metros quadrados, implantado na Rua Ângela Pinto. Existem quatro entradas no seguimento das rua que as confrontam, Rua Lucinda Simões, Rua Actor José Ricardo, Rua Ferreira da Silva e Rua Eduardo Brasão. Tem uma capacidade para cerca de 31 lojas viradas para a rua ao seu redor e 300 pontos de venda e respectivos produtos.

A disposição das lojas, foram projectadas e organizadas de forma a que, a venda de produtos distintos, fossem feitas em sectores independentes. Não só os dois pisos diferenciavam a importância das instalações nele inseridos, bem como no piso de lojas, estas eram dispostas consoante a sua importância ou tipo de produto que vendiam. No piso inferior encontravam-se as instalações sanitárias, módulos para a preparação, embalagem e arrecadação dos produtos, vestiários e balneários, no fundo, tudo aquilo que era reservado para uso próprio dos comerciantes e funcionamento do mercado. O piso superior era desti-

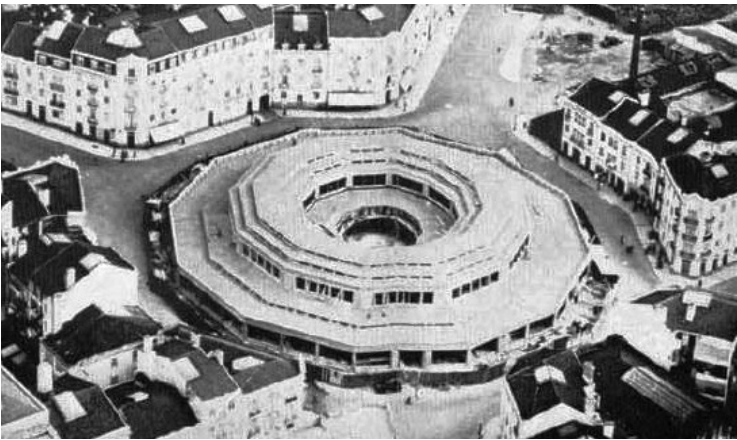


fig. 37 _ Mercado de Arroios, 1942



fig. 38 _ Mercado de Arroios, 1946

⁴⁹ ANACLETO, Pedro Garcia. *"A Freguesia de S. Jorge de Arroios"*. Lisboa: Revista Municipal, 1960. pág. 32.

nado à venda dos produtos. O modulo central, na altura ainda sem cobertura, estava destinado à venda de produtos para floricultura, e as restantes lojas ao seu redor, com produtos alimentares.

O desenho que ocupa, é entendido como um espaço bastante consolidado e, por consequente, considera-se que não serão feitas alterações no desenho. Tem no entanto, a nível da sua qualidade enquanto espaço publico, algumas deficiências que serão analisadas. Diferente dos outros dois mercados que servem a Avenida Almirante Reis e que mais à frente serão analisados, este mercado assume-se como uma praça coberta, cuja acessibilidade e permeabilidade na planta do piso térreo, lhe confere um carácter informal, ordenado e visualmente completo, e onde quase não existem, no seu interior, barreiras ao contacto visual em todo o seu redor. O desenho do espaço público que ocupa, permite que hajam acessos directos e ruas que sugere ser uma extensão do desenho, ainda que se apresente como um espaço central na circulação automóvel e poucos lugares de estacionamento, o que acaba por causar congestionamento e desconforto. Tem também um horário limitado e não apresenta alternativas ao consumo exclusivo de mercado, o que faz com que, quando o mercado encerra, não seja um lugar de permanência.

Tal como o Mercado de Alvalade e o Mercado do Bom Sucesso, o Mercado de Arroios foi um protejo que desencadeou o inicio de um movimento de mercados modernos em Portugal, que visava, através do desenho urbano que o circundava, uma organização em planta que o fazia convergir no centro. Anos depois, em 2003 e 2015, houve necessidade de reformas, reabilitação e reestruturação, pelas mais variadas razões, entre elas, a degradação dos materiais e má conservação e manutenção das instalações.

Destas, a mais importante deveu-se à aplicação do betão armado, com as mais variadas possibilidades de aproveitamento, que permitiu áreas mais amplas, fluidas e vãos maiores. Actualmente o mercado serve as necessidades dos moradores, maioritariamente idosos, como mercado misto.

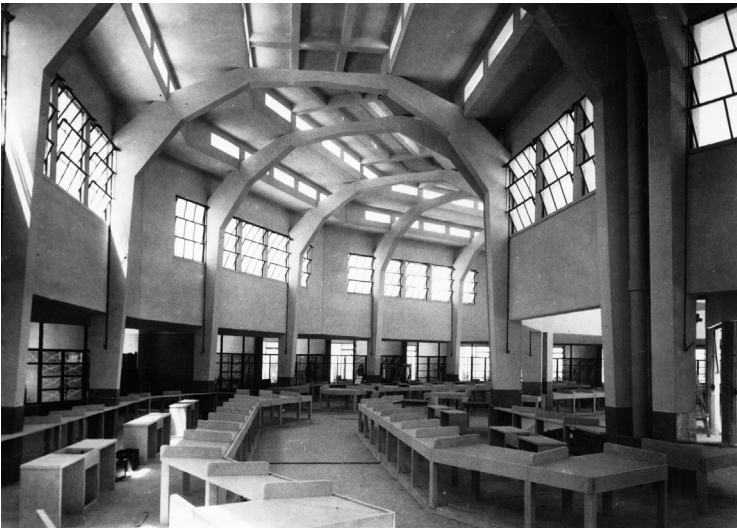


fig. 39 _ Interior do Mercado de Arroios, 1942.

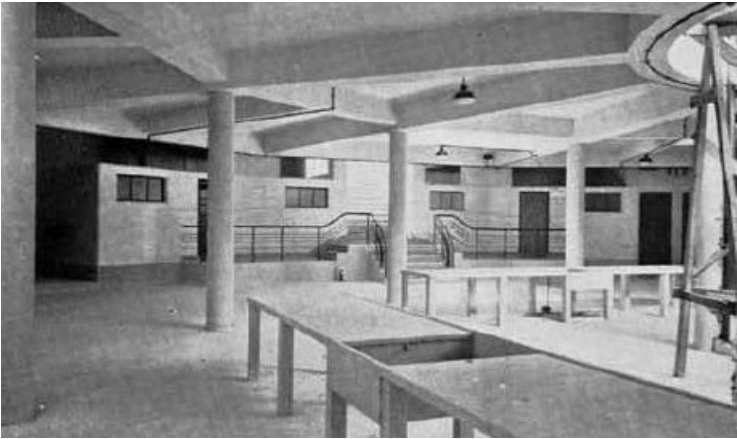
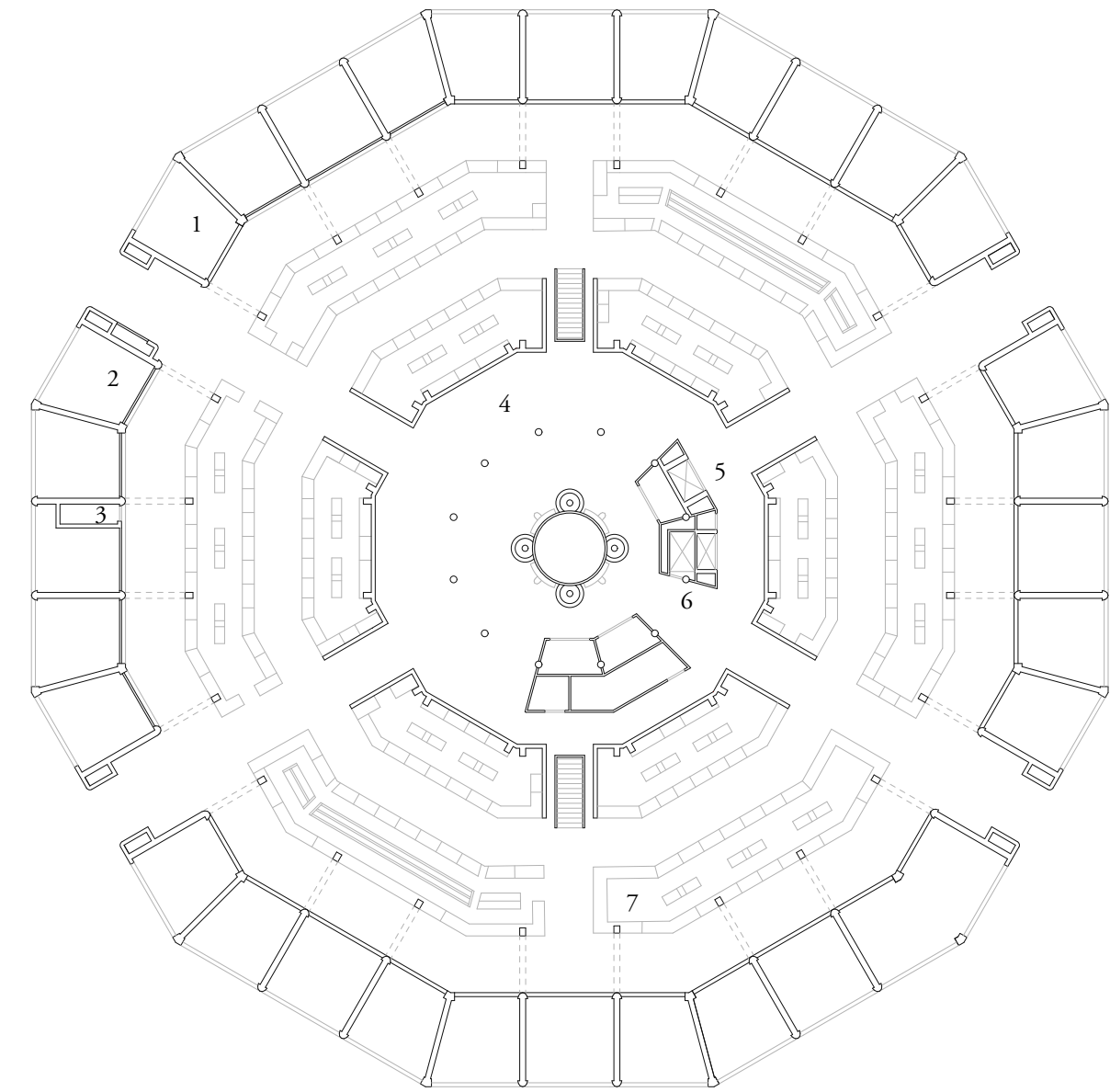
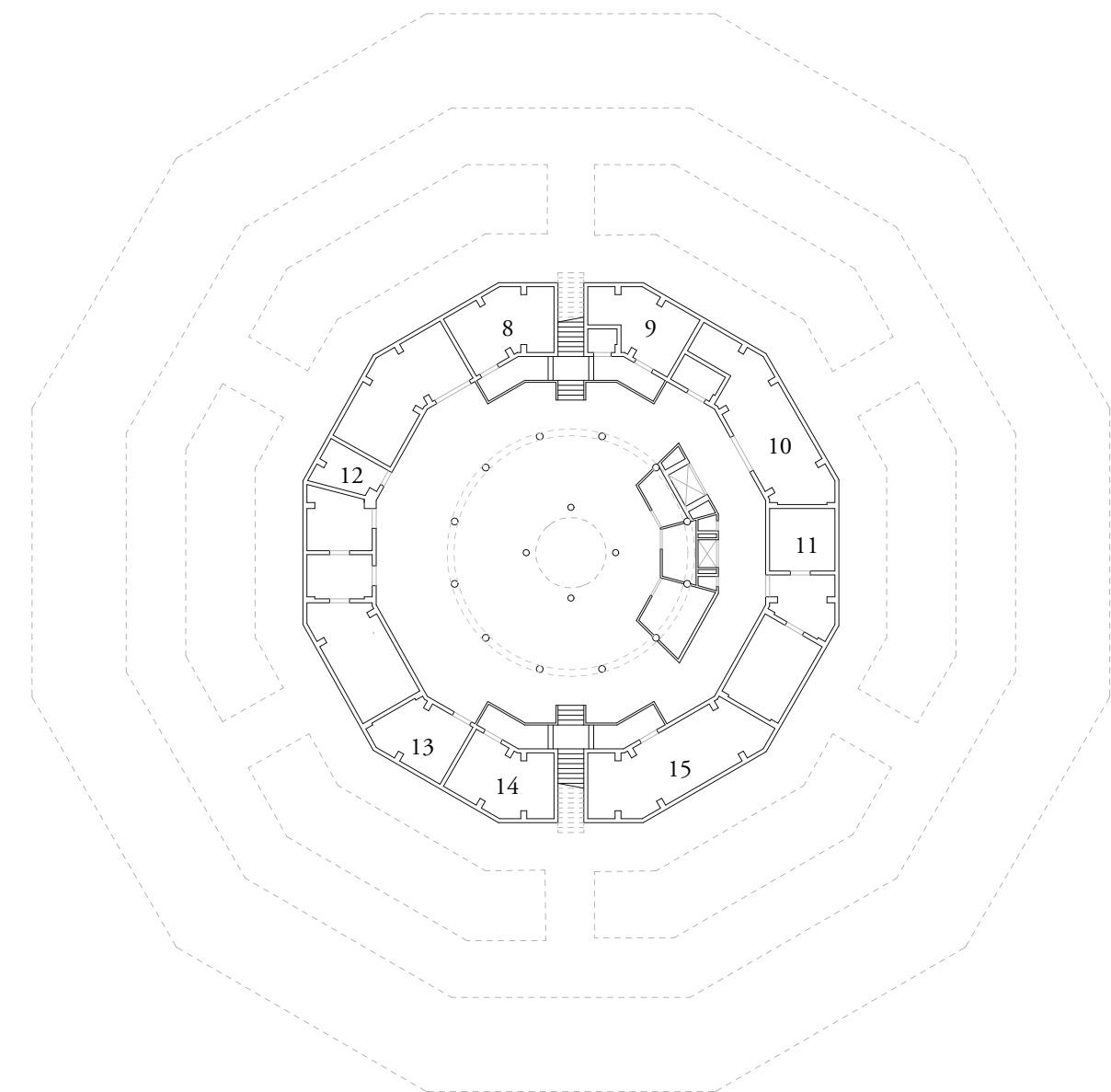


fig. 40 _ Interior do Mercado de Arroios, 1942.



- Planta do Mercado de Arroios
 Piso 0 e Piso -1
 Escala 1.350
 ①
- 1 _ módulo de lojas do mercado
 - 2 _ zona de lixos
 - 3 _ quadros de electricidade
 - 4 _ pátio central
 - 5 _ monta cargas
 - 6 _ arrecadações / máquina do gelo
 - 7 _ módulos de bancas de mercado
 - 8 _ instalações sanitárias
 - 9 _ instalações sanitárias
 - 10 _ arrecadação
 - 11 _ cacifos
 - 12 _ casa das máquinas
 - 13 _ arrecadação de caixas
 - 14 _ vestiário dos funcionários
 - 15 _ vestiários dos comerciantes



mercado do martim moniz

Como parte integrante de um dos mais importantes eixos da cidade, a praça do Martim Moniz é onde a Avenida Almirante Reis tem o seu início. Depois da conquista de Lisboa aos Mouros, a Mouraria sofreu várias transformações culturais, sociais e espaciais, dando origem à construção da praça em 1170. Nos anos seguintes, a Mouraria tornou-se o local de permanência da população muçulmana e cristã, centralizando no local, as relações comerciais estabelecidas entre estas duas comunidades. Por via desta centralização, o espaço envolvente à praça aumentou substancialmente o número de residentes, tornando-se num local com cada vez mais comunidades distintas, aumentando o cariz social.

Com o rápido crescimento da cidade para norte, a Mouraria alvo de uma reestruturação tanto a nível estrutural bem como nas condições habitacionais, uma vez que continuava a crescer em tamanho e notoriedade. Ainda que a cidade de Lisboa tenha começado a desenvolver novos conceitos de organização social, a Mouraria, devido ao seu carácter multi cultural, não fez parte desta renovação, tornando-se objecto de estudo e intervenção até aos dias de hoje. A praça do Martim Moniz é então resultado desse processo de renovação, onde diversas demolições aleatórias, como a Igreja do Socorro e o Palácio do Marquês do Alegrete, deram origem ao espaço actual.

Durante o século XX, a praça, sem uma utilização formal, serviu propósitos considerados pouco nobres, como apenas para circulação automóvel ou local de estacionamento do Mercado da Praça da Alegria. Devido à falta de um plano consistente de requalificação do espaço, arquitectos como João Guilherme Faria da Costa, George Meyer Heine e Filipe Lopes, tentaram de alguma forma trazer um propósito a este espaço público. Destaca-se ainda assim, a

construção do Hotel Mundial, inaugurado em 1958 e os dois centros comerciais que ladeiam a praça, já na década de 1980. A requalificação da praça só ocorre em 1997 e mais tarde, considerado ainda como um espaço inseguro e marginalizado, outro projecto surgiu com o nome “Mercado de Fusão”, de forma a dinamizar a praça, e que constituía em vários espaços com produtos de culinária e alusivos à cultura das várias nacionalidades presentes nas freguesias envolventes.

Denominado como o prolongamento menos nobre da cidade, o percurso da Mouraria ao Intendente, nos últimos 30 anos desenvolveu um forte crescimento multi cultural, quer a relativamente à população local quer à diversificação do comércio, acabando assim por caracterizar e habitar vigorosamente a avenida.



fig. 41 _ Praça do Martim Moniz, 1976



fig. 42 _ Praça do Martim Moniz, 1976

A praça do Martim Moniz integra este sistema de mercados com a intenção de materializar o contexto sócio-cultural, num *bazaar* multi cultural, mantendo a vertente de espaço publico e sociável da antiga praça, e a ideia de permeabilidade do antigo “Mercado de Fusão”. Pretende ao mesmo tempo, concentrar a cultura envolvente num único local e simultaneamente, fazer-se destoar da realidade, da sua envolvente e do ambiente ali vivido. É feita uma operação de definição de limites, isolando e exponenciando a praça como espaço publico, conceptualmente como um oásis no meio da cidade, dando a oportunidade aos seus utilizadores de experienciarem uma fuga efémera da cidade agitada, integrando uma nova forma de habitar o espaço.

O mercado assume-se como uma peça parcialmente suspensa na continuidade da Avenida Almirante Reis, que espelha os limites da praça sob a forma de um anel, deixando como único contacto visual do interior para o exterior do *bazaar*, a colina, o Castelo e tudo o que se encontra a uma cota superior, diminuindo a agitação e o ruído da cidade ao nível do olhar.

A configuração no interior do *bazaar* é caracterizada pela cobertura inclinada e pela introdução de colunas que tanto suportam a cobertura, como permitem que haja três espaços distintos. Espaço publico, um lugar sem cobertura e com carácter de praça, espaço de transição, um lugar coberto mas ainda aberto à praça, e espaço privado, coberto e podendo ser fechado do resto do programa. O acesso ao *bazaar* através da praça do Martim Moniz, é feito por umas escadas que rasgam a plataforma do *bazaar*, conferindo um eixo de continuidade entre praça, *bazaar* e Avenida Almirante Reis. O *bazaar* pretende ainda assumir-se como uma peça através da qual se pode atravessar trans-

versal e longitudinalmente, não só ao nível da praça mas também no nível inferior. A ideia passa pela criação de ligações ao metro e, consequentemente, ao piso inferior do Centro Comercial da Mouraria, dando continuidade ao carácter comercial nesta génese espacial, fazendo com que haja permeabilidade quase na sua totalidade.

O *bazaar* pretende promover uma dinamização multi cultural, qualificando o espaço publico envolvente, de forma ordenada e arquitectónica, dando uma utilização contemporânea, e tenta a sua integração neste sistema de mercados ao longo desta avenida, de modo a revitalizá-la espacial e socialmente.

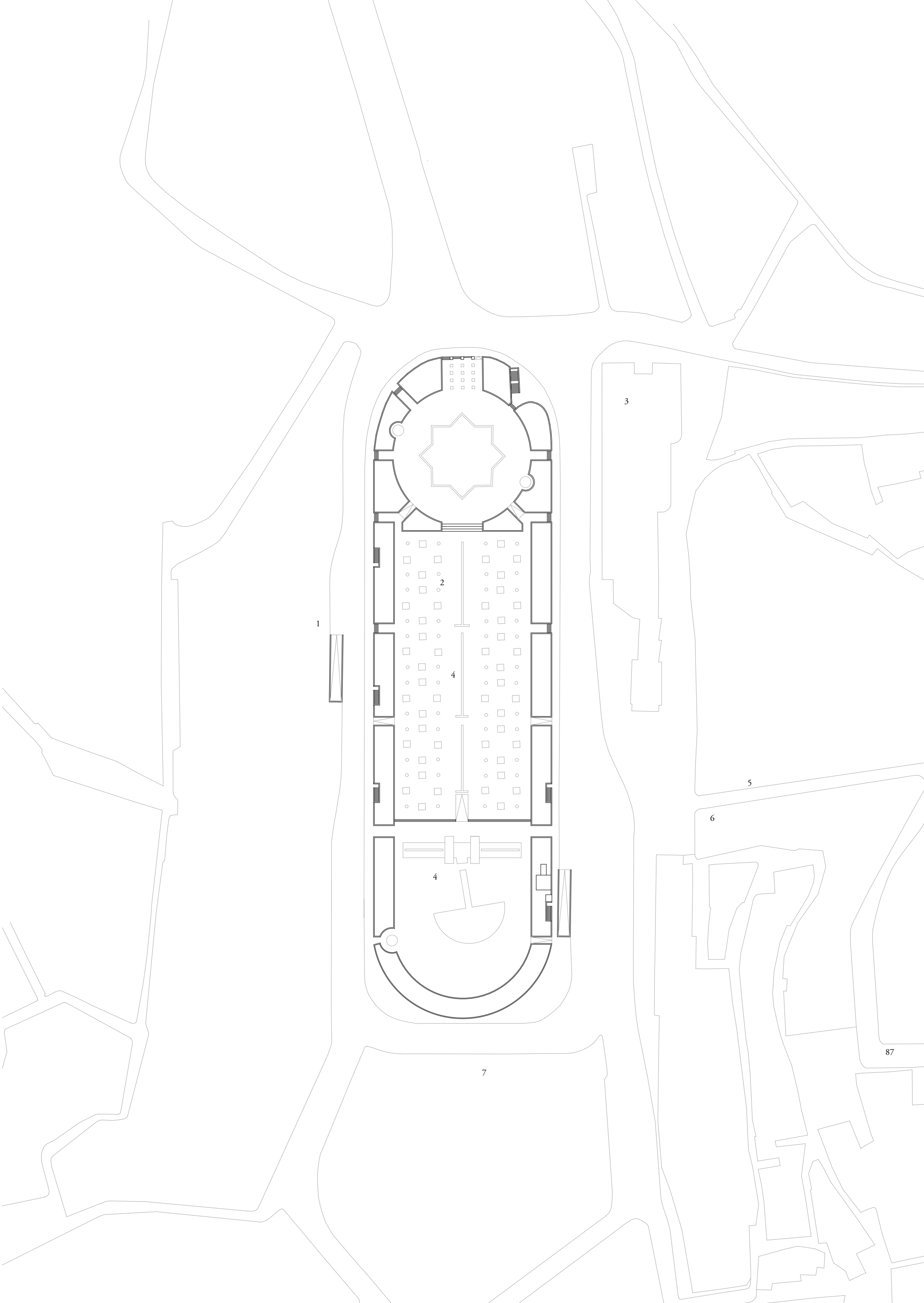


fig. 43 _ Praça do Martim Moniz, 2006.



fig. 44 _ Mercado de Fusão do Martim Moniz, 2017

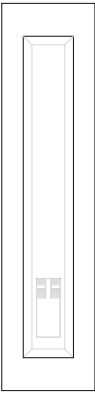
Planta do Mercado do Martim Moniz, 2018
Escala 1.1000
⌚
1 _ entrada / saída do metro
2 _ postos de venda / mercado de fusão
3 _ centro comercial da Mouraria
4 _ praça que integra exposições, concertos e workshops
5 _ escadinhas da saúde
6 _ cinema salão lisboa
7 _ hotel mundial



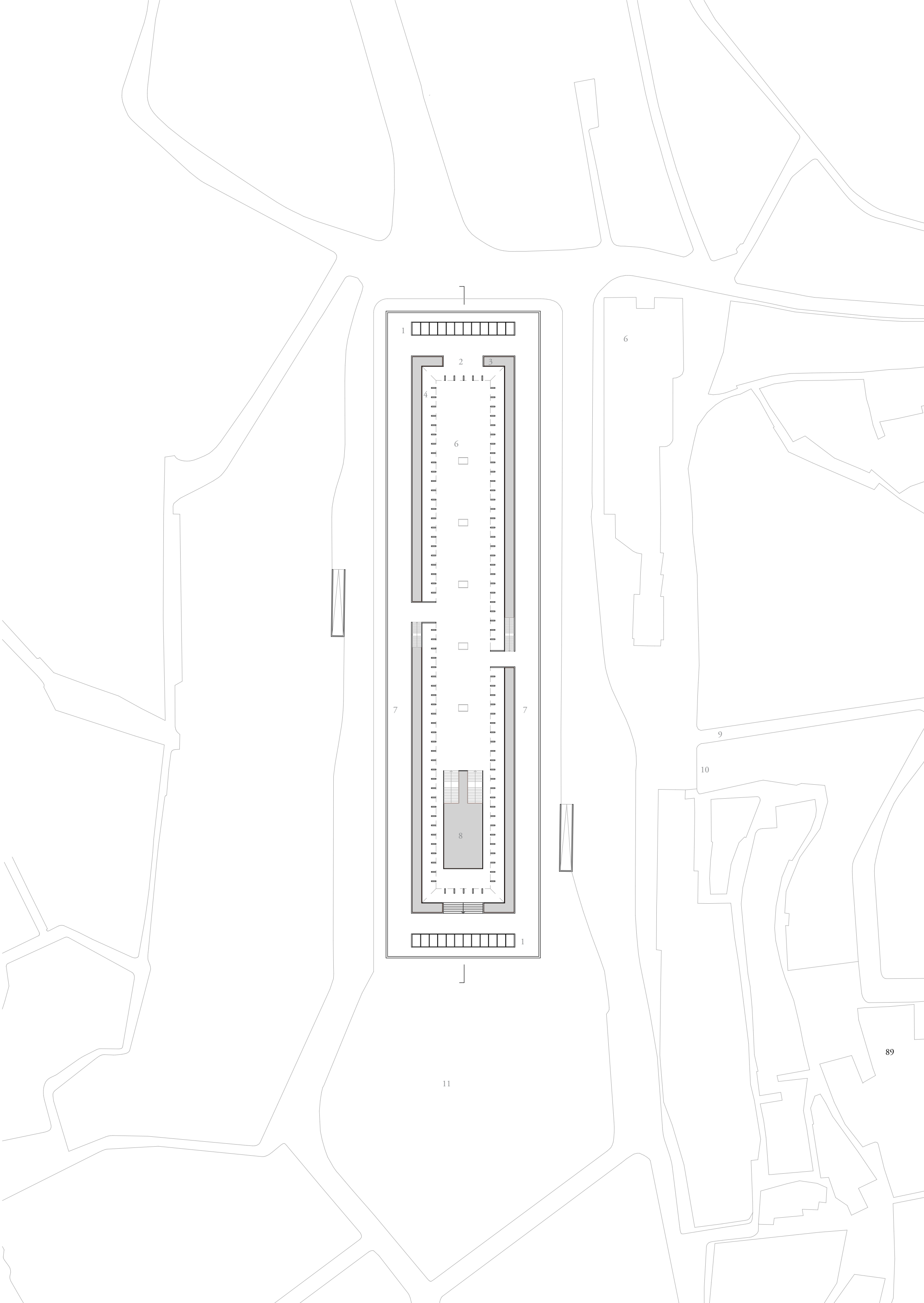
Esquema cobertura, *Bazaar* do Martim Moniz

Planta do *Bazaar* do Martim Moniz, conceit

Escala 1.1000



- 1 _ bazaar interior
- 2 _ circulação
- 3 _ vão
- 4 _ centro comercial da Mouraria
- 5 _ bazaar interior/exterior
- 6 _ praça do bazaar
- 7 _ bazaar coberto / circulação
- 8 _ acesso ao bazaar pela praça do martim moniz
- 9 _ escadinhas da saúde
- 10 _ cinema salão lisboa
- 11 _ hotel mundial



mercado do forno do tijolo

De forma a poder compreender a génese do Mercado do Forno do Tijolo no sistema da Avenida Almirante Reis, é necessário recuar no tempo, quando Lisboa, nos séc. XIV e XV, era ocupada significativamente por mouros e judeus e que permitiu, através das suas influências e costumes, conhecer a história e formação deste tecido urbano.

Onde hoje se encontra o mercado e um pouco mais a sul o Largo das Olarias, existiam, em tempos, indústrias que fabricavam peças de barro e tijolos para construção, dado à natureza argilosa do terreno. Os nomes, Forno do Tijolo e Olarias, têm a sua génese, naturalmente, no fabrico ali existentes.

Na época, mouros e judeus era obrigados a viver em bairros separados. Os mouros ocupavam as mourarias, áreas destinadas a muçulmanos, que se situam, nos dias de hoje, no bairro com o mesmo nome, e os judeus ocupavam as judiarias, local hoje extinto, consequência do terramoto de 1755. Os cemitérios de cada comunidade, encontravam-se longe do centro do bairro e também tinham localizações separadas. Depois do terramoto de 1755, houve uma grande necessidade de produção de tijolo, uma vez que era o material mais usado nas obras de reconstrução, o que obrigou aos fornos de tijolo a trabalhar num ritmo intenso e aproveitar toda e qualquer parte argilosa do terreno. Uma vez que as fábricas de produção se encontravam muito perto do local onde antes eram os cemitérios mouros e judeus (na Rua do Benfornoso, Largo do Intendente e Largo das Olarias), isso justificou o aparecimento de ossos humanos no barro, para o fabrico das peças de tijolo, e daí desencadeou a utilização da expressão popular *“já está a fazer tijolo”*, quando alguém morria e era sepultado.

Todos estes acontecimentos históricos, servem como base para ressaltar a importância das fábricas de tijolo bem como a génese da unidade urbana onde hoje se insere o Mercado do Forno do Tijolo. Inaugurado em 1956 e projectado pelo arquitecto Eduardo dos Reis, o mercado existe hoje, na Rua da Maria da Fonte, no Bairro dos Anjos, em substituição ao mercado provisório de Heliodoro Salgado. Aquando da sua inauguração, dispunha de uma infraestrutura de grandes dimensões para a época, e era constituído por 18 lojas e cerca de 370 lugares para venda, além das restantes instalações básicas de mercado.



fig. 45 _ Local onde seria, anos mais tarde, o Mercado do Forno do Tijolo, 1947



fig. 46 _ Mercado do Forno do Tijolo, 1956



fig. 47 _ Entrada do Mercado do Forno do Tijolo, 1956



fig. 48 _ Pormenor da cobertura do núcleo central do Mercado do Forno do Tijolo, 1956



fig. 49 _ Interior do núcleo central do Mercado do Forno do Tijolo, 1955



fig. 50 _ Dia da inauguração do Mercado do Forno do Tijolo, 1956

Com o passar do tempo, e devido à escassez da procura pela função tradicional de mercado, este espaço foi perdendo a sua génese e adaptou-se à evolução do tempo tornando-se num mercado multifunções e alvo de uma profunda requalificação.

As bancas do núcleo central do mercado desapareceram para voltarem a aparecer em formato de loja, no seu perímetro, voltadas para o exterior, em espaços renovados, com maior entradas de luz e maior acessibilidade. Nessas lojas, pode-se agora encontrar produtos como peixe fresco, legumes, fruta, carne, roupa, flores, artigos de jardinagem e, onde antes era a centralidade do mercado, agora é um mini mercado e um mercado de culturas, um espaço destinado a conferencias, palestras, workshops e todo o tipo de actividades culturais.

No complexo de mercado, foi também introduzido uma estação de correios, a junta de freguesia, uma biblioteca, o *Fab-Lab*, entre outros. O *Fab-Lab* consiste num espaço destinado a encorajar a comunidade local, maioritariamente jovem, a pôr em prática ideias, passando por todas as fases de concepção de um projecto ou pequenos negócios.

O mercado insere-se no logradouro de um quarteirão e ocupa a maior parte deste espaço. Transversalmente, confere uma permeabilidade à unidade urbana, uma vez que lhe é permitido ser atravessado, devido a dois pontos de acessos que se encontram a uma diferença de cotas distintas. Um dos acessos é a entrada principal do mercado, na Rua Maria da Fonte e o outro, uma entrada secundária na Rua Damasceno Monteiro, caracterizada por uma escadaria revestida por painéis de azulejos alusivos às praticas comerciais na época.

Actualmente, este espaço exterior encontra-se bastante degradado e sem qualquer tipo de qualidade como espaço público, e com uma elevada presença de automóveis, impedindo que as pessoas façam dele, um espaço de permanecia e lazer.



fig. 51 _ Entrada do Mercado do Forno do Tijolo / Complexo de Arroios



fig. 52 _ Interior do complexo com vista para o núcleo central



fig. 53 _ Interior do núcleo central, Mercado do Forno do Tijolo, 2013



fig. 54 _ Interior do núcleo central, Mercado de Culturas, 2019



fig. 55 _ FAB-LAB, inserido no complexo do Mercado do Forno do Tijolo, 2018

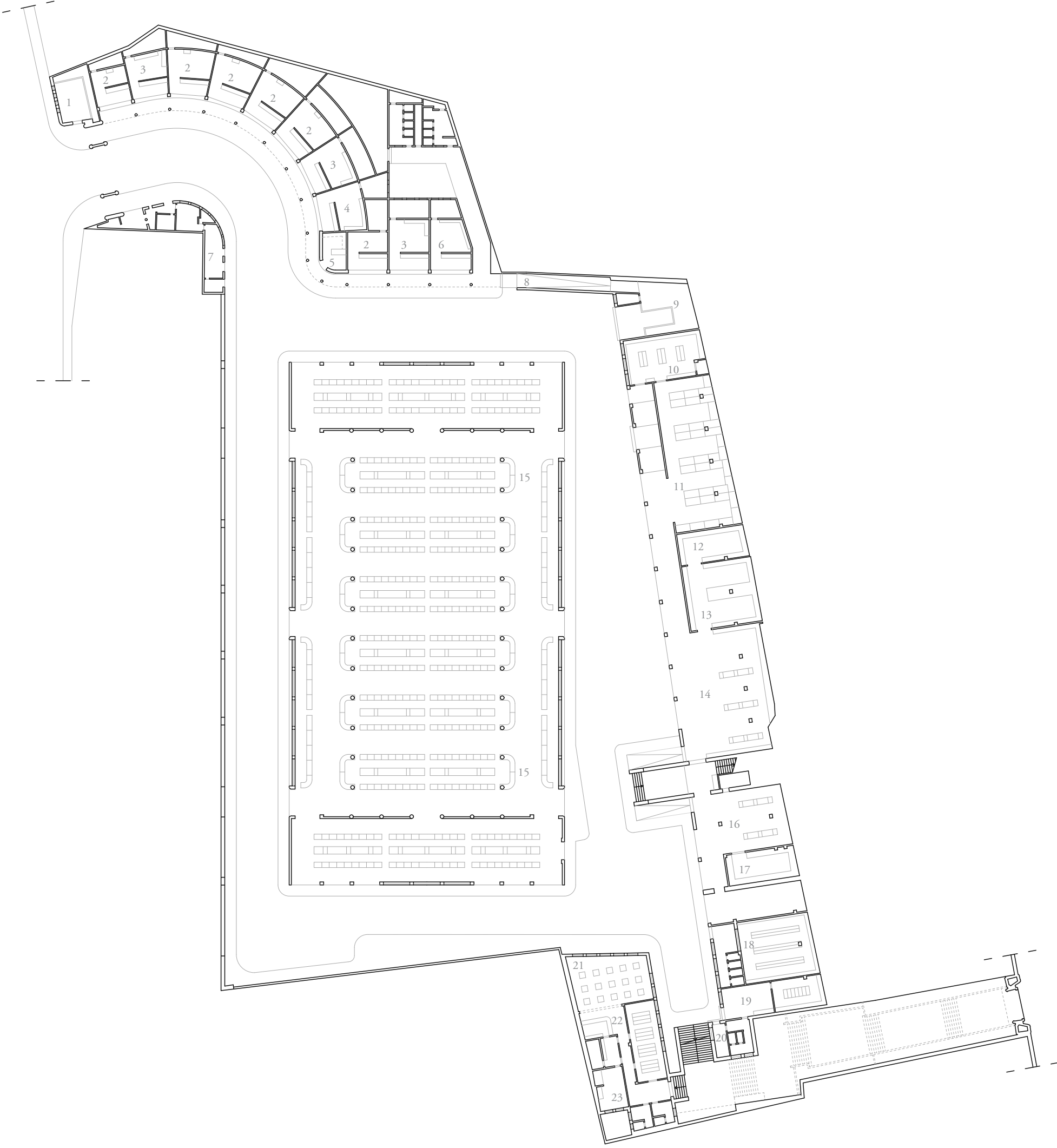


fig. 56 _ Exterior do núcleo central, supermercado Lidl, lojas voltadas para o exterior e parque de estacionamento ao redor, 2019

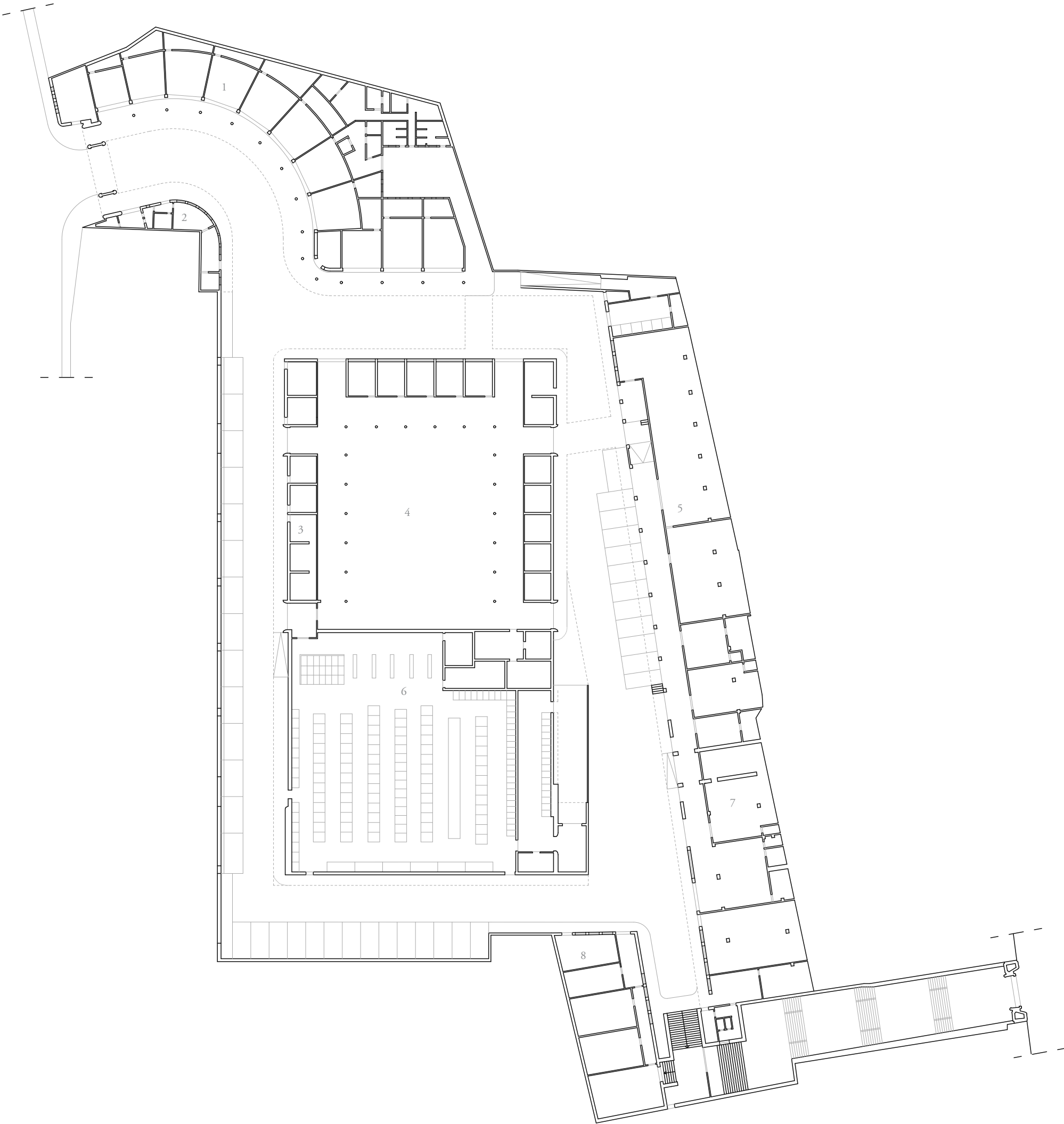
Planta do Mercado do Forno do Tijolo. 1952
Escala 1:550



- 1 _ ponto de transformação
- 2 _ talho
- 3 _ salsicharia
- 4 _ lacticínios
- 5 _ embalagens
- 6 _ miudezas
- 7 _ administração
- 8 _ rampa de acesso ao cais do lixo
- 9 _ cais do lixo
- 10 _ matadouro
- 11 _ depósito de criação
- 12 _ armazenamento de frutas
- 13 _ armazenamento de hortícolas
- 14 _ preparação de hortícolas
- 15 _ flores
- 16 _ preparação do peixe
- 17 _ armazenamento do peixe
- 18 _ vestiário dos ocupantes
- 19 _ refeitório
- 20 _ fiscal
- 21 _ refeitório
- 22 _ bar
- 23 _ cozinha



Planta do Mercado do Forno do Tijolo, 2006
Escala 1:550
⌚
1 _ estabelecimentos comerciais / mercado do forno do tijolo
2 _ administração
3 _ correios / ctt
4 _ mercado de culturas
5 _ fab-lab
6 _ supermercado /lidl
7 _ junta de freguesia do polo dos anjos
8 _ biblioteca clodomiro alvarenga



MERCADO

O projecto pretende aplicar, numa estrutura e na unidade urbana envolvente, os conceitos e teorias analisadas anteriormente. Através da introdução de um mercado num determinado contexto urbano, são explorados conceitos como o limite ténue entre publico e privado, as ligações entre eles e o papel das pessoas na apropriação do espaço, onde acabam por existir inúmeras possibilidades destes se colidirem e formarem um só lugar.

A forma como são tratados estes conceitos, acabam por ditar a concepção do espaço de mercado e do espaço público envolvente. Os limites são desenhados através de uma plataforma que une e permeabiliza a unidade urbana, uma praça é introduzida para formalizar as trocas e promover espaços de permanência, abrigo e sociabilidade, os acessos são explorados de forma a proporcionar a união do mercado ao sistema da Almirante Reis, e são ainda reabilitados espaços antigos, pertencentes ao complexo, complementando as novas operações feitas, tendo todos a mesma importância entre eles, quanto quem os usa.

Este mercado pretende ser um objecto de união e formação social, estabelecendo limites, reorganizando o tecido urbano, sem nunca esquecer as trocas, como a sua função primordial,.

unidade urbana

Depois de uma análise sobre o sistema de mercados pela qual a Avenida Almirante Reis é servida, e das qualidades de cada um consoante o local onde se inserem, a comunicação com a envolvente e o respectivo efeito na cidade, evidencia-se como a principal problemática para a escolha do Mercado do Forno do Tijolo como espaço de intervenção. Contrariamente ao mercado de Arroios e do Martim Moniz, que se encontram isolados, destacados com um elemento individual e posicionados de forma central à circulação em torno do objecto, o Mercado do Forno do Tijolo apropria-se de um espaço interstício da cidade, os logradouros, lidando com a envolvente como um todo, oferecendo uma nova circulação através da sua existência, afectando o fluxo dentro da cidade e criando permeabilidade na unidade urbana em que se insere.

Apesar de existir, física e conceptualmente expressiva, uma comunicação entre o espaço onde o mercado se insere e a sua envolvente, uma vez que existe tanto uma ligação pela Rua Maria da Fonte como pela Rua Damasceno Monteiro, acaba por não beneficiar do espaço disponível entre programas, pois não comunica com a sua envolvente como um espaço público de permanência e usufruto.

Desta forma, a questão primordial na escolha do local de intervenção foi o desaproveitamento do espaço público em que se insere, e as inúmeras possibilidades que o espaço oferece de forma a melhorar a qualidade de vida da cidade, associado à reestruturação de um equipamento de mercado, reorganização do complexo em que está inserido e ainda a conexão com um conjunto habitacional degradado, o Beco do Monte, neste sistema de ligações.

A estratégia passa pela materialização de uma plataforma/praça, permeável ao nível da unidade urbana, e que, por

se inserir num local a meia cota, tanto permite interrelacionar a avenida com os espaços públicos, como cria uma descompressão na densidade da malha urbana local. Serve como limite entre duas realidades densas e com usos contrastantes, comercial e habitação, e ainda, entre publico e privado.

A intenção de criar um espaço público qualificado, que consiga influenciar o fluxo da cidade e dos seus utilizadores, é um processo complexo e com muitas variáveis. Existe um linha ténue entre essas interligações como explica William H. Whyte, no seu documentário *“The Social Life of Small Urban Spaces”*, criado em 1980.

*“O espaço que resulta do encontro entre a rua, a praça ou um espaço aberto, é a resposta para haver sucesso ou fracasso. Idealmente, essa transição deve ser feita de tal forma, que se torne difícil encontrar o ponto onde um acaba e o outro começa.”*⁵⁰

De forma a poder trabalhar sobre todos estes conceitos, foi necessário perceber quais os limites e ligações a serem estabelecidas e, para isso, foi feita uma análise cartográfica da evolução da unidade urbana, da sua envolvente, dos acessos e dos edifícios nela existentes.

⁵⁰ WHYTE, William H. *“The Social Life Of Small Urban Spaces”*. Ed: Project for Public Spaces. New York, 1980. Pág. 57. Trad.: própria. Orig.: *“The area where the street and plaza or open space meet is a key to success or failure. Ideally, the transition should be such that it’s hard to tell where one ends and the other begins.”*



fig. 57 _ O caminho



fig. 58 _ O limite

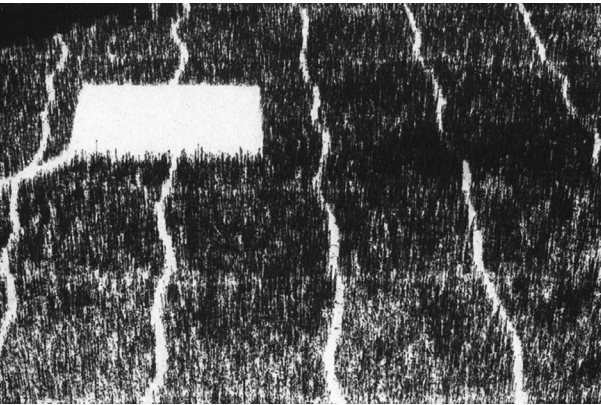


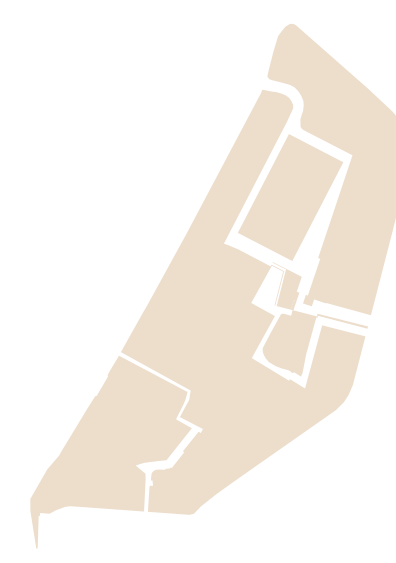
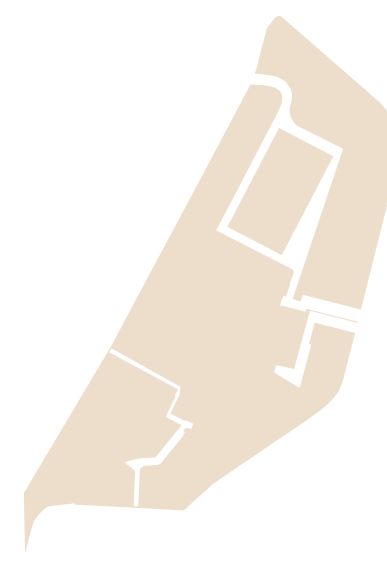
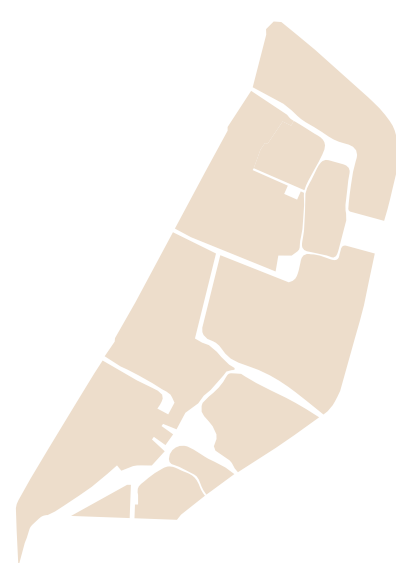
fig. 59 _ O vazio

1856 / 58

1911

1950

2016



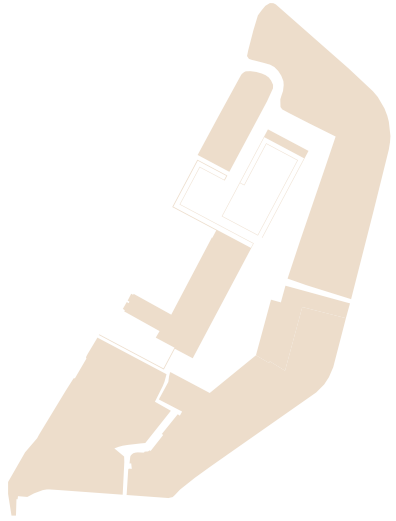
Esquema de acessos da Unidade Urbana, segundo Filipe Folque e
Silva Pinto
Escala 1:5000

A evolução do Largo do Intendente e as suas ligações, nomeadamente a Travessa da Cruz dos Anjos e a Travessa do Maldonado, evidenciaram a existência, em tempos, de uma continuidade até à unidade urbana, mas que foram perdendo força com a reestruturação da cidade. Considerou-se importante devolver à cidade essas ligações, tornando-as novamente parte deste sistema. Depois dessa análise, foi feito um negativo da mancha da unidade urbana, evidenciando a evolução dos acessos e dos edifícios que a compõem. O que eram antes campos, hortas, casas, fábricas e os vários caminhos que os conectavam, hoje são conjuntos habitacionais de diferentes épocas, espaços verdes esquecidos, taludes fragmentados, muros de contenção, novas estruturas a uma escala considerada de ruptura e uma significativa diminuição de ligações.

O Beco do Monte, é um desses lugares, perdido na génese da unidade em que se insere, resultado de uma planta pós medieval, com um conjunto de habitações frágeis e degradadas. É na continuação da Travessa da Cruz dos Anjos que somos confrontados com uma rampa íngreme e estreita, que nos conduz a uma das entradas do beco, a outra fica a sul, na Rua Manuel Soares Guedes. O Beco do Monte, como o nome sugere, era lugar de passagem até chegar ao lugar que hoje se entende como Nossa Senhora do Monte. Mas é também resultado de várias demolições, aquando da existência de fábricas e quintas que suportavam a produção de tijolo e barro, e que se apresenta hoje como um espaço fechado sobre si mesmo, com quintas antigas, casas com muito pouca qualidade habitacional, ruas, becos, travessas estreitas e sinuosas, e que em tempos pertencia à unidade urbana, como qualquer outro elemento. Conclui-se então que, o Beco do Monte estabelece um limite importante para esta intervenção, fazendo este parte do sistema de ligações, com a renovação de um

caminhos existentes que o atravessam, dando-lhe continuidade à unidade urbana, aumentando o cariz social e permeável, com a formação de espaços públicos e novos acessos.

Por fim, o espaço do Mercado do Forno do Tijolo e do seu complexo, é reestruturado e reorganizado, conferindo-lhe novos acessos com a introdução de uma praça, no lugar onde se encontrava a nave central do antigo mercado, com uma ligação directa tanto à Rua Maria da Fonte, como a cota uma intermédia. A praça introduzida permite não só experienciarmos um lugar de trocas que remete à história dos mercados, como oferece novas possibilidades de acessos, que nos conduzem à plataforma e ao sistema, elementos de união, reorganização e criação de um espaço público qualificado.



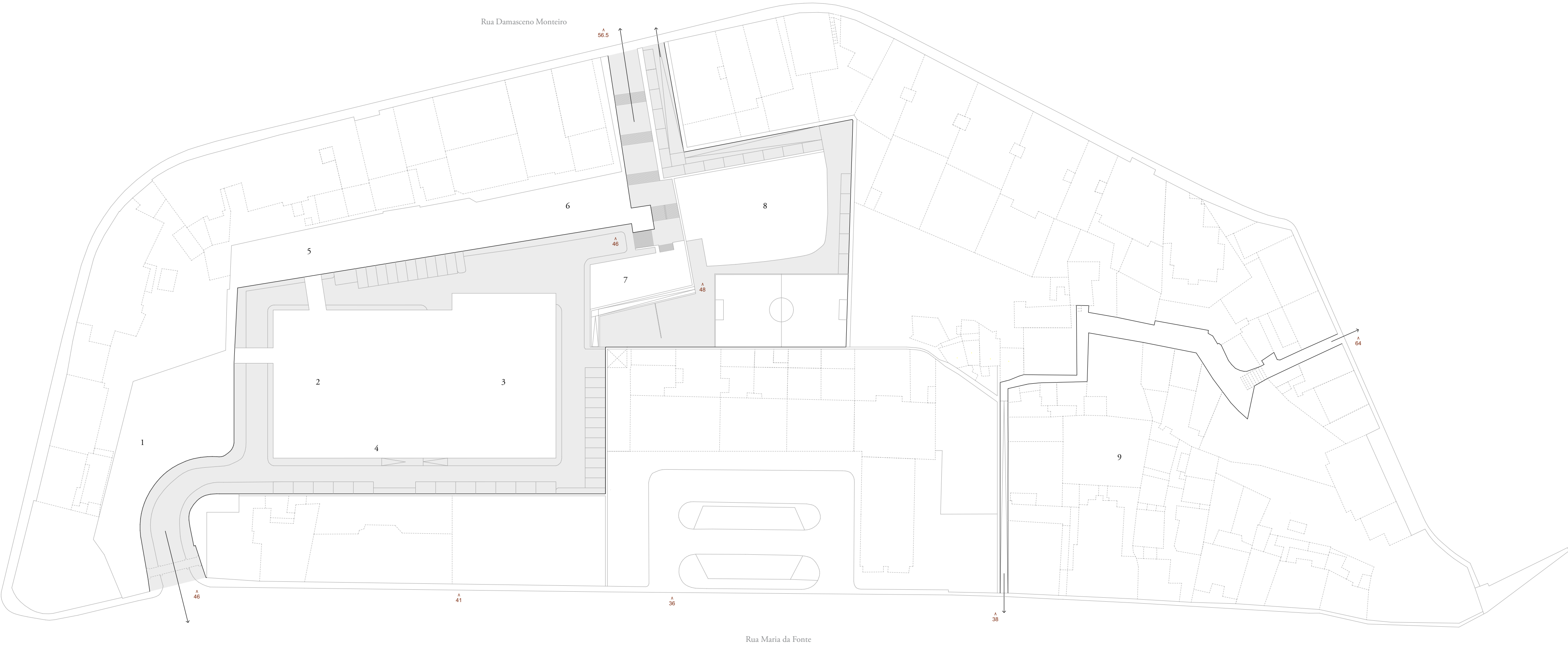
Planta da Unidade Urbana | Esquema de ligações e circulação, 2016

Escala 1:750

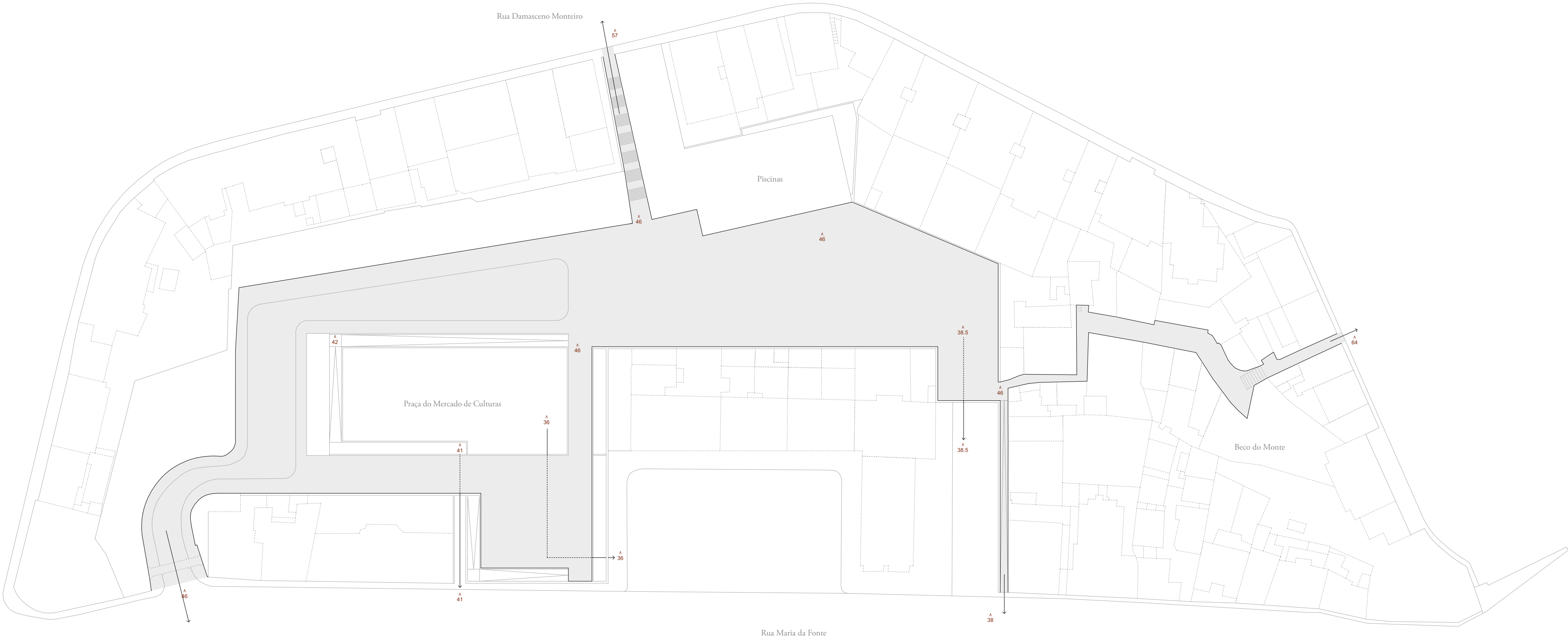


- plataforma
- cotas
- limites da plataforma / ligações
- edifícios envolventes da unidade urbana / passeios

- 1 _ estabelecimentos comerciais / mercado do forno do tijolo
- 2 _ mercado de culturas
- 3 _ supermercado / lidl
- 4 _ correios
- 5 _ FAB-LAB
- 6 _ junta de freguesia do polo dos anjos
- 7 _ biblioteca clodomiro alvarenga
- 8 _ piscinas
- 9 _ beco do monte



Planta da Unidade Urbana | Esquema de ligações e circulação, proposta
Escala 1:750
○
— área de intervenção da plataforma
— cotas
— limites da plataforma
— edifícios envolventes da unidade urbana / passeios
1 _ praça do mercado de culturas
2 _ piscinas
3 _ beco do monte



complexo

*"Para compreender as cidades, precisamos de lidar directamente, como fenómeno essencial, as combinações ou misturas de usos, e não usos separados."*⁵¹

O complexo no qual o mercado está inserido, é analisado de forma a compreender a qualidade dos seus espaços, as suas funções, os equipamentos que o integram e que operações são feitas. Torna-se importante explorar o conceito de mercado enquanto parte integrante deste complexo na medida em que, este espaço de equipamentos públicos desordenados e dispersos, acaba por ser o resultado de adições feitas em torno do antigo Mercado do Forno do Tijolo, de forma a permitir que crescessem espaços dinâmicos e com um cariz sociocultural, para responder às necessidades das pessoas que o frequentavam.

O complexo pode ser entendido como um espaço público qualificado, como um prolongamento natural de um percurso, mas usos programáticos distintos. Uma, com equipamentos comercias e culturais, e outra, com equipamentos educacionais. A norte estão incluídos o Mercado do Forno do Tijolo, o Mercado de Culturas, o LIDL como equipamento de supermercado, o Fab-Lab, a Junta de Freguesia do Polo dos Anjos, a Biblioteca Clodomiro Alvarenga e os CTT como posto de correios. A sul, a Piscina de Arroios, um campo de futebol e um parque infantil. Pretende-se olhar para o complexo como um todo e perceber de que forma estes equipamentos dispersos, se podem conjugar e formar uma unidade urbana mais coesa e ordenada, potencializada por percursos que os une e reaproximando as pessoas a este lugar.

Assim, a proposta de intervenção ao nível do complexo, passa não só pela reinterpretação de cada equipamento, mas também pela forma como são feitas as ligações entre

eles e com o tecido urbano.

A requalificação do complexo passa pela reestruturação de percursos pedonais e dos seus acessos, de forma a vencer diferenças de cotas, e ainda, sob forma de intenção de projeto, a requalificação da Piscina de Arroios. Concluiu-se que era importante reordenar o desenho da plataforma com esta operação, recorrendo desta forma à memória programática e social dos mercados de antigamente, que incorporavam os banhos e as termas como parte do programa.

Esta intenção de projeto entende-se como uma peça que pretende não só requalificar o programa de piscina e redesenhar o desenho da plataforma, bem como servir de acesso público entre a Rua Damasceno Monteiro e a plataforma, reestruturando um acesso anteriormente existente, a escadaria de acesso secundário ao Mercado do Forno do Tijolo, como um prolongamento natural de um percurso. Contém o programa de piscinas, balneários com ligação reservada ao interior, uma zona administrativa, uma cafetaria e espaços públicos com ligação visual para a piscina.



fig. 60 _ Escadas de acesso secundário ao Mercado do Forno do Tijolo



fig. 61 _ Interior da Piscina de Arroios

⁵¹ JACOBS, Jane. *"The Death and Life of Great American Cities"*. New York: Vintage Books, 1992. pág. 144. Trad.: própria. Orig.: *"To understand cities, we have to deal outright with combinations or mixtures of uses, not separate uses, as the essential phenomena."*

mercado

O núcleo central do Mercado do Forno do Tijolo, foi o elemento primordial na decisão desta intervenção. Para além da reestruturação da unidade urbana onde se insere, com a criação de uma plataforma permeável a todo o complexo, este elemento central ditou os limites pelos quais foram guiadas as decisões do conceito formal deste novo elemento, e o programa que o define, é fundamental para o desenvolvimento do local em que se insere. O projeto tem como programa um “mercado de culturas”, um mercado capaz de responder à necessidade de todos, remetendo à memória dos antigos mercados e da sua função agregadora e social, e tem como conceito a materialização de uma praça e a criação de novas formas de acesso a todo o complexo, como resposta à problemática da permeabilidade urbana.

Os limites do núcleo central do antigo mercado servem como base para o desenho de uma praça a uma cota dez metros abaixo da plataforma, e que, apropriando-se ainda de um lote adjacente devoluto, pertencente à antiga fábrica de tijolo, permite uma ligação direta tanto à cota da rua como a uma cota intermédia, conferindo-lhe novos acessos. Desta apropriação resulta um espaço de memória/exposição que funciona como um módulo de distribuição programática a todo o mercado.

Feita uma análise tipológica e cronológica das várias formas de mercado, conclui-se que a sua génese reside maioritariamente no aproveitamento máximo do espaço público e das suas ligações, onde as trocam se potencializam com o fluxo de pessoas, pontos de sociabilidade e permanência. A base formal do “mercado de culturas”, reside na tentativa de desenhar um espaço que seja capaz de solucionar a debilidade de acessos e, como tal, o desenho foi pensado de forma a permitir que haja esse fluxo e um

sentido de diluição do espaço de mercado para o espaço público, ou numa simbiose programática que resulta na sobreposição de total de espaços. São criadas rampas que desenham o perímetro da praça e do módulo de distribuição, e atravessam o espaço interstício da praça, conferindo-lhe não só continuidade bem como um contacto visual permanente com o resto do programa à medida que são percorridas. As rampas que fazem a ligação da plataforma à cota da rua, são interrompidas pelo programa, de forma a permitir que este seja um caminho que ainda que seja público e com uma clara intenção de unir cotas, seja feito sempre em contacto com os sucessivos acontecimentos e de uma forma harmoniosa.

O edifício é composto por dois pisos. O piso inferior é destinado a uma praça informal, um mercado onde as pessoas o caracterizam consoante a sua utilização, à semelhança de outras formas de mercado menos convencionais, complementada por serviços, balneários, instalações sanitárias e um ponto de cargas e descargas. No piso intermédio, que tem acesso tanto diretamente da rua como da rampa que envolve o perímetro da praça, o programa divide-se entre um mercado interior, mais formal, novamente acompanhado por serviços, uma cantina comunitária com os respetivos apoios, e instalações sanitárias, que dão apoios a este piso, uma vez mais com conexão aos restantes pisos através de rampas de acesso. Este piso intermédio tem duas cotas distintas, onde os programas de mercado e cozinha, apesar de se encontrarem num espaço contínuo, estão distinguidos um do outro por uma diferença de um metro de altura, sendo o suficiente para separar os usos do espaço a quem o percorre.	
Na plataforma é introduzido um volume retangular, situado a norte da praça, de forma a permitir entradas de luz nos pisos inferiores, e que é usado como um ponto de chegada, armazenamento e distribuição de cargas e descargas aos restantes pisos. É também uma peça que pretende complementar o desenho do complexo envolvente, não destoando a sua linguagem e que por isso, tem a mesma altura dos restantes equipamentos que o completam.	
O espaço onde o atual mercado se encontra, entende-se como um espaço desaproveitado, congestionado e, por consequência, fechado sobre si mesmo. Utilizando a praça e os acessos como palco para esse acontecimento, o “mercado de culturas” pretende promover uma transparência e uma permeabilidade característica dos mercados tradicionais, quando a sua utilização era feita ao ar livre, em torno	de praças templo e apropriando-se das condições físicas do lugar para a realização dessas trocas.

Escala 1.200



2 _ armazéns

4 _ instalações sanitárias públicas

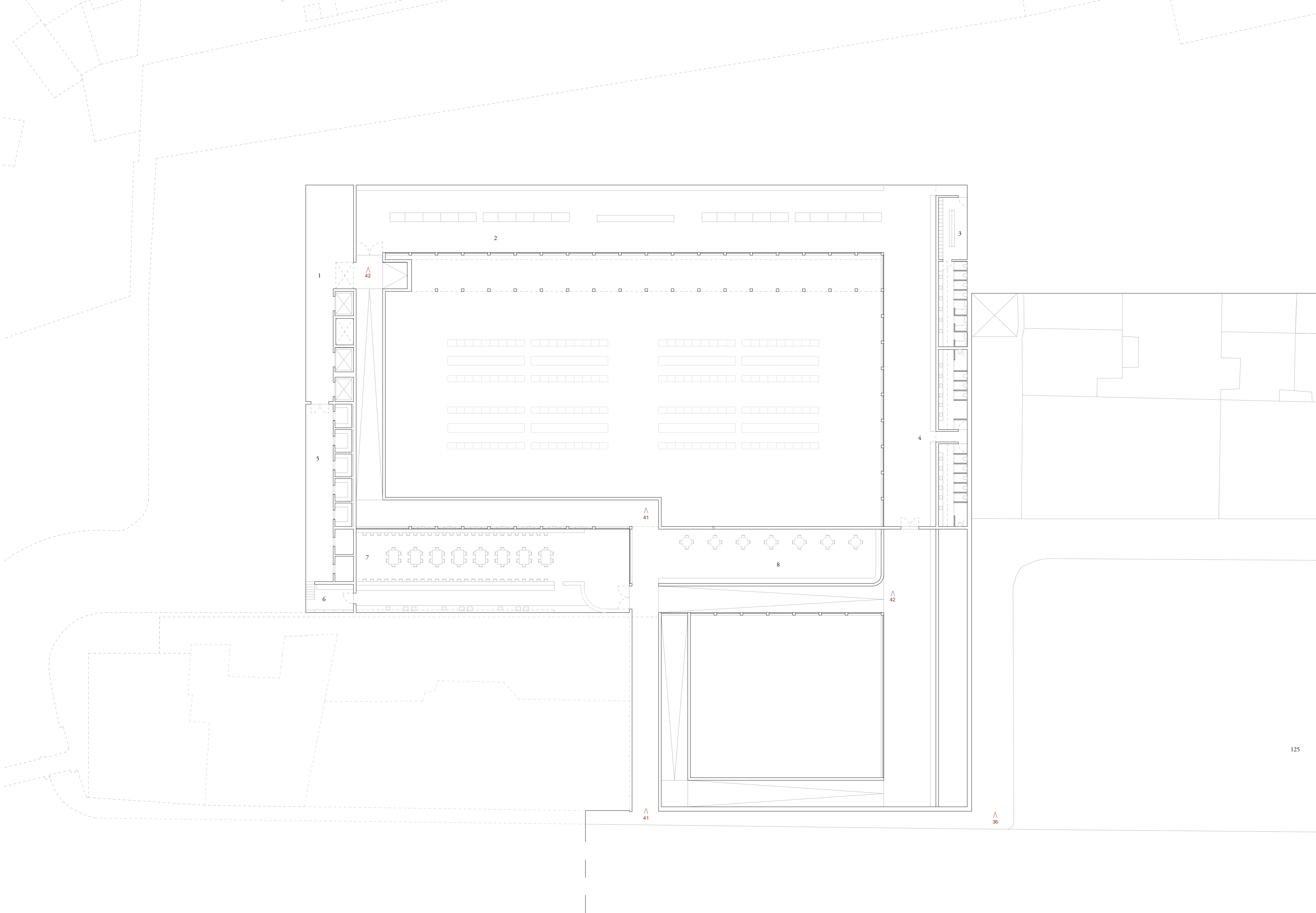
6 _ sala funcionarios
7 _ recepción

8 = espaço de

 $\sigma = \text{coeficiente de reserva / mantença}$

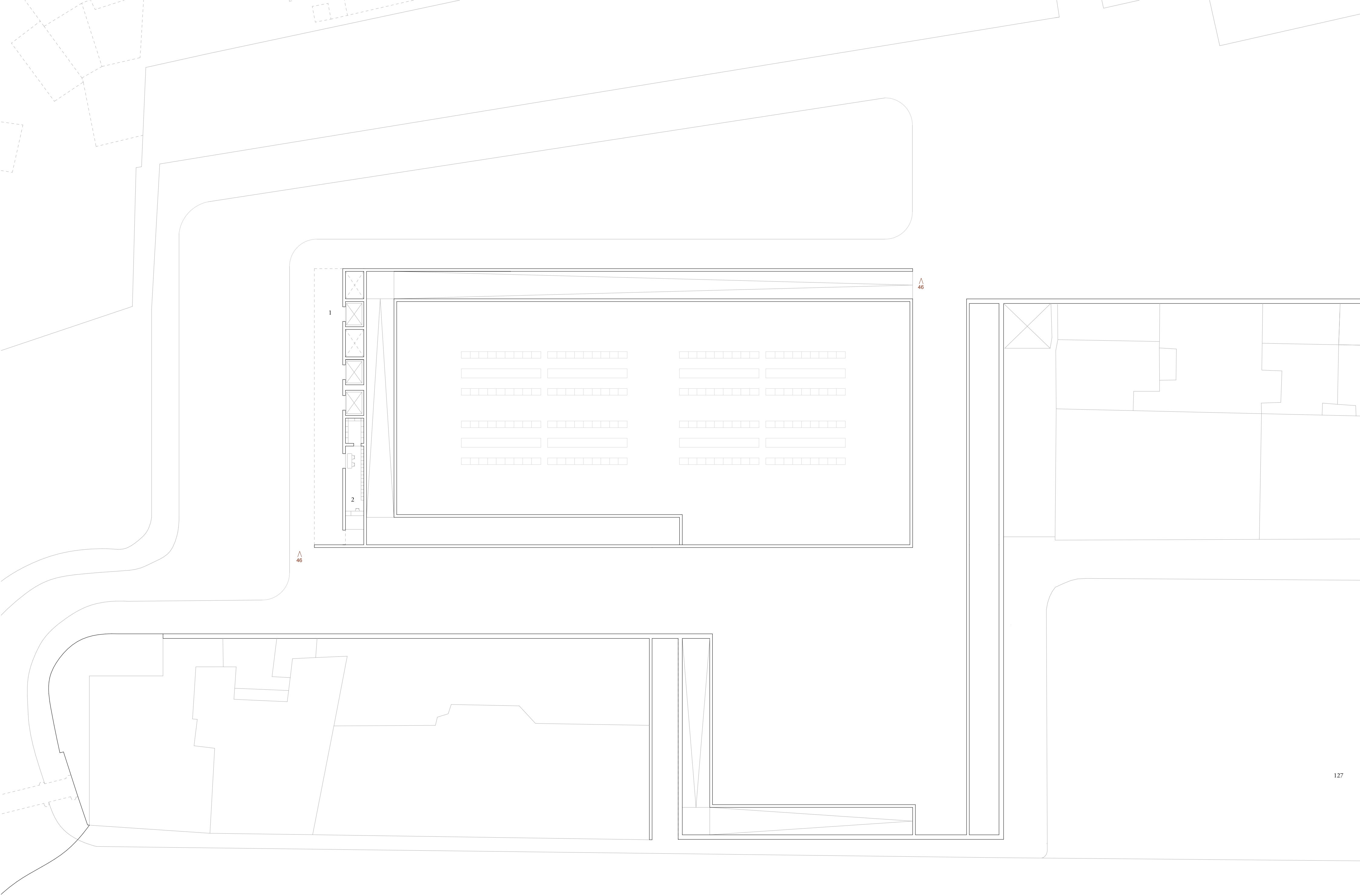
Planta do Piso Intermediário (cota 5m e 6m)
Mercado de Culturas
Escala 1.200
⊙

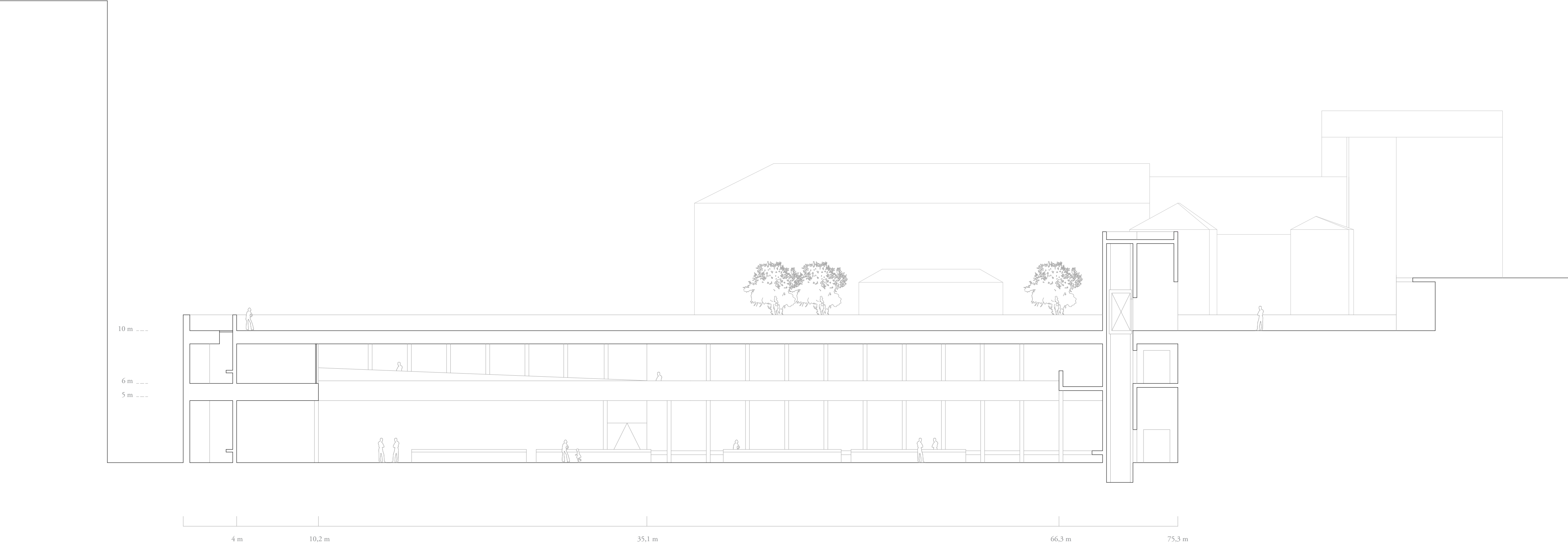
1 _ ponto de cargas e descargas
2 _ mercado de culturas interior
3 _ banheiros / vestiários
4 _ instalações sanitárias
5 _ corredor de acesso à cozinha comunitária
6 _ armazens da cozinha comunitária
7 _ copa
8 _ cozinha comunitária
9 _ esplanada da cozinha comunitária



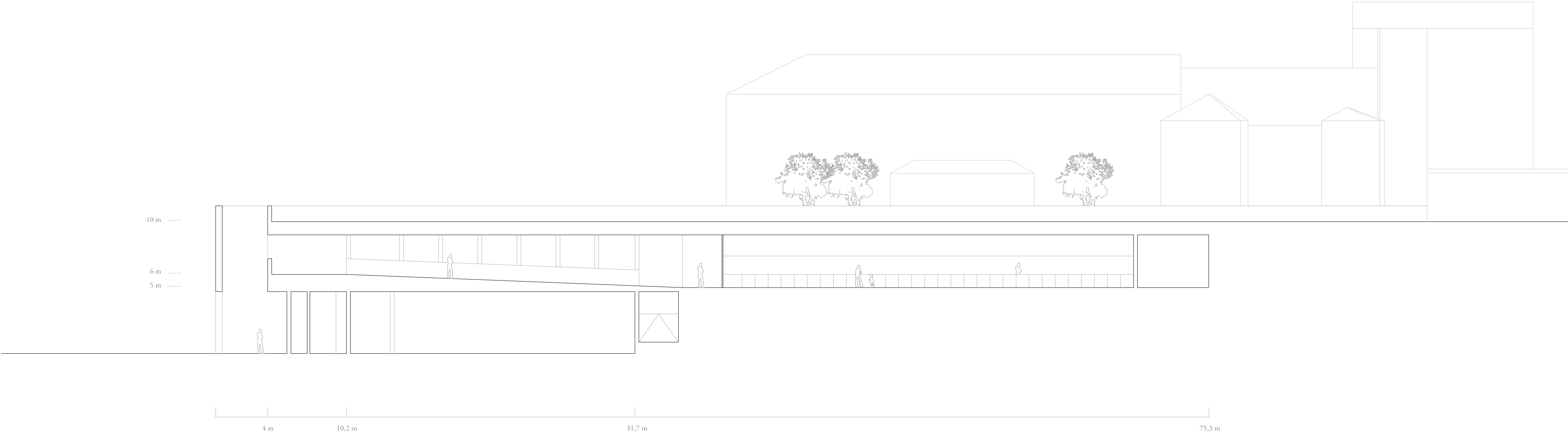
Planta da cobertura / ponto de cargas e descargas
Mercado de Culturas
Escala 1:200
☉

1 _ ponto de cargas e descargas
2 _ ponto de recolha / recepção



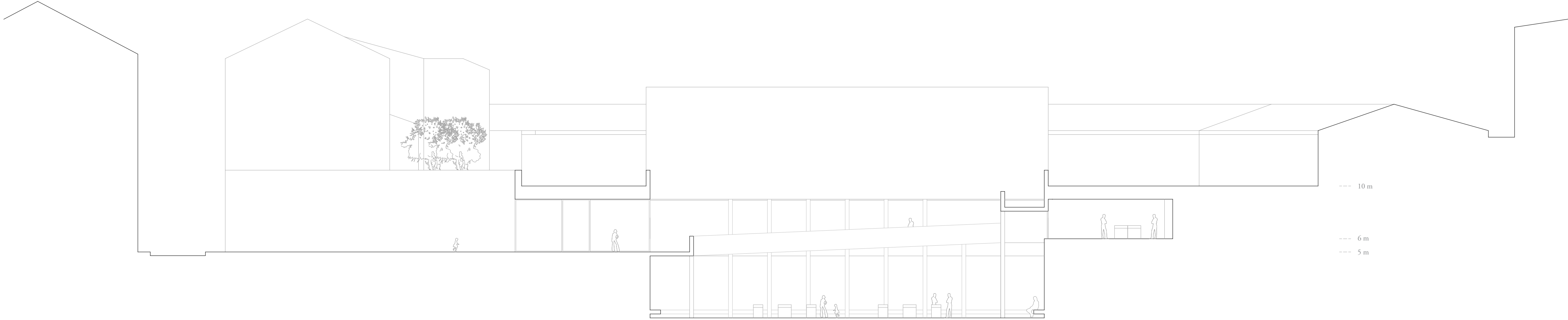


Corte Longitudinal AA
Mercado de Culturas
Escala 1:200

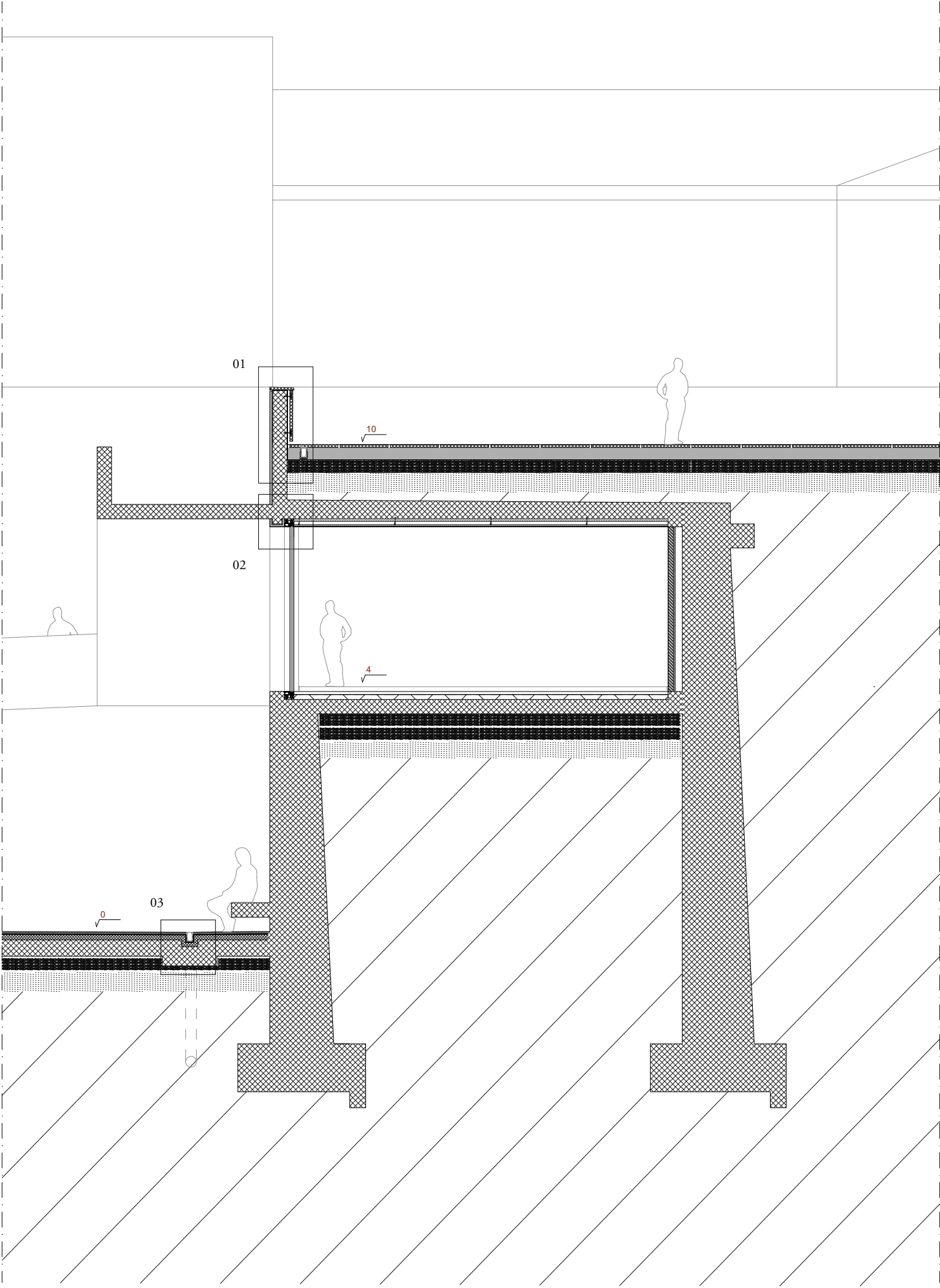


Corte Longitudinal BB
Mercado de Culturas
Escala 1:200

Corte Transversal CC
Mercado de Culturas
Escala 1:200



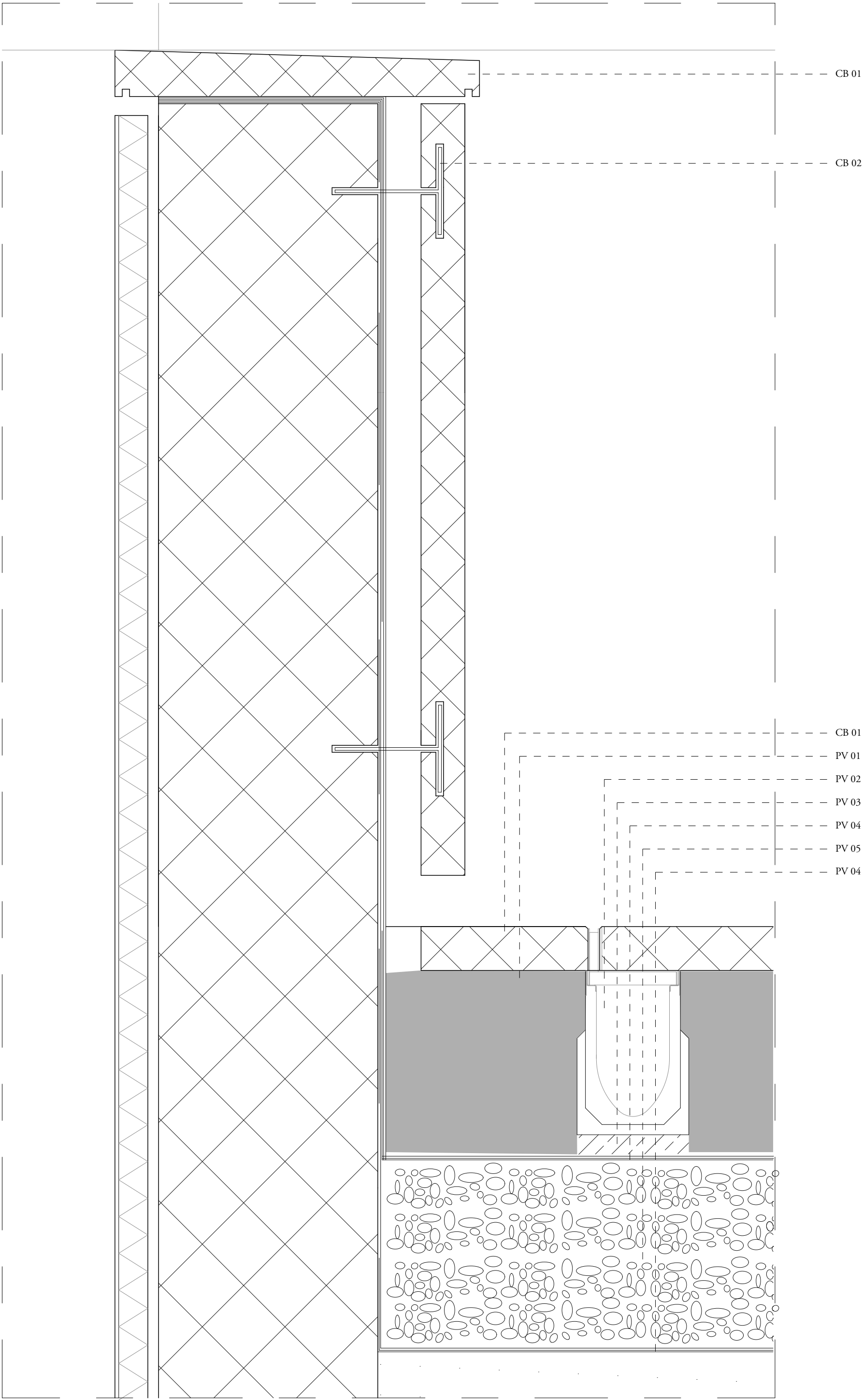




Pormenor Construtivo _ 01
Mercado de Culturas
Escala 1:5

Cobertura
CB 01 _ lajetas de betão pré-fabricado
CB 02 _ sistema de fixação

Pavimento
PV 01 _ areia
PV 02 _ argamassa para suporte de canal drenagem
PV 03 _ sistema de drenagem "aco multilíne v100"
PV 04 _ manta protectora geotéxtil em propileno | impersp 150
PV 05 _ gravilha

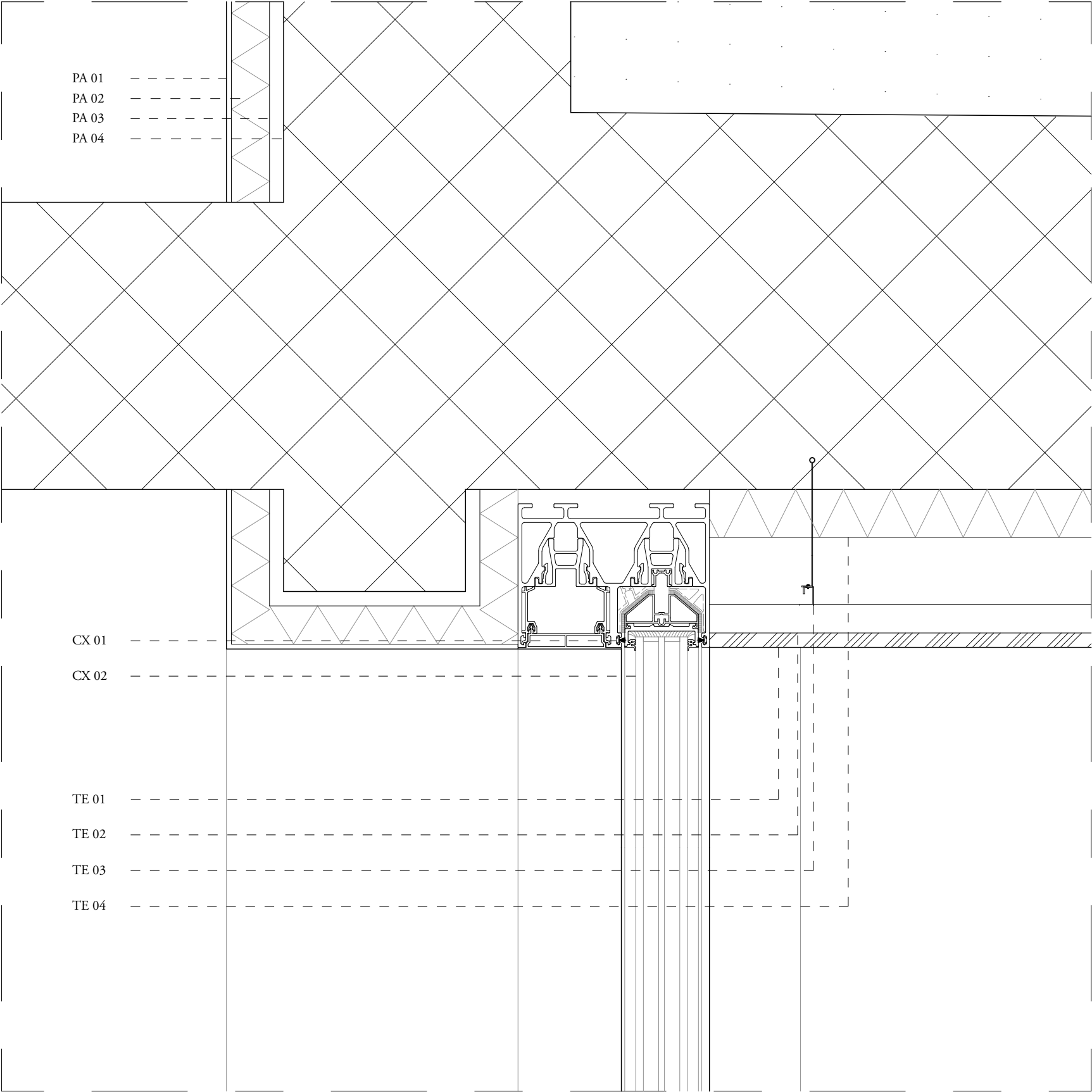


Pormenor Contrutivo _ 02
Mercado de Culturas
Escala 1:5

Caixilho
CX 01 _ caixilho de alumínio "SCHUCO ASS 77 PD.NI"
CX 02 _ vidro triplo

Parede
PA 01 _ argamassa acrílica 5MM
PA 02 _ isolamento EPS 60MM
PA 03 _ reboco de desempeno 15MM
PA 04 _ parede de betão 300MM

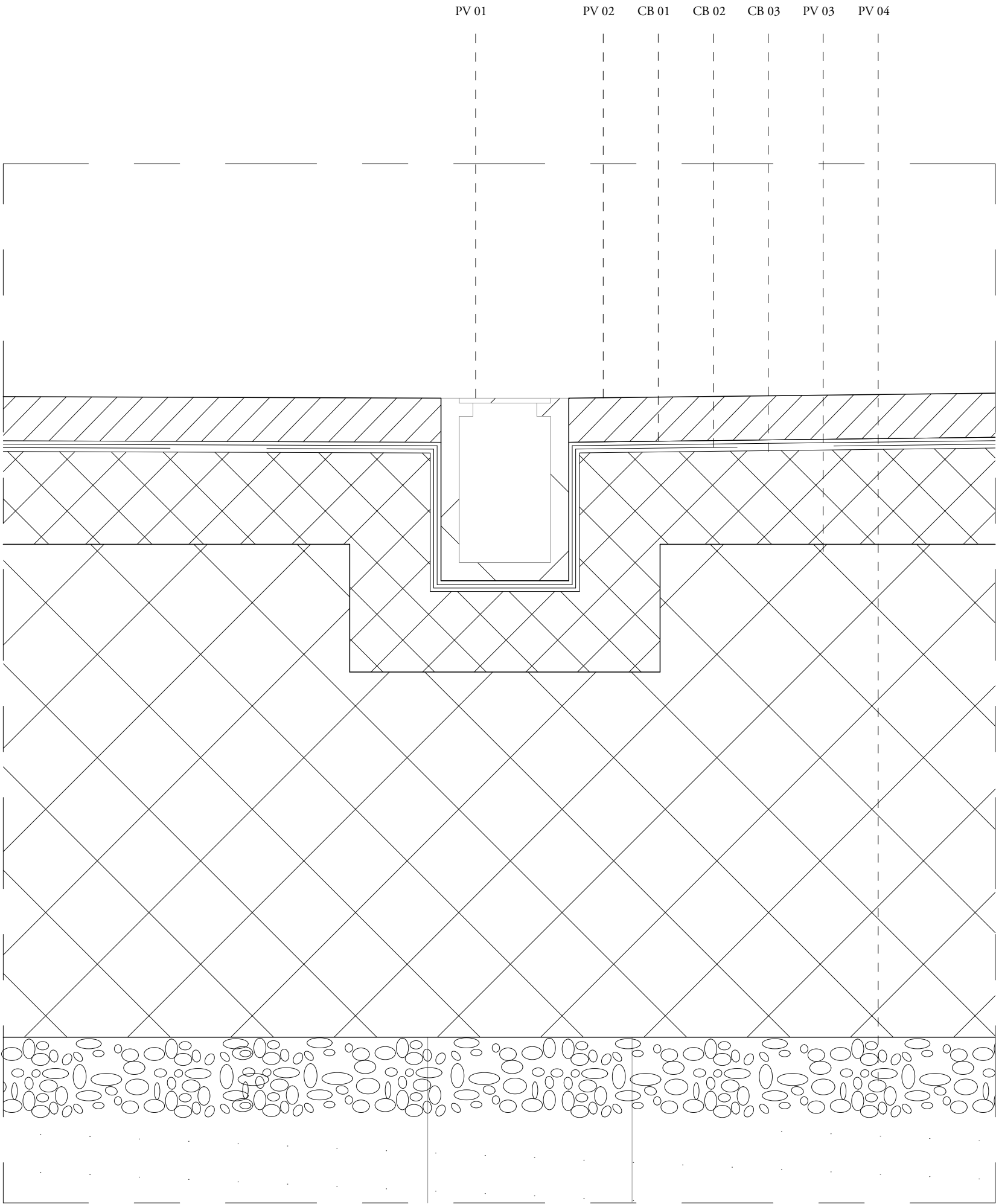
Tecto
TE 01 _ placas de gesso cartonado barrado e pintado 15MM
TE 02 _ perfil laminado de alumínio
TE 03 _ sistema de fixação tipo "KNAUF"
TE 04 _ isolamento XPS 60MM

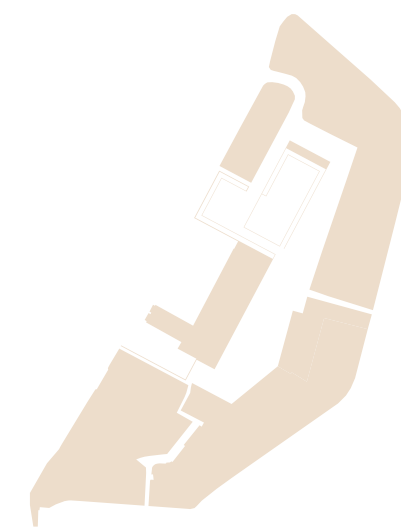


Pormenor Contrutivo _ 03
Mercado de Culturas
Escala 1:5

Cobertura
CB 01 _ manta protectora geot xtil em propileno | impersp 150
CB 02 _ complexo de impermeabilização | polyster 40T
CB 03 _ camada de forma e de regularização 40MM

Pavimento
PV 01 _ canal de drenagem | cofragem de betão
PV 02 _ mosaico hidraulico "KOLKATT"
PV 03 _ laje de fundação em betão armado
PV 04 _ gravilha





Esquema final de acessos da Unidade Urbana, segundo Filipe Folque
e Silva Pinto. proposta
Escala 1:5000

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho vem propor uma nova forma de olhar para os mercados como espaços em constante mudança, capazes de reactivar sistemas perdidos na génese de uma cidade. São analisados como peças que sobrevivem no tempo, resultado de ocupações e costumes distintos, e que, não só representam um espaço que fornece sustentabilidade às necessidades básicas, como também consegue permitir que estes sistemas se conectem e façam parte da cidade como um todo.

Foi através de todas as ideologias presente num espaço de mercado que a proposta de intervenção teve início, e foi através dessas análises que se entendeu que os espaços se devem continuamente transformar e adaptar à história local, ao tecido urbano já sedentarizado, sem se prender a tipologias e modelos já impostos, de forma a fazê-los crescer e fazer as cidades crescerem com eles.

Podemos terminar da mesma forma como começou, dizendo que o mercado é um lugar de trocas, de passagem, permanência e construção social, e é por isso que o espaço sugere que haja uma estratégia capaz não só de o integrar de forma a não comprometer o tecido urbano já existente, bem como permitir que haja uma constante troca de público-privado, passado-presente e formal-informal, que tanto o caracteriza. Quando isso deixa de acontecer, perdemos a génese da sua função.

O Mercado de Culturas pretende ser um lugar com um diálogo contínuo, ser uma resposta à mudança de limites entre público e privado, facilitando novas formas de conexão.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Rubem. *A Boa Nova dos Dias*. Asa, Porto, 2006.

ANACLETO, Pedro Garcia. *A Freguesia de S. Jorge de Arroios*. Revista Municipal, Lisboa, 1960.

ARAÚJO, Norberto de. *Peregrinações em Lisboa*, Volume IV. Vega, Lisboa, 1993.

ARAÚJO, Norberto de. *Peregrinações em Lisboa*, Vol. VIII. Vega, Lisboa, 1993.

AUGÉ, Marc. *Non-places: Introduction to the anthropology of Supermodernity*. Verso, Londres.

BARATA, Salgueiro Teresa; CACHINHO, Herculano. *As Relações Cidade – Comércio, Dinâmicas de Evolução e Modelos Interpretativos*. Lisboa, 2009.

BOURDAIN, Anthony. *Les Halles Cookbook: Strategies, Recipes, and Techniques of Classic Bistro Cooking*, with José de Meirelles & Philippe Lajaunie. Bloomsbury, Nova Iorque, 2004.

BRAUDEL, Fernand. *Civilization & Capitalism 15th-18th Century - The Wheels of Commerce*, Vol. II. Londres, 1983.

CALVINO, Italo. *As Cidades Invisíveis*. Teorema, Lisboa, 2002.

GASPAR, Jorge. *Dinâmica Funcional do Centro de Lisboa*, Vol. 11.Finisterra, Lisboa, 2012.

INDOVINA, Francesco. *O Espaço Público: Tópicos sobre a sua Mudança*. In: *Cidades, Comunidades e Territórios*. no

5, 2002. Trad.: Joana Malta.

JACOBS, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. New York, Vintage Books, 1992.

KOOLHAAS, Rem. *Toward the Contemporary City – The Terrifying Beauty of the Twentieth Century* 1985. Design Book Review.

KOSTOF, Spiro. *The City Shaped – Urban Patterns and Meanings Through History*. Bulfinch Press.

LE MOS, Celina. B. *O shopping center como espaço público na experiência urbana de Belo Horizonte*. In: PINTAUDI, Silvana Maria; FRUGOLI JR, Heitor. (Org.) *Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras*. São Paulo, UNESP, 1992.

LOBO ARQUITECTOS, Inês. *Colina de Santana: Projecto Urbano*. Lisboa, 2013.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. Edições 70, Lisboa, 2011. Trad.: Maria Cristina Tavares Afonso. Tít. orig.: *The Image of the city*. 1960.

MEISS, Pierre von. *Elements of Architecture - From form to place*. Taylor & Francis, 2013. ISBN: 9780415831253 (confirmar Bertran)

MUMFORD, Lewis. *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas*. Trad.: Neil R. da Silva – 4 ed. - São Paulo, Martins Fontes. 1998. Título Original: *The City in History*. ISBN: 85-336-0847-0.

WHYTE, William H. *The Social Life Of Small Urban*

Spaces. Ed: Project for Public Spaces. New York, 1980.

WAKEMAN, Rosemary. *French Politics, Culture & Society – Fascinating Les Halles*. Vol 25, no 2. Berghahn Books, 2007.

ÍNDICE DE IMAGENS

15 fig. 01 Mercado do Levante, inaugurado no Bairro de Alvalade, 1949. J.C. Alvarez. AML.

20 fig. 02 Relação do Grand Bazaar com a cidade de Istambul e envolvente, 2018. Autor desconhecido. *Jornal Yeni Şafak*.

20 fig. 03 Perímetro do Grand Bazaar, 2018. Autor desconhecido. *Jornal Yeni Şafak*.

21 fig. 04 porta Beyazit do Grand Bazaar, com um monograma com a frase árabe “*God loves the one who does trade*” / “*Deus ama quem negocia*”. 1960. Erem Çalıkoğlu. SALT Research. Código: CALIST0418.

21 fig. 05 Interior do Grand Bazaar, 1989. Erem Çalıkoğlu. SALT Research. Código: CALIST0419.

26 fig. 06 Ruínas da Ágora de Atenas e envolvente. 1963. Autor desconhecido. The American School of Classical Studies at Athens. Arquivo: 1997.02.0007.

26 fig. 07 Ruínas da Ágora de Atenas, 1975. Autor desconhecido. The American School of Classical Studies at Athens. Arquivo: 2000.03.000.

27 fig. 08 Ruínas da Ágora de Atenas, Stoa de Attalos e a Acrópole, 1967. The American School of Classical Studies at Athens. Arquivo: 2012.57.1083.

27 fig. 09 Vista do segundo andar da Stoa de Attalos, sobre as ruínas da Ágora, 1957. The American School of Classical Studies at Athens. Arquivo: 2012.55.0527.

32 fig. 10 Ruínas do Forum Romano. Giacomo Brogi e Edizioni Brogi. Fotografia panorâmica através de 3 impressões em carbono de 1880 com o título “*Roma - Il foro Romano*”. Coleção online do Museum für Kunst und Gewerbe Ham-

burg. Número do arquivo: P2011.72.

32 fig. 11 Vista do Capitólio, sobre as ruínas do Forum Romano. Fratelli Alinari. Fotografia em papel aluminado com o título “*Panorama del Foro Romano visto dal Capidoglio*”. Coleção online do Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg. Número do arquivo: P2013.3.

33 fig. 12 Ruínas do Forum Romano, Templo dos Dioscuri e Basílica Giulia. Giacomo Brogi. Fotografia em papel aluminado com o título “*Foro Romano con il Tempio di Castore e Polluce e la Basilica Giulia*”. National Gallery of Canada, Ottawa.

33 fig. 13 Ruínas do Forum Romano e Mercado de Trajano. 1968. Autor desconhecido.

38 fig. 14 Mercado de Les Halles e envolvente, 1956. McAVOY, Thomas. *Les Halles, Market Place*. Paris, 1956. LIFE Photo Collection.

38 fig. 15 Mercado de Les Halles, 1969. Les Halles, 1969. Arquivos de Paris, 1514W 99.

39 fig. 16 Mercado de Les Halles, 1967. ARTUS, Aimé. 1967, Paris Unplugged.

39 fig. 17 Interior do Mercado de Les Halles. Rua Coberta. Autor desconhecido. Conway Library, Courtauld Institute of Art, London.

41 fig. 18 Robert Doisneau Fotografia. *Allons Voir La Mer Avec Doisneau*.

41 fig. 19 Bob Collins Fotografia. FlashBak - London Billingsgate Fish Market, 1945. Descrição: “*Two typical billingsgate fish porters pause to light a cigarette. They are wearing the special cork hat worn by porters at the market to enable them to carry boxes of fish on their heads at Billingsgate, the largest fish market in London on Oct. 11, 1945.*”

41 fig. 20 Robert Doisneau Fotografia. Atelier ARD, Robert Doisneau. Título: “*Roger rue Montorgueil, Paris, 1969.*”

43 fig. 21 YAR, Cengiz. Explore Parts Unknown - CNN e Roads and Kingdoms. “*Anthony Bourdain, Parts Unknown - Bourdain Off the Cuff: Vietnam*”.

43 fig. 22 DOISNEAU, Robert. “*Les Amoureux aux Poireaux*”. Les Halles, 1950. Atelier Robert Doisneau 2014.

43 fig. 23 Lewis Hine Fotografia. *National Child Labor Committee*, 1908-1924. Descrição: “*Chicken vendors, Cincinnati, 1908 at Sixth Street market*”.

49 fig. 24 Interior do Mercado de Les Halles. MARVILLE, Charles Marville. Interior of Les Halles, 1874. Gallery of Art. The AIA/AAF Collection, Prints and Photographs Division, Library of Congress, Washington D.C.

53 fig. 25 “*O buraco de Les Halles*”, 1973. Robert Doisneau. Atelier Robert Doisneau 2014.

55 fig. 26 Mercado de Les Halles, 1874. DELOUS, Charles. REF: 126482

55 fig. 27 Forum de Les Halles, 2016. FILLON, Vincent. Patrick BERGER architecte, Paris.

57 fig. 28 Embarcação na frente ribeirinha. Porto de Lisboa, séc. XIX. CRUZ, José Chaves. Código de Referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/CRU/000499. AML.

59 fig. 29 Mercado da Ribeira Nova - 1882. Fotógrafo não identificado, associado a: SEIXAS, Henrique Maufroy. Código de referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/SEX/000197 . AML.

59 fig. 30 Mercado da Praça da Figueira - 1883. POR-

TUGAL, Eduardo. Código de referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/EDP/001346. AML.

59 fig. 31 Mercado de Belém - 1882. FIGUEIREDO, Vasco Gouviea de. Código de referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/VGF/000853. AML.

59 fig. 32 Mercado de São Bento - 1881.

59 fig. 33 Mercado de Santa Clara - 1967. FIGUEIREDO, Vasco Gouveia de. AML.

63 fig. 34 SERÓDIO, Armando Maia. Código Referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/SER/005244. AML.

63 fig. 35 SERÓDIO, Armando Maia. Código referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/SER/005240. AML.

63 fig. 36 SERÓDIO, Armando Maia. Código referência: PT/AMLSB/CMLSBAH/PCSP/004/SER/005241. AML.

77 fig. 37 Mercado de Arroios, 1942. Jornal Diário de Notícias. AML.

77 fig. 38 Mercado de Arroios, 1946. Autor desconhecido. Biblioteca de Arte - Fundação Calouste Gulbenkian.

79 fig. 39 Interior do Mercado de Arroios, 1942. Autor desconhecido. AML.

79 fig. 40 Interior do Mercado de Arroios, 1942. Autor desconhecido. AML.

83 fig. 41 Praça Martim Moniz, 1976. GONÇALVES, F AML.

83 fig. 42 Praça Martim Moniz, 1976. GONÇALVES, F AML.

85 fig. 43 Martim Moniz, 2006. PAVÃO, Luis. AML.

85 fig. 44 Mercado de Fusão do Martim Moniz, 2017. BRANCO, Dário. TimeOut Lisboa.

91 fig. 45 Mercado do Forno do Tijolo, 1949. Autor desconhecido. AML.

91 fig. 46 Mercado do Forno do Tijolo, 1956. Seródio, Armando Maia. AML.

92 fig. 47 Entrada do Mercado do Forno do Tijolo, 1956. Seródio, Armando Maia. AML.

92 fig. 48 Pormenor da cobertura do núcleo central do Mercado do Forno do Tijolo, 1956. Seródio, Armando Maia. AML.

93 fig. 49 Interior do núcleo central do Mercado do Forno do Tijolo, 1955. Seródio, Armando Maia. AML.

93 fig. 50 Dia da inauguração do Mercado do Forno do Tijolo, 1956. Autor desconhecido. AML.

95 fig. 51 Entrada do Mercado do Forno do Tijolo. Autor Desconhecido. AML.

95 fig. 52 Interior do complexo com vista para o núcleo central. Autor Desconhecido. AML

96 fig. 53 Interior do núcleo central, Mercado do Forno do Tijolo, 2013. Carlos Albuquerque Castro. Revista Punkto: Rua Maria da Fonte, 26 a 42, LX.

96 fig. 54 Interior do núcleo central, Mercado de Culturas, 2019. Madalena Barreto, 2019.

97 fig. 55 FAB-LAB, inserido no complexo do Mercado do Forno do Tijolo, 2018. Andreia Mayer in *O Gerador*.

97 fig. 56 Exterior do núcleo central, supermercado Lidl, lojas voltadas para o exterior e parque de estacionamento ao redor, 2019. Madalena Barreto, 2019.

107 fig. 57 O caminho. LONG, Richard. A Snowball Track. Bristol, 1964.

107 fig. 58 O limite. VOLZ, Wolfgang. Christo and Jeanne-Claude Christo. Running Fence, So-

noma and Marin Counties, California, 1972-76, Segments 3A-2B.

107 fig. 59 O vazio. MCLEAN, Alex. AMODIO, Andreas. Forest. In OLGIATI, Valério, “*13 topics of architecture*”. Academia di Architettura di Mendrisio. 2015.

117 fig. 60 Escadas de acesso secundário para o Mercado do Forno do Tijolo. Madalena Barreto.

117 fig. 61 Interior da Piscina de Arroios. Junta de Freguesia de Arroios. Portfólio.

ÍNDICE DE ESQUEMAS E
PLANTAS

16-17	Planta em diagrama de Istambul e envolvente. Madalena Barreto, 2019
19	Planta do Grand Bazaar, Istambul. Escala 1.1500. Madalena Barreto, 2019
22-23	Planta em diagrama de Atenas e envolvente. Madalena Barreto, 2019
25	Planta da Ágora de Atenas, Grécia. Madalena Barreto, 2019
28-29	Planta em diagrama de Roma e envolvente. Madalena Barreto, 2019
31	Planta do Fórum Romano e Fórum Imperial, Roma. Madalena Barreto, 2019
34-35	Planta em diagrama de Paris e envolvente. Madalena Barreto, 2019
37	Planta e Corte de Les Halles. Madalena Barreto, 2019
51	Esquema de regeneração urbana, Les Halles. Madalena Barreto, 2019
59	Esquema e localização dos mercados existentes em Lisboa no séc. XIX e datas de inauguração. Madalena Barreto, 2019
60-61	Planta de Lisboa. Madalena Barreto, 2019
65	Mapa conceptual: diferentes etnias e nacionalidades. Marina Dahmer Bagnati.
67	Planta da Avenida Almirante Reis. Madalena Barreto, 2019
69	Esquema / Conceito, estratégia. Madalena Barreto, 2019
71	Planta de Estratégia. Madalena Barreto, 2019
81	Planta do Mercado de Arroios. Madalena Barreto, 2019
87	Planta do Mercado do Martim Moniz. Actual. Madalena Barreto, 2019
89	Planta do Bazaar do Martim Moniz. Pro-

	posta. Madalena Barreto 2019
99	Planta do Mercado do Forno do Tijolo, 1952. Madalena Barreto, 2019
101	Planta do Mercado do Forno do Tijolo, 2006. Madalena Barreto, 2019
108-109	Esquema de acessos da Unidade Urbana, segundo Filipe Folque e Silva Pinto. Madalena Barreto, 2019
111	Esquema de acessos da Unidade Urbana, segundo Filipe Folque e Silva Pinto. proposta. Madalena Barreto, 2019
113	Planta da Unidade Urbana Esquema de ligações e circulação, 2016. Madalena Barreto, 2019
115	Planta da Unidade Urbana Esquema de ligações e circulação, proposta. Madalena Barreto, 2019
123	Planta do Piso 0, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
125	Planta do Piso Intermédio (cota 5m e 4m), Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
127	Planta Plataforma / Último Piso, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
129	Corte Longitudinal AA, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
131	Corte Longitudinal BB, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
133	Corte Transversal CC, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
135	Corte Contrutivo, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
137	Pormenor Construtivo, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
139	Pormenor Construtivo, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019

	ras. Madalena Barreto, 2019
141	Pormenor Construtivo, Mercado de Culturas. Madalena Barreto, 2019
143	Esquema de acessos da Unidade Urbana, segundo Filipe Folque e Silva Pinto. proposta. Madalena Barreto, 2019