

# **UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**

**LAURA PONTELLO NITZ**

## **RELATÓRIO FINAL**

(Período no qual esteve vinculado ao Programa 08/2018 a 07/2019)

### **PROGRAMA DE IC:**

- PIBIC
- PIBIC Af
- PIBIC EM
- PIBITI

### **MODALIDADE:**

- CNPq
- UFPR TN
- Fundação Araucária
- Voluntária

## **O ABASTECIMENTO ALIMENTAR E A IMPLANTAÇÃO DE MERCADOS PÚBLICOS EM CURITIBA**

Relatório apresentado à Coordenação de Iniciação Científica e Tecnológica da Universidade Federal do Paraná como requisito parcial da conclusão das atividades de Iniciação Científica ou Iniciação em desenvolvimento tecnológico e Inovação - Edital 2018  
Orientador(a): Prof.(a). Elizabeth Amorim de Castro  
Título do Projeto: O Processo de Urbanização e a Produção Arquitetônica em Curitiba

**CURITIBA**

**2019**

**1. TÍTULO:** O Abastecimento Alimentar e a Implantação de Mercados Públicos em Curitiba

## **2. ALTERAÇÕES REALIZADAS NO PLANO DE TRABALHO**

Não há alterações previstas.

## **3. RESUMO**

O projeto de pesquisa iniciado em agosto de 2018 tem como finalidade estudar e investigar o tema do abastecimento de gêneros alimentícios em Curitiba a partir da ótica dos mercados públicos existentes na capital paranaense. A pesquisa parte do desenvolvimento de uma trajetória histórica dos mercados públicos ao longo dos anos até o século XVIII, de modo a estudar a suas diversas configurações formais e, posteriormente, as teorias desenvolvidas a partir de uma ótica iluminista de organização espacial, relacionando-as ao caso específico dos mercados em Curitiba ao longo dos séculos XIX e XX. Para tanto, intentou-se traçar um panorama mundial do programa e arquitetura dos mercados, de modo a entendê-los enquanto espaços construídos, configurados a partir de parâmetros culturais e históricos, além de gerar uma linha do tempo que explique a história dos mercados públicos em Curitiba, relacionando-os a sua inserção na cidade enquanto equipamentos públicos de abastecimento de gêneros. A pesquisa, de caráter teórico-conceitual, baseia-se em revisão web-bibliográfica de *sites*, artigos, documentos de projeto arquitetônico, livros e dissertações acerca da temática do mercado público e das formulações teóricas que orientaram sua configuração formal ao longo dos anos. Houve, ainda, a preocupação em se explorar com profundidade a trajetória histórica do Mercado Municipal de Curitiba, especificamente, para maior entendimento de sua inserção no processo de urbanização da capital paranaense durante o século XX. Por fim, os resultados alcançados neste estudo foram o estabelecimento de uma narrativa histórica dos mercados enquanto equipamento público construído no contexto urbano de Curitiba e geração de produtos gráficos (mapas) que espacializam estes equipamentos na cidade. A realização deste estudo possibilitou a organização de um material que sintetiza a história do estabelecimento de mercados públicos em Curitiba, de forma a entender, inclusive, o papel dos órgãos públicos na questão do abastecimento na atualidade e localizar deficiências e potencialidades no município.

Palavras-chave: Curitiba; Mercado; Abastecimento

#### 4. INTRODUÇÃO

Os mercados públicos, enquanto espaços suporte de relações comerciais, de sociabilidade e de abastecimento de gêneros, manifestam-se naturalmente desde os primórdios na história da civilização humana. Em maior ou menor escala, estes espaços possibilitam que o homem produtivo possa comercializar os excedentes de sua produção agrícola e material. Para além desta atividade comercial, o mercado público funciona como espaço de sociabilidade e interação cultural de um povo através da manipulação de sua cultura material e da reflexão de uma cultura organizacional que se perpetua ao longo dos tempos dentro de uma sociedade (PINTAUDI, 2004, p. 175).

Os mercados públicos constituem-se em uma das primeiras formas que marcam a separação homem/natureza, ou seja, do momento em que o homem deixa de produzir sua própria existência, anunciando outros ritmos para o tempo/espaço social, através da troca de produtos. (p. 1)

A forma que o mercado público assume, espacial e culturalmente, circunscreve-se no curso da história e modifica-se em função desta. Em termos arquitetônicos, o mercado assume diferentes configurações de acordo com sua inserção em determinados recortes culturais e temporais. Da mesma forma, a cultura organizacional de um mercado, determinada pelo modo apreendido por uma sociedade para resolução de problemas de adaptação externos e internos e que abrange desde o plano dos artefatos e edificações até o nível de valores manifestos, apresenta-se de formas diferentes de acordo com sua situação temporal (SCHEIN, 1984, p. 4). A essência imediata desta atividade, a de configurar-se enquanto espaço público para comercialização de excedentes, no entanto, não se modifica apesar das atualizações em sua morfologia, dimensões e estratégias, sofridas em função do avanço tecnológico funcional inerente as sociedades em que se insere.

Em um panorama mundial e no caso específico de Curitiba, esta dinâmica se faz presente e é analisada, desde seu momento inicial até a atualidade, em que as formas de trocas comerciais e o espaço físico do mercado se adapta e modifica em função das demandas da contemporaneidade.

## 5. REVISÃO DA LITERATURA

### 5.1 A INSERÇÃO DOS MERCADOS AO LONGO DA HISTÓRIA

Desde o período neolítico, a exploração e evolução de ferramentas e meios de transporte proporcionou a existência de excedentes agrícolas em terras férteis, situadas entre os rios Tigre e Eufrates, na Mesopotâmia e Nilo, no Egito. Neste cenário surge a atividade comercial, que neste primeiro momento consiste na troca de excedentes agrícolas por bens de consumo. A partir do surgimento das aldeias e especialização da sociedade, funções como fornecimento, armazenagem e distribuição de produtos materializam-se e passam a compor o mercado, que em um primeiro momento se traduz pelo estabelecimento de feiras livres. (OLIVEIRA JUNIOR, 2006, p. 21)

Ao longo da história, a configuração urbana dos mercados foi condicionada às características culturais das diferentes civilizações - por exemplo, as praças abertas e os bazares cobertos existem desde o século 2000 a. C, em diferentes culturas, conforme Mumford (1998, p. 85). A presença de um local permanente para o estabelecimento de mercados nas cidades, por sua vez, decorre de seu crescimento populacional e produtivo.

O Oriente Médio, enquanto entreposto geográfico e comercial entre dois continentes, apresenta os bazares como tipologia comercial predominante e espaço de vívidas trocas comerciais e sociabilidade. Antes mesmo do advento do Islamismo no século VII a. C., Meca e Medina eram cidades de grande convergência comercial – a partir do alastramento desta religião, e por consequência de sua filosofia que versava sobre a coexistência de negócios e moralidade, os bazares tornaram-se ainda mais frequentes e refletores das ideias que constavam no Corão. A ambiência dos bazares representava simplicidade em suas fachadas externas, mas riqueza e ornamentação em seus interiores, proporcionando um passeio sensorial pautado em cores, odores e extravagâncias ao longo de sua configuração formal básica, composta por tendas dispostas ao longo das principais vias. (OLIVEIRA JUNIOR, 2006, p. 23)

No decorrer da história, a existência de mercados foram frequentemente associadas ao espaço dos templos, que naturalmente detinham grande afluxo populacional e representavam local de encontro. Na cidade grega, a atividade comercial se dava nas ágoras, que inicialmente representavam espaço de aglomeração humana, reuniões para

debate coletivo, exercício cidadão e evocação dos deuses. A ágora era rodeada por edifícios públicos, espontaneamente dispostos, e gerava espaço livre para o estabelecimento de barracas em dias de feira e realização de negócios, também chamada praça do mercado.

Na cidade romana, o espaço destinado ao comércio assume configuração relativamente semelhante. O mercado se situava no fórum, edificação que reunia grande variedade de funções – comerciais, sociais e religiosas. Este edifício gerava uma grande praça central que propiciava o estabelecimento de barracas de feira, ladeadas pelas colunatas pertencentes ao fórum, e que possibilitavam a circulação ao longo das lojas e escritórios. No pavimento térreo encontravam-se as lojas, facilmente identificáveis através de suas várias mercadorias dependuradas e uso excessivo de cores; e no segundo pavimento se situavam as residências dos artesãos. No lado oposto ao mercado se estabeleciam os edifícios públicos da Justiça e do Senado (OLIVEIRA JUNIOR, 2006, p. 25).

A partir da decadência do comércio internacional decorrente da queda do Império Romano do Ocidente, a atividade comercial passou a se limitar a necessidades locais, como se verifica durante o período da Alta Idade Média. No entanto, a partir do século XI e da Baixa Idade Média, com a emergência de uma economia ligada a indústria têxtil e o estabelecimento das guildas, a ocorrência de atividades comerciais em feiras torna-se bastante recorrente nas praças públicas ocidentais, de modo itinerante. Neste momento, o espaço produtivo se separa do espaço varejista, segregando a atividade comercial nestes espaços livres intra-urbanos, que sediavam as feiras que ocorriam temporariamente e representavam a principal fonte de abastecimento de gênero das cidades (SILVA, 2015, p. 1).

Conforme se pode observar a partir do apanhado temporal feito desde a ágora grega até a feira medieval, o ambiente destinado ao comércio apresenta caráter essencialmente público e espacialmente aberto. A ancoragem dos mercados em lugares específicos e edificadas, no entanto, se deu a partir do aumento da oferta produtiva e da necessidade de armazenamento dos gêneros (PINTAUDI, 2006, p. 88). Durante o período do Renascimento comercial, a ideia de praça de mercado se difunde em nível internacional e a noção de comércio se consolida a partir de uma lógica transnacional – espacialmente, isto se reflete

no estabelecimento de espaços fechados para realização de comércio varejista que possibilitavam, ainda, armazenagem de produtos.

No século XVI, na Itália, duas configurações fixas de mercados se consolidam – os Filaretos florentinos e os Fondacos venezianos, ambas tipologias edificadas e multifuncionais. Os Filaretos apresentavam-se enquanto complexos que abrangiam o programa de tabernas, casas de câmbio e banhos públicos, dispostos em edifícios que conformavam uma praça onde se dava a atividade comercial. (ROMANO, 2004, p. 27). Semelhantemente, os Fondacos se configuravam enquanto edificações de três andares com variedade de programas que também configuravam uma praça comercial. (OLIVEIRA JUNIOR, 2006, p. 29). A multiplicidade programática conferida ao espaço do mercado, inaugural neste momento histórico, conferia aumento estratégico ao fluxo de pessoas ao mercado.

A partir do século XVIII, com a ascensão dos comerciantes, do capitalismo comercial e da atividade comercial urbana, o espaço de mercado distanciou-se de sua característica de espaço público e modificou sua relação com a interface da cidade, trazendo mercadorias que iam além das necessidades básicas, fruto da atividade industrial em plena ascensão. Neste momento, destaca-se o desenvolvimento de uma preocupação governamental com questões sanitárias, baseada na teoria miasmática que defende intervenções higienistas nas grandes aglomerações urbanas a partir da premissa de que a propagação de doenças e as condições de higiene dos espaços públicos e construídos estão intimamente atreladas. (MURILHA, 2011, p. 67)

Nos países europeus, órgãos públicos são criados com o objetivo de fiscalizar as condições sanitárias nas cidades neste momento, e fomentá-las através da implantação de sistema de esgoto, pavimentação das vias e controle dos espaços em que a existência de miasmas representava uma ameaça à saúde pública. O estabelecimento de uma ordem de setorização, controle e fiscalização deu início a um novo padrão organizacional das cidades e de seus edifícios, aplicando-se também ao espaço de mercados e matadouros a partir do estabelecimento de novas normas construtivas para estes programas. Neste sentido, no século XIX, a função do mercado culmina na especificação de seu uso para fins de abastecimento e esvazia a importância das feiras e praças de mercado – o mercado, neste momento, é um edifício coberto e com localização definida a partir de uma lógica de

setorização da cidade, perdendo sua função inicial, aglutinadora de encontros e acontecimentos sociais.

Em 1855, o mercado *Les Halles* é construído em Paris sob as ordenações do então prefeito barão de Haussmann, a partir da lógica higienista para concentração das funções de abastecimento. Este edifício, cuja estrutura pré-fabricada baseava-se no uso de aço e vidro, contribuiu para a difusão do modelo industrial de mercado público. Estima-se que, entre os anos de 1820 e 1860, cerca de sessenta mercados foram construídos em toda a Europa. No Brasil, o primeiro mercado público edificado a partir de uma lógica industrial é inaugurado em 1834, na cidade do Rio de Janeiro, pelo arquiteto Grandjean de Montigny (OLIVEIRA JUNIOR, p. 34 e 35). O Mercado da Candelária apresentava planta simétrica, com boxes dispostos ao redor de um pátio central aberto. A partir deste exemplo inaugural, outros mercados edificados a partir de estrutura pré-fabricada surgiram em capitais brasileiras, como o Mercado Público de Florianópolis, em 1851, o Mercado da Carne em Belém, de 1867 (MURILHA, SALGADO, 2011).

A partir do século XX, as relações comerciais sofrem impacto direto da incorporação da atividade industrial no cotidiano das cidades e as mercadorias, além de adquirirem maior distanciamento entre produtor e consumidor, passam a circular com maior velocidade. Neste sentido, novas formas de distribuição de produtos se estabelecem, de modo a proporcionar maior controle de qualidade, conforto e higiene aos consumidores. Hipermercados e *shopping centers* são instituídos como formas comerciais adequadas à demanda dos séculos subsequentes, tornando o mercado público, gerido pelo Estado, desinteressante e obsoleto se comparado às novas formas comerciais, em que se reproduz o capital de maneira privada. (PINTAUDI, p. 96)

A partir deste panorama, os mercados públicos tornam-se objeto de metamorfose obrigatória, como forma de sobrevivência a um novo paradigma de consumo. Exemplos nacionais e internacionais demonstram como a remodelação de antigos mercados provou-se essencial para a manutenção de seu funcionamento, com a resignificação de seu espaço a partir de diretrizes de exploração da atividade turística, regionalismos e consumo do espaço arquitetônico com atmosfera saudosista, acarretando na perda de sua funcionalidade original. Em Barcelona, os mercados públicos recebem intervenção do Estado a partir da instituição do *Plan Especial de Equipamiento Comercial Alimentario de la Ciudad de Barcelona*, em 1986, que visa revitalizar estes equipamentos como

polaridades importantes na cidade (SILVA, 2015, p.3 e 4). Em São Paulo, o Mercado Municipal sofre revitalização em 2004, resultando em sua reforma e ampliação do setor gastronômico, de modo a seguir a diretriz turística e regionalista como eixo de renovação.

## 5.2A INSERÇÃO DOS MERCADOS EM CURITIBA

O surgimento do mercado como espaço projetado e aparelho urbano em Curitiba relaciona-se diretamente com a necessidade de ordenamento da comercialização de gêneros alimentícios já existente no município. Em consonância com as teorias iluministas desenvolvidas no continente europeu à época, o processo de regulamentação e organização do comércio de alimentos em Curitiba durante o século XIX parte dos esforços para organizar os setores de abastecimento de gêneros, eliminação do comércio ambulante e, principalmente, relaciona-se à investida racionalizante de ordenamento espacial do comércio através da construção de edifícios específicos aos programas que atendem.

Inicialmente bastante desregulada e informal, a comercialização de gêneros alimentícios na capital da Província do Paraná, até meados do século XIX, realizava-se em um conjunto de pequenas construções, ou “casinhas” situadas na face norte da Praça Matriz, atual Praça Tiradentes. O abastecimento de gêneros alimentícios se provava bastante problemático para os governantes da então Vila de Curitiba, e a partir do século XIX a situação torna-se mais crítica (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996). O ritmo de crescimento urbano e a retirada dos trabalhadores do campo a partir da construção de engenhos já não suportava mais a possibilidade da prática agrícola dentro das áreas urbanas, a qual em 1853 foi proibida por determinação do engenheiro francês Pierre Taulois. (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1992, p. 7)

Taulois indicava que a atividade agrícola deveria ser realizada na zona rural das cidades, sendo o quadro urbano a área destinada às atividades secundárias e terciárias. Neste sentido, o abastecimento de gêneros alimentícios em Curitiba consolidou-se através da produção agropecuária realizada por colônias de imigrantes nas proximidades do quadro urbano. O conjunto destas colônias, reconhecido como cinturão verde, dedicava-se à atividade agropecuária e à venda de seus excedentes em carrocinhas no centro da cidade. Em 1875, esta política de abastecimento, inicialmente espontânea, tornou-se oficial por determinação do então presidente da Província Afonso Lamenza Lins, que incentivou a



criação de mais colônias de imigrantes próximas ao quadro urbano (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1992, p. 7). O Mapa 1 mostra Curitiba em 1915 e no entorno de sua área mais urbanizada encontram-se as colônias de imigrantes, as quais deram início a diversos bairros da cidade como Santa Felicidade, Pilarzinho e Água Verde. (A URBANIZAÇÃO..., p. 3).

A Praça da Matriz representava o espaço onde estas trocas ocorriam na cidade, seja através do comércio ambulante, operado por mascates e carrocinhas dos imigrantes que comercializavam seus excedentes, ou pelo comércio realizado nas antigas “casinhas”, situadas na atual Rua Saldanha Marinho. Esta atividade, sem regulamentação e operada à mercê dos proprietários e comerciantes, a partir de 1840 tornou-se alvo de duras críticas do subdelegado de polícia, que recomendou a ordenação dos açougues e casas de comércio sob a alegação de falta de higiene, administração deficiente e consequente formação de monopólios e aumento exagerado dos preços. (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996, p. 9)

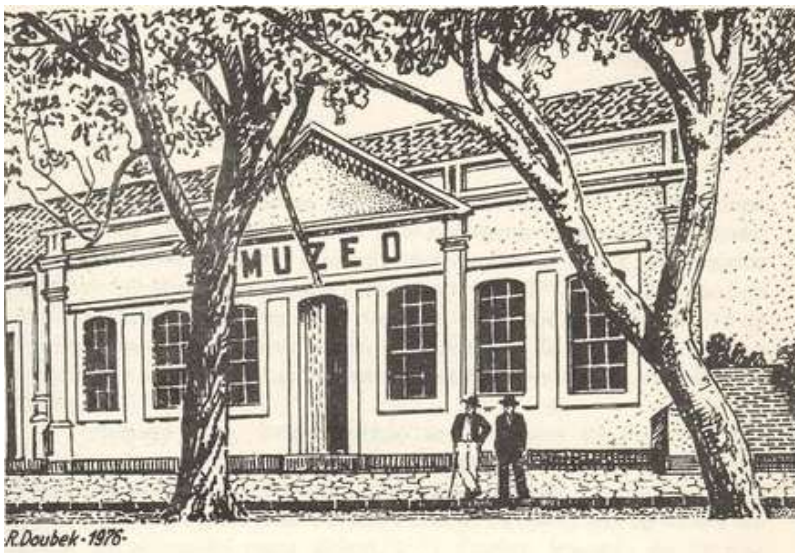
MAPA 1: Curitiba em 1915. O desenho destaca a área mais urbanizada da cidade em torno da qual situam-se as colônias de imigrantes.



Fonte: Casa da Memória / Diretoria do Patrimônio Cultural / Fundação Cultural de Curitiba.

Em janeiro de 1858, a construção do edifício de mercado e a contratação de administrador já era pauta discutida pelos vereadores na Câmara e, em 1864, o primeiro mercado público de Curitiba é estabelecido, situado no Largo da Ponte (atual Praça Zacarias) em um edifício preexistente, adaptado ao programa de mercado (Figura 1). O mercado funcionou no local por dez anos até a determinação de construção de um novo edifício, em 1873, no então Largo da Cadeia, próximo à Praça Matriz, onde já existiam ruínas do antigo Quartel dos Milicianos, espaço cuja ocupação e saneamento já eram previstos. (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996, p. 11)

FIGURA 1: Edificação que abrigou o primeiro mercado público de Curitiba, entre 1864 e 1873, e posteriormente foi sede do Museu Paranaense.



Fonte: TREVISAN, Edilberto. A gênese do Museu Paranaense (1874-1882). In: Arquivos do Museu Paranaense. Nova série. N° 1. Curitiba, 1976.

Em 1873, as obras para o novo mercado foram iniciadas no antigo largo da cadeia (Figura 2) e, um ano depois, o Mercado Central foi inaugurado. O projeto arquitetônico, assinado pelo engenheiro Gottlieb Wieland, seguiu os modelos racionalizantes vigentes, específicos para mercados públicos, contando com vinte boxes dispostos ao redor de um pátio (Figura 3). Em 1875, é estabelecida a regulamentação para o funcionamento do novo mercado, que versava sobre a ocupação regular dos boxes a partir da assinatura de contratos, o horário de funcionamento do Mercado e a vigilância das atividades comerciais, realizada pelo administrador da Câmara. (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996)

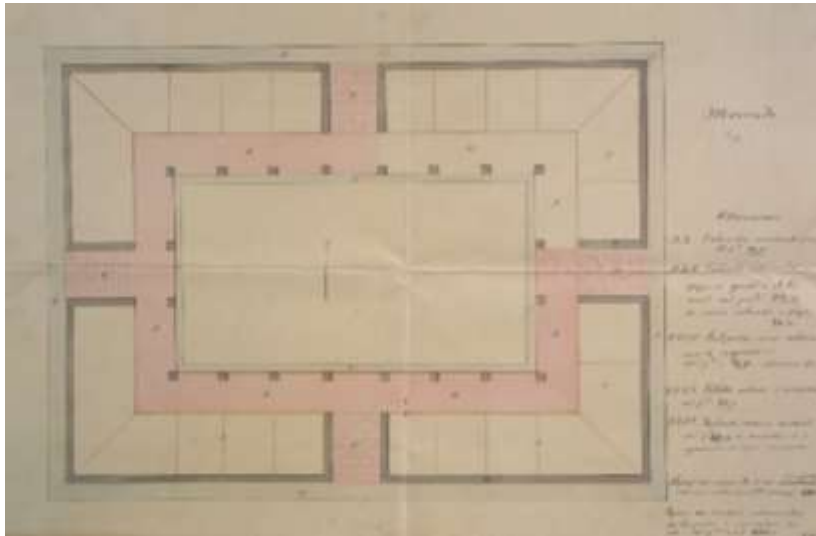
Entre os anos de 1886 e 1887, o Mercado Central passou por reformas após queixas dos permissionários acerca da infraestrutura da edificação, como umidade, ausência de banheiros e insalubridade. O projeto da reforma, de autoria do engenheiro João Lazzarini, incluiu o reparo de calçadas internas e externas (SUTIL, p. 10). No ano de 1890, no entanto, a necessidade de construção de um novo mercado, mais moderno e menos precário é levantada dentro da Câmara, aliada à intenção de transferir o programa de mercado a uma localidade mais afastada da área central. Em 1905, o engenheiro Brasilino Moura envia à Câmara uma proposta de reconstrução do mercado a partir do moderno sistema construtivo Chalet, cuja execução levaria menos tempo que a transferência das funções a um novo endereço. Sua proposta, no entanto, seria executada apenas em 1913, quando da construção do novo mercado na Praça Dezenove de Dezembro (Figuras 4 e 5). (CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996)

FIGURA 2 - Implantação do edifício do mercado central.



Fonte: Casa da Memória / Diretoria do Patrimônio Cultural / Fundação Cultural de Curitiba.

FIGURA 3 - Planta baixa do edifício do mercado central.



Fonte: Casa da Memória / Diretoria do Patrimônio Cultural / Fundação Cultural de Curitiba.

Figura 4: A imagem mostra a construção do Paço Municipal, em 1915, no local onde funcionava o mercado. As paredes externas da edificação serviram como tapume para a obra.



Fonte: Acervo Instituto Histórico e Geográfico do Paraná.

FIGURA 5: A imagem mostra o mercado da Praça 19 de Dezembro, construído em 1913.



Fonte: Acervo Instituto Histórico e Geográfico do Paraná.

O mercado na Praça Dezenove de Dezembro funcionou até 1914, quando foi transferido ao Largo Theodoro Bayna, na confluência das ruas Emiliano Pernetta e Doutor Pedrosa (Figura 6). O chamado “Mercadinho do Batel” funcionou neste endereço até 1937, quando foi demolido. (A URBANIZAÇÃO..., p. 4)

FIGURA 6: Mercadinho do Batel, no Largo Theodoro Bayna - sem data.



Fonte: Acervo do Arquivo Municipal

A partir da década de 1940, Curitiba passa a vivenciar um quadro de expansão urbana e demográfica transbordante, acentuando-se a necessidade de estabelecimento de diretrizes para seu crescimento. Neste contexto, encomenda-se em 1943 à empresa carioca Coimbra Bueno & Cia Limitada, por intermédio do então prefeito Rozaldo de Mello Leitão, a execução de um plano diretor para a capital paranaense. A empresa, que contrata o urbanista francês Albert Agache para desenvolvimento do plano, executa em Curitiba o documento homônimo denominado Plano Agache, que estabelecia diretrizes para resolução das problemáticas existentes na cidade. Agache construiu soluções acerca daquilo que seriam os três principais entraves presentes na capital – o saneamento, o congestionamento e a necessidade de órgãos funcionais; e estabeleceu um modelo de setorização para Curitiba que previa a criação de vários “centros” funcionais, dentre estes, o centro de abastecimento. (CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2015)

No Plano Agache, o órgão de abastecimento se materializaria no edifício do Mercado Municipal, cuja localização prevista (Figura 7) era próxima à estação ferroviária, de modo a impulsionar a ocupação das terras do bairro Capanema e garantir o fácil transporte de mercadorias. Segundo o texto redigido para o Plano Agache e publicado no Boletim da Prefeitura Municipal de Curitiba, em 1943,

Projetamos um grande mercado central do tipo mercado coberto para ser construído por etapas, com um ramal de linha férrea, ao lado da estação ferroviária. [...] A situação prevista para o mercado central satisfaz plenamente aos requisitos essenciais pois é bastante amplo, está próximo ao centro da cidade, é de fácil acesso, tem a possibilidade de se comunicar com a linha férrea, está ligado às estradas de rodagem e fica ao lado da estação rodoviária. (BOLETIM PMC, 1943, p. 39)

FIGURA 7: Projeto do Mercado e da Estação Rodoviária proposto pelo Plano de Urbanização de Curitiba - 1942.



Fonte: Acervo IPPUC.

As obras para a construção de um novo Mercado Municipal para Curitiba, no entanto, iniciaram-se apenas em 1955, quando foi aprovada a Lei Municipal 1.136 (SGANZERLA, p. 123).

Art. 1º Fica o Poder Executivo autorizado a baixar instruções e regulamentos para construção e exploração de um Mercado Municipal em Curitiba, nos precisos termos desta Lei.

Art. 2º A concessão para a construção e exploração do Mercado Municipal será feita após prévia concorrência pública.

Parágrafo Único - O Mercado Municipal, em qualquer hipótese, será construído em terreno da Prefeitura ou por esta indicado ao vencedor da concorrência.

Art. 3º O contrato, a ser submetido à apreciação do Poder Legislativo, fixará as condições gerais da concessão e exploração.

Art. 4º Nas dependências do Mercado Municipal poderá ser instalado em Entrepasto Municipal de Gêneros, destinado à armazenagem e comércio, por atacado, de gêneros alimentícios, trazidos para consumo da população do Município da Capital.

Art. 5º A construção do mercado previsto nesta Lei obedecerá a rigorosas prescrições técnicas baixadas pela Prefeitura e não será iniciada sem que esta aprove o respectivo projeto. (Curitiba, 1955)

No período compreendido entre os anos de 1943 e 1955, a população mostrou-se bastante insatisfeita com a inexistência de um mercado principal para a cidade, apesar da recorrência insuficiente de feiras livres, conforme pode se observar no noticiário da época:

A falta de um Mercado Municipal continua a preocupar a população de Curitiba. Cotando a nossa capital com um certo número de feiras livres que abastecem a população, notamos que, talvez por falta de hábito, ainda não está esse serviço funcionando como devia. Por um lado, nota-se a luta dos feirantes para poderem suprir suas bancas, procurando adquirir dos intermediários que lhes vendem nos caminhões vindos dos municípios vizinhos, Campo Largo, São José dos Pinhais, Alexandra, Morretes, Antonina, Paranaguá, e até mesmo dos estados de São Paulo e Santa Catarina. Estes vendedores intermediários às vezes já estão vendendo mercadorias adquiridas a outros intermediários. (Diário do Paraná, 1955)

A construção do Mercado Municipal, projetado pelo engenheiro Saul Raiz, iniciou-se em 1956 e, dois anos depois, o edifício foi inaugurado (Figura 8), entre as avenidas Sete de Setembro e Presidente Affonso Camargo, e as ruas da Paz e General Carneiro. Até 1978, a concessão de exploração das atividades do Mercado foram entregues à firma Gastão Câmara S/A, também responsável pela execução das obras do edifício, sendo que a Prefeitura Municipal se encarregou pela administração do Mercado a partir desta data (A URBANIZAÇÃO..., p. 5).

FIGURA 8 - Super Mercado Municipal de Curitiba no ano de sua inauguração. Na foto, o ônibus da linha circular mercado, que atendia a grande demanda de passageiros que circulavam pela região.



Fonte: Acervo da Prefeitura Municipal de Curitiba.



A partir da década de 1970, a existência de um único mercado para Curitiba tornou-se insuficiente diante da demanda da população crescente. A resposta dada pela Prefeitura Municipal a este problema foi a elaboração de um programa que previa novas instalações que seguissem os moldes do Mercado Municipal nos bairros. Em 1983, o MERCASUL do bairro Capão Raso foi inaugurado (Figura 9), oferecendo o comércio de hortigranjeiros de preços controlados e serviços auxiliares como correios e telefones públicos. Foi o primeiro edifício inteiramente reciclado pelo IPPUC, a partir do aproveitamento do barracão da fábrica de compensados NOSA-A.B. Nogueira Comércio de Indústria de Madeiras Ltda. (A URBANIZAÇÃO..., p. 6). O MERCASUL funcionou até 1992, quando teve seu USO substituído pelo de Shopping Popular, que cedeu espaço a um mercado popular menor em sua estrutura.

A partir de 1978, quando a firma Gastão Câmara S/A perdeu a concessão da administração, o Mercado Municipal sofreu mudanças na estrutura de comercialização e de manutenção. Neste momento, as opções de comércio oferecidas à população se expandiram com o advento das redes de supermercados e o varejo no Mercado Municipal entrou em decadência. Simultaneamente, em 1976, a Ceasa começou a operar em Curitiba por determinação do Governo Federal, fato que afetou consideravelmente o comércio por atacado no Mercado Municipal, que agora era dominado pelos grandes comerciantes da Ceasa. (SGANZERLA, p. 127).

Em face deste impasse, o Mercado Municipal operou a reinvenção de suas funções, de modo a reconquistar a clientela e ativar novamente seu espaço. Em 1982, sob a gestão do prefeito Jaime Lerner, passou por suas primeiras reformas – nesta primeira etapa, houve a construção de um mezanino, melhorias na fachada e ampliação da quantidade de boxes. A segunda etapa, ocorrida apenas em 1992, efetivou a ampliação do espaço construído a partir da criação de novos blocos, melhoria das condições sanitárias locais e da fachada, previstos no projeto da arquiteta Maria Helena Paranhos.

A terceira etapa de melhorias do Mercado foi realizada em 1998, com a reforma das redes elétrica e hidráulica e a incorporação do edifício ao circuito turístico da cidade. Em 2002, houve a reorganização dos boxes por setores e a realocação da praça de alimentação ao segundo andar. Neste momento, o Mercado Municipal deixa de ser apenas um órgão de abastecimento, como previsto no Plano Agache, mas se reveste do caráter

turístico e de lazer, atraindo usuários que buscam contato com a gastronomia local e a experiência do passeio (SGANZERLA, p. 128). Atualmente, os permissionários do Mercado Municipal utilizam a Ceasa como fonte de abastecimento para suas mercadorias, sendo a Prefeitura Municipal apenas a responsável pelo espaço físico do mercado.

FIGURA 9 - Vista lateral dos barracões do mercado sul (MERCASUL)



Fonte: Acervo Casa Romário Martins

## 6. MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa, de caráter teórico-conceitual e exploratório, baseia-se em revisão web-bibliográfica de *sites*, artigos, documentos de projeto arquitetônico, livros e dissertações acerca da temática do mercado público e das formulações teóricas que orientaram sua configuração formal ao longo dos anos. Em resumo, a metodologia pretendida segue as seguintes etapas:

### 1. Revisão web/bibliográfica e coleta de dados:

Esta etapa consiste na leitura e seleção de dados relevantes ao processo da pesquisa, de modo a iniciá-la a partir da descrição da trajetória dos mercados em escala global e afunilá-la em direção ao caso específico de Curitiba;

## 2. Organização cronológica e sistematização dos dados:

Aqui, os dados coletados na primeira etapa são organizados cronologicamente, de maneira a estruturar e descrever uma narrativa acerca da temática estudada e relacioná-la às teorias de organização espacial das cidades vigentes em cada momento histórico através de linha do tempo, inclusive para o caso curitibano;

## 3. Análise e avaliação do material escrito:

Etapa que analisa as informações e dados obtidos à guisa de fechamento do estudo.

# 7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise a trajetória dos mercados públicos em Curitiba enquanto equipamentos centralizadores da atividade de abastecimento alimentar, revela modificações funcionais ao longo do tempo. O edifício que, em princípio, aglutinava e ordenava o comércio de gêneros alimentícios torna-se obsoleto a partir da ascensão de equipamentos vinculados a um fluxo mais intenso e variado de mercadorias, além de atender a um recorte espacial muito específico da cidade – a região central. Coube à gestão pública, por conseguinte, descentralizar e estabelecer novas funções aos equipamentos públicos de abastecimento que, anteriormente, resumiam-se ao Mercado Municipal.

Em 1986, foi fundada a Secretaria Municipal do Abastecimento, de modo a articular a política de abastecimento em Curitiba com a Região Metropolitana e intermediar as relações entre produtores e consumidores, aproximando-as e regulando os preços dos gêneros alimentícios. A partir de uma política que priorizava o acesso da população carente à cultura alimentar por preços mais baixos, a Secretaria criou projetos de incremento da produção agrícola e equipamentos para comercialização de alimentos por valores populares (IPPUC, 1991), como os Sacolões da Família, os Armazéns da Família, o Varejão do Capão Raso e o Mercado Regional do Cajuru.

Os Sacolões da Família (FIGURA 10) são equipamentos implantados em 1997 e existentes em quinze bairros curitibanos, cujo objetivo é proporcionar preços mais baixos

para produtos de hortifrúti por meio do incentivo aos comerciantes a negociar preços com atacadistas e efetuar a compra dos produtos diretamente dos produtores locais, de modo a diminuir o valor do frete. (Prefeitura Municipal de Curitiba, 2019)

FIGURA 10 – Sacolão da Família na Rua da Cidadania da Regional Matriz



Fonte: Autora (2019)

Já os Armazéns da Família comercializam produtos de primeira necessidade – gêneros alimentícios e produtos de higiene e limpeza - com preços, em média, 30% menores que do mercado convencional, direcionados à famílias que recebem até cinco salários mínimos através de cadastro na Prefeitura Municipal.

FIGURA 11 – Mercado Regional do Cajuru

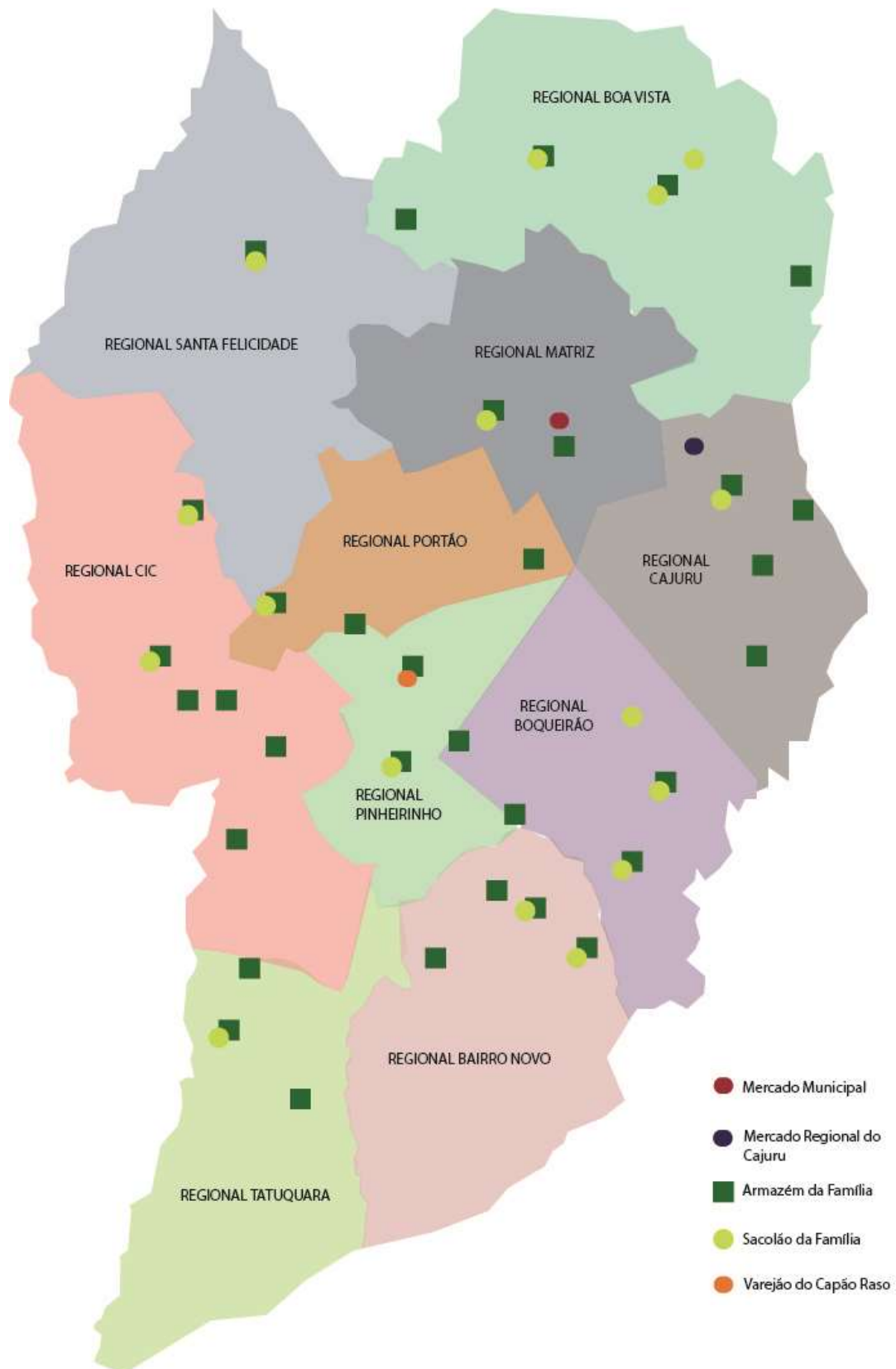


Fonte: Autora (2019)

O Mercado Regional do Cajuru, por sua vez, foi inaugurado em 2012 com o objetivo de substituir o programa do extinto MERCASUL, assumindo uma função de Mercado Municipal de bairro e suprindo as necessidades locais com enfoque em produtos de hortifrúti (FIGURA 11). O edifício localiza-se ao lado do terminal Capão da Imbuia, fato que catalisa a passagem de usuários do transporte da Região Metropolitana de Curitiba pelo equipamento. O Varejão do Capão Raso, por sua vez, opera no espaço do Shopping Popular, assumindo a função de centro comercial com a venda de produtos comestíveis, hortifrutigranjeiros e de consumo. (Prefeitura Municipal, 2019)

O Mapa 2, elaborado a partir de informações disponibilizadas pelo IPPUC (2018) traça a localização destes equipamentos ao longo do mapa de Curitiba. Ao analisá-lo, é possível perceber que a faixa central do território municipal é bem servida pelos equipamentos de abastecimento. As regionais Boqueirão, Pinheirinho e CIC apresentam quantidades relevantes de Armazéns e Sacolões da Família. Em contrapartida, é visível que algumas regiões da cidade não são atendidas pelos equipamentos propostos pela Secretaria, como a região sul das regionais Tatuquara e Bairro Novo, gerando um vácuo na prestação destes serviços. Em entrevista com Thiago CAVICCHIOLO (2019), diretor do Mercado Municipal de Curitiba, obtém-se que o futuro atendimento destas regiões faz parte de um plano de ação estratégica da Secretaria de Abastecimento, que prevê a implantação de equipamentos onde a demanda populacional seja significativa. Além disso, Cavicchiolo reforça que o estudo de implantação destes equipamentos leva em consideração fatores como custos de locação, renda populacional e a preexistência de comércio popular e oferta de gêneros na região – o que explica o vácuo existente entre as regionais Matriz, Portão e Santa Felicidade, que já apresentam atividade comercial consolidada.

MAPA 2



Fonte: Autora (2019)

## 8. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evolução dos mercados públicos e suas modificações em função do tempo são capazes de ilustrar a mutabilidade das formas e programas arquitetônicas em prol da modernidade – o equipamento que, em um primeiro momento surge a partir da real necessidade de alocar e organizar as atividades comerciais se transmuta em funcionalidades diversas na atualidade, a partir de um panorama do distanciamento entre produtores e consumidores. Seu papel primordial perde importância, o espaço se reveste de nostalgia e funções secundárias, como o turismo regional e o atendimento de seu perímetro próximo, e a gestão pública passa a se encarregar da distribuição de equipamentos ao longo da malha da cidade que, extensa e desigual, deve proporcionar aos cidadãos a possibilidade do contato com a nutrição de qualidade e segurança alimentar.

A partir disto, é possível concluir que a diminuição da importância do mercado público enquanto equipamento principal de abastecimento é uma consequência inevitável da contemporaneidade, sendo necessário que órgãos municipais possibilitem o acesso da população menos favorecida à segurança alimentar através da pulverização de equipamentos, geração de benefícios e subsídios aos produtores e diminuição de custos e distâncias entre produtores, consumidores e alimentos.

## 9. REFERÊNCIAS

**A urbanização e o abastecimento.** [Curitiba]: Datilografado, [19--]. n.p.

Casa Romário Martins. **Boletim Informativo Casa Romário Martins.** Volumes 23 a 110, páginas 07 a 21. 1996. Curitiba.

Casa Romário Martins. **Boletim Informativo Casa Romário Martins.** Páginas 08 a 14. 1992. Curitiba.

CAVICCHIOLO, Thiago. Entrevista concedida a Laura Pontello Nitz. Curitiba, 09 jul. 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. **Curitiba em Dados 1980/1990.** Páginas 101 e 12. 1991. Curitiba.

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. **Concurso de Ideias Rua Saldanha Marinho**. Curitiba: Ippuc.

MURILHA, Douglas. **O Higienismo e a Construção dos Matadouros e Mercados Públicos**. 292 f. Dissertação (Mestrado em Urbanismo) Programa de Pós-Graduação em Urbanismo, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2011.

OLIVEIRA JUNIOR, José Vanildo de. **Fluxograma do Processo de Planejamento Arquitetônico Aplicado a Mercados Públicos**. 146 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Urbana) Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Os Mercados Públicos: Metamorfoses De Um Espaço Na História Urbana**. CIDADES, volume 3, n. 5, 2006, páginas 81-100.

SCHEIN, Edgar H.. **Coming to a new awareness of organizational culture**. Sloan Management Review. 1984.

Secretaria Municipal do Abastecimento. **Diretrizes Básicas 1989/1992**. Páginas 159 a 178. 1992. Curitiba.

SGANZERLA, Eduardo. **Mercado Municipal de Curitiba**. Curitiba: Esplendor, 2005. 145 p.

SILVA, Diego Vernille da. **Mercados Municipais de São Paulo: Equipamentos ou excentricidade urbana?** Trabalho apresentado no XIV ENANPUR espaço, Planejamento e Insurgências. Belo Horizonte. 2015.

SUTIL, Marcelo. **Eixo Barão-Riachuelo: o prédio da estação e a Rua da Liberdade**. Curitiba: Digitado, [1997]. n.p.