



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Maria de Sousa Lopes Borges de Araújo

O MERCADO COMO GERADOR DE URBANIDADE
CASOS DE ESTUDO NA CIDADE DO PORTO

Dissertação no âmbito do Mestrado Integrado em Arquitetura,
orientada pela Professora Doutora Carolina da Graça Cúrdia Lourenço Coelho
e apresentada ao Departamento de Arquitetura da Faculdade de Ciências e Tecnologia
da Universidade de Coimbra.

Fevereiro de 2021

O MERCADO COMO GERADOR DE URBANIDADE
CASOS DE ESTUDO NA CIDADE DO PORTO

A presente Dissertação segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990 e as normas APA (American Psychological Association) para efeitos de citação e referência. As citações diretas que integram o corpo de texto encontram-se em Língua Portuguesa, por forma a facilitar a leitura continuada do mesmo. No caso das citações diretas de fonte original estrangeira, é apresentada a tradução livre da autora no corpo de texto, acompanhada pela transcrição original em nota de rodapé.

Agradeço,

Ao Arquivo Histórico do Porto, pelo acesso a documentos fundamentais para a elaboração desta dissertação,

Ao Arquiteto Nelson Almeida, do *atelier* Ferreira de Almeida, pela entrevista e pela disponibilização de elementos gráficos relativos à reabilitação Mercado do Bom Sucesso,

À Luísa São Marcos, do Mercado do Bom Sucesso, pela autorização na recolha de fotografias e entrevistas aos lojistas,

À Junta de Freguesia da Foz do Douro pela autorização na recolha de fotografias e entrevistas aos comerciantes,

Ao Arquiteto Luís Pessanha Moreira, do *atelier* AT MOMO, por facultar documentos essenciais relativos à reabilitação do Mercado da Foz do Douro,

Aos comerciantes dos Mercados da Foz do Douro, Matosinhos e Bom Sucesso pelas entrevistas, sem os quais esta dissertação não teria o mesmo valor,

Ao Jónatas Pego, pela visita guiada pelo Mercado Cultural do Carandá,

Ao Arquivo de Viana do Castelo, pela disponibilização de documentos relativos ao Mercado de Caminha,

Ao Arquiteto Rui Rosado Correia, pela conversa e envio de elementos gráficos relativos ao Mercado de Caminha, essenciais para a elaboração desta dissertação,

À Professora Carolina Coelho, pela inestimável contribuição, motivação e dedicação ao longo deste percurso,

Aos amigos,

Ao Pai, à Mãe e à Leonor,

Ao Francisco.

RESUMO

Os mercados são equipamentos que, ao longo dos anos, têm sido vistos como espaços potenciadores de vivências e de atração tanto local como turística. Com o surgimento de novas ofertas comerciais, têm sofrido alterações nos seus programas para responder às necessidades de uma sociedade em constante evolução.

A presente dissertação tem como objetivo refletir sobre a participação na reabilitação de mercados, e como é que esta tem impacto no espaço projetado e vivido pelos seus utilizadores, através do projeto participado e da apropriação do espaço construído. Analisa-se também a forma como as mudanças programáticas possibilitaram respostas diversificadas e, assim, mais pertinentes.

De entre as múltiplas variáveis que entram em equação, a oportunidade de criar espaços que atraiam utilizadores ao mercado e sua participação, tanto no projeto como no espaço construído, têm-se destacado como elementos que podem torná-los agregadores urbanos.

Os casos de estudo estudados são cinco, localizados na cidade do Porto, e mostram adaptabilidade dos mercados aos novos programas incluídos e refletem a importância da participação efetiva das pessoas desde o processo de projeto até ao momento da construção, através da sua apropriação. São complementos evidentes uns dos outros, pelas várias experiências que oferecem aos utilizadores, sendo muito diferentes entre si quanto ao programa atual e quanto à abordagem participativa.

Em síntese, o trabalho desenvolvido pretende analisar de que forma é que a reabilitação pode potenciar o mercado como equipamento gerador de dinâmicas na cidade e quais as formas e etapas em que a participação neste processo é possível e pertinente.

PALAVRAS-CHAVE

Mercado; Reabilitação; Porto; Participação; Apropriação

ABSTRACT

The markets are equipment that, over the years, have been seen as spaces that enhance both local and tourist experiences and attraction. With the emergence of new commercial offers, they have undergone changes in their programmes to meet the needs of a society in constant evolution.

This dissertation aims to reflect on participation in the refurbishment of markets, and how this has an impact on the space designed and lived by its users, through design participation and appropriation of the built space. It also examines how programmatic changes have enabled diversified and thus more relevant responses.

Among the multiple variables that come into the equation, the opportunity to create spaces that attract users to the market and their participation, both in the project and in use, have stood out as elements that can make them urban aggregators.

There are five case studies, located in the city of Porto, which show the adaptability of markets to the new programs included and reflect the importance of effective participation of people from the project process to the moment of construction, through their appropriation. They are obvious complements to each other, due to the various experiences they offer to users, being very different from each other in terms of the current programme and of participation.

In summary, the work carried out aims to analyse how refurbishment can boost the market with equipment that generates dynamics in the city and what forms and stages participation in this process is possible and relevant.

KEYWORDS

Market; Porto; Program; Participation; Appropriation

ABREVIATURAS

AIL	Associação dos Inquilinos Lisbonenses
CMB	Câmara Municipal de Braga
CMC	Câmara Municipal de Caminha
CML	Câmara Municipal de Lisboa
CMM	Câmara Municipal de Matosinhos
CMP	Câmara Municipal do Porto
CRUARB	Comissariado para a Renovação Urbana da Área Ribeira-Barredo
CTT	Correios e Telecomunicações de Portugal
GTAAC	Gabinete Técnico de Apoio a Agrupamentos de Concelhos
IGESPAR	Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico
IHRU	Instituto de Habitação e Reabilitação Urbana
IMMB	Instituto Municipal de Mercados de Barcelona
PDM	Plano Diretor Municipal
SAAL	Serviço de Apoio Ambulatório Local
SRU	Sociedade de Reabilitação Urbana

SUMÁRIO

RESUMO	v
ABSTRACT	vii
ABREVIATURAS	ix
INTRODUÇÃO	1
01. REABILITAÇÃO DE MERCADOS E A SUA RELAÇÃO COM A CIDADE	11
1.1. O mercado como protagonista na cidade	13
1.2. Os casos de Barcelona e Lisboa	25
1.2.1. Mercado de <i>Sant Josep</i> <i>La Boqueria</i> , Barcelona, 1840 2009	27
1.2.2. Mercado de <i>Santa Caterina</i> , Barcelona, 1845 2005	31
1.2.3. Mercado da Ribeira <i>Time Out</i> , Lisboa, 1882 2013	37
1.2.4. Mercado de Campo de Ourique, Lisboa, 1934 2013	43
02. EXPERIÊNCIAS PARTICIPATIVAS	49
2.1. A participação e a apropriação na cidade	52
2.2. Casos de participação no projeto e apropriação no uso	77
2.2.1. Mercado <i>Halle Secrétan</i> , Paris, 1867 2013	79
2.2.2. Mercado Municipal de Caminha, Viana do Castelo, 1976 2021	87
2.2.3. Mercado de <i>Covent Garden</i> , Londres, 1630 1980	97
2.2.4. Mercado Municipal e Cultural do Carandá, Braga, 1980 2001	105
03. A CIDADE DO PORTO E OS SEUS MERCADOS	113
3.1. O Porto	115
3.2. Mercados que fazem cidade	155
3.2.1. O Mercado Ferreira Borges, 1885 2010	157
3.2.2. O Mercado do Bolhão, 1914 2016	165
3.2.3. O Mercado da Foz do Douro, 1944 2020	179
3.2.4. O Mercado de Matosinhos, 1952 2012	189
3.2.5. O Mercado do Bom Sucesso, 1952 2013	197
04. O MERCADO COMO EQUIPAMENTO GERADOR DE URBANIDADE	209
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	223
SUMÁRIO DE FIGURAS	253
ANEXOS	279

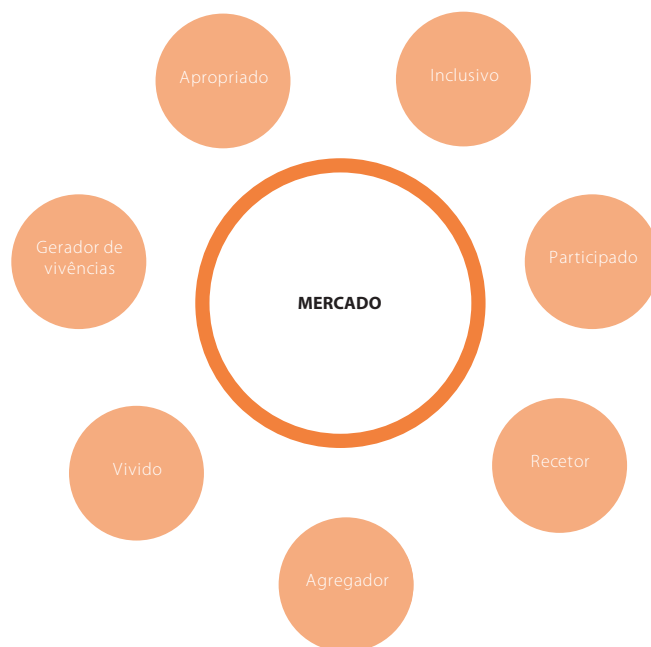


Figura 1. Esquema representativo das possibilidades de um mercado.
Autoria própria

INTRODUÇÃO

Os mercados são lugares de encontro e potenciadores de vivências. Estes equipamentos fazem parte da cidade, são locais de reunião entre os comerciantes e utilizadores e potenciam trocas de experiências. (Figura 1) Os edifícios dos mercados possuem tanto um papel funcional como social, logo a sua implantação na cidade é estratégica, localizando-se maioritariamente nos centros urbanos. Considerados durante muitos anos o elemento central da cidade pela sua localização, sobreviveram às mudanças sociais, mantendo um papel importante na sociedade e adaptaram-se a novas realidades e hábitos de consumo. No entanto, devido à falta de investimento e ao aparecimento de novas formas de comércio, alguns ficaram esquecidos e foram-se degradando. Na cidade do Porto, é visível este abandono, daí a necessidade de adaptá-los às novas realidades, procedendo a obras de reabilitação e reintegração dos edifícios. Nos dias de hoje, um mercado não se limita apenas à venda de produtos alimentícios e de uso rotineiro, o conceito foi adaptado. Agora estes espaços são dotados de praças alimentares, espaços de uso coletivo e iniciativas culturais, tornando-se um espaço urbano agregador.

A reabilitação é uma temática bastante presente nos dias de hoje, desde a reabilitação de habitações a grandes equipamentos públicos. No Porto, as intervenções são numerosas, especialmente no centro histórico, onde é visível a degradação de algumas zonas, devido à falta de manutenção. Estas reabilitações são fruto de um longo processo de trabalho por parte dos arquitetos, que por um lado pretendem manter o caráter histórico do edifício, e por outro torná-lo atrativo a potenciais utilizadores, usando a arquitetura como ferramenta de desenvolvimento comunitário.

No caso dos mercados, as reabilitações são alvo de grande discussão pública, pois poucos são os casos em que o edifício se mantém fiel ao programa para o qual foi construído. Surge assim a necessidade de existir participação no processo de projeto e nos vários momentos da reabilitação. Entende-se que um espaço só está completo quando é apropriado pelas pessoas, uma vez que é esse o objetivo para qual foi construído.

No seguimento deste pensamento, interessa compreender o papel dos mercados reabilitados como elementos agregadores urbanos, equipamentos capazes de gerar cidade e de potenciar

a apropriação pelas pessoas. Assim, a reabilitação de mercados e a sua capacidade de serem participados e apropriados assume-se como o tema principal desta dissertação.

Levantam-se aqui duas questões de investigação: 1. De que forma é que a reabilitação pode potenciar o mercado com elemento agregador urbano? 2. É necessário o projeto ser participado para gerar um espaço apropriável?

De forma a responder às questões de investigação, pretende-se estudar o impacto da participação na reabilitação de um equipamento público, como é o caso dos mercados. Torna-se, assim, imperativo clarificar os objetivos específicos da investigação, que vão informar o objetivo geral e, conseqüentemente, responder às questões de investigação.

Assim, interessa analisar como a reabilitação de um mercado pode devolvê-lo à cidade, no sentido de o tornar um elemento agregador urbano, um espaço âncora, potenciador de experiências e vivências para se tornar um ícone da cidade. É importante também compreender em que momentos se verifica a participação e, no caso de existir, se torna o espaço mais apropriável pelos utilizadores.

Para que estes objetivos sejam respondidos, é necessário analisar a reabilitação de mercados e a sua relação com a cidade, estudar as experiências participativas nos processos de reabilitação destes equipamentos públicos e, por fim, efetuar uma análise pormenorizada aos casos de estudo na cidade do Porto: o Mercado Ferreira Borges (1885), o Mercado do Bolhão (1914), o Mercado da Foz (1944), o Mercado de Matosinhos (1952) e o Mercado Bom Sucesso (1952).

Finalmente, fazendo a relação entre todas as temáticas exploradas nesta dissertação – reabilitação, participação e apropriação –, pretende-se observar a nova utilização dos espaços dos casos de estudo e formular um pensamento crítico sobre os mesmos, de modo a responder às questões de investigação. Estas reflexões vão permitir elaborar um pensamento crítico sobre a participação nas reabilitações de equipamentos públicos, e entender se essa participação beneficia a apropriação no uso, e em última instância, se processos participados, potenciam dinâmicas urbanas associadas ao programa dos mercados.

Estruturalmente, a dissertação é dividida em 4 capítulos. No primeiro, 1. *Reabilitação de mercados e a sua relação com a cidade*, analisa-se o mercado como elemento gerador de urbanidade e equipamento com capacidade de revitalizar a cidade. Mostra-se como o mercado pode ser um espaço e um equipamento de uso coletivo. Neste capítulo estuda-se

como a apropriação do espaço urbano pode ser potenciada, e como é que as intervenções realizadas nestes mercados revitalizaram a zona da cidade em que estão inseridos. São feitas referências a quatro mercados, dois em Barcelona e dois em Lisboa, por se entender que são casos representativos das temáticas e por servirem de modelo para outras intervenções realizadas. A questão fundamental para este capítulo é como o mercado consolida a cidade com a sua reabilitação.

O capítulo dois, 2. *Experiências participativas*, clarifica o que é a participação e discrimina as várias fases e formas de participação. Neste capítulo é estudado o impacto do projeto participado, desde a sua inclusão no projeto de reabilitação, à apropriação quando a obra está terminada. É importante entender como é que a participação pode condicionar o projeto, e se é fundamental para determinar a vivência do espaço pelos seus utilizadores. Também neste capítulo são feitas referências a quatro mercados, dois num contexto internacional, em Paris e Londres e dois num contexto nacional em Caminha e Braga. A escolha destas referências deveu-se a facto de serem modelos representativos de reabilitações onde existiu participação no projeto no caso dos mercados *Halle Secrétan* e Caminha e apropriação no uso no caso dos mercados *Covent Garden* e Carandá.

No terceiro capítulo, 3. *A cidade do Porto e os seus mercados*, é efetuada a análise detalhada aos cinco casos de estudo referidos anteriormente: o Mercado Ferreira Borges (1885), Bolhão (1914), Foz do Douro (1944) Matosinhos (1952) e Bom Sucesso (1952). Primeiramente é realizada uma reflexão e análise sobre a importância dos mercados da cidade do Porto e, de seguida, são descritos os casos de estudo. Os edifícios escolhidos têm como fator comum as obras de reabilitação a que foram sujeitos e divergem essencialmente na adaptação de programas, e conseqüentemente nas questões de participação e apropriação.

Para concluir esta dissertação, apresenta-se o quarto capítulo, 4. *O Mercado como equipamento gerador de urbanidade*. Aqui são retomadas as questões de investigação lançada no início desta dissertação através da análise das temáticas abordadas e a sua concretização nos casos de estudo. É efetuada uma reflexão sobre os momentos de participação nos mercados, sobre a questão da participação e suas vertentes, desde participação, inclusão, usufruição e apropriação. Pensar que o espaço é *para* as pessoas, projetado *com* as pessoas e *pensado* pelas pessoas.

DIMENSÃO	SUBDIMENSÃO	MÉTODO DE REPRESENTAÇÃO
PROCESSO DE PROJETO	Espaço	Plantas históricas
	Usos	Plantas de implantação Imagens aéreas Fotografias de momentos
	Participação	Testemunhos
ESPAÇO CONSTRUÍDO	Espaço	Planta de programas
	Usos	Fotografias de momentos Esquemas de participação
	Participação	Testemunhos

Figura 2. Esquema representativo da matriz de análise.
 Autoria própria

Definida a problemática específica e os respetivos objetivos a desenvolver, torna-se importante encontrar métodos capazes de assegurar o desenvolvimento desta investigação de modo obter conclusões pertinentes. Como tal, os métodos adotados compreendem diferentes procedimentos: num primeiro momento implica a reunião de bibliografia para contextualizar as temáticas da reabilitação, participação e apropriação e a apreensão de técnicas necessárias para analisá-la. Os restantes métodos implicaram visitas aos casos de estudo e contactos com entidades responsáveis, de modo a reunir material gráfico necessário para a análise dos equipamentos. (Figura 2)

Devido às medidas de contingência da pandemia *Covid-19* implementadas em março do ano de 2020, os métodos desta dissertação tiveram que ser adaptados às circunstâncias vividas. Inicialmente, a visita aos casos de estudo para recolha fotográfica e entrevistas iria decorrer de forma regular, de modo a ser possível estudar a utilização, apropriação e participação das pessoas no espaço, desde comerciantes a utilizadores e a turistas. No entanto, as entrevistas aos utilizadores acabaram por ter um formato de questionário *online*. Foram realizados dois, um relativo aos mercados do Bolhão e Bom Sucesso e um outro relativo aos mercados de Matosinhos e da Foz. A única entrevista possível foi realizada via *e-mail*, ao Arquiteto Nelson Almeida do *atelier* Ferreira de Almeida Arquitectos, responsável pela reabilitação do mercado do Bom Sucesso. Esta entrevista foi vital para saber se existiu participação, onde é que existiu, se o projeto teve essa participação em consideração e que consequências é que existiram para o projeto. Foi também importante para entender as principais preocupações no projeto e como foi adaptado o antigo mercado de frescos ao novo conceito implementado.

Apesar da persistência contínua na tentativa de entrevistar todos os arquitetos responsáveis pelas intervenções, não foi possível proceder a mais entrevistas. No caso do mercado da Foz, o arquiteto apenas disponibilizou material gráfico, como plantas, cortes, alçados e memória descritiva. Por motivos de sigilo profissional (pelo facto de a obra ainda decorrer), não foi possível a realização de uma entrevista ao Arquiteto Nuno Valentim do *atelier* Nuno Valentim Arquitetura e Reabilitação, responsável pela reabilitação do mercado do Bolhão, nem foi concedida autorização para recolha de elementos fotográficos no mercado Temporário do Bolhão, nem entrevistas aos comerciantes, ou o acesso a elementos gráficos relativos à reabilitação do edifício. Apesar das dificuldades levantadas na sua análise, como é um caso de estudo importante nesta dissertação e tem sido alvo de algum debate

social, considerou-se essencial manter este mercado como caso de estudo. Relativamente ao mercado Ferreira Borges, devido a um surto de *Covid-19* num evento realizado no mercado, o acesso ao equipamento foi impossível. Não foi autorizado efetuar entrevistas aos trabalhadores do mercado, nem se conseguiu estabelecer contacto com o arquiteto responsável pela reabilitação, Francisco Aires Mateus. No entanto, à semelhança do que acontece com o mercado do Bolhão, considerou-se que este mercado precisaria de estar integrado nos casos de estudo desta dissertação, pelas obras de reabilitação, o novo conceito de mercado e pelas comparações possíveis entre este e os outros mercados em estudo. No mercado de Matosinhos não foi conseguido estabelecer contacto com as entidades responsáveis pela reabilitação e, conseqüentemente, não foi possível a realização de entrevistas aos arquitetos e engenheiros, nem acesso a material gráfico relativo ao mercado. Depois do período imposto de confinamento, e após autorizações das entidades responsáveis, foi possível agendar visitas e entrevistar alguns comerciantes do Mercado da Foz, Bom Sucesso e Matosinhos, de modo a registar de que forma as reabilitações tiveram impacto na vivência do mercado, quais as principais alterações, e entender o papel dos comerciantes nestas alterações.

A originalidade da presente dissertação prende-se, por um lado, com a relação entre participação e reabilitação de um equipamento público e a capacidade deste equipamento ser apropriável, e por outro lado, com o papel dos membros intervenientes no processo de projeto. Clarificar o peso das suas intervenções nas decisões de projeto, podendo ajudar a responder melhor às necessidades dos seus utilizadores. Assim, considera-se que o presente trabalho é original, não só ao nível da escolha dos casos de estudo para comparação, como também pela integração dos temas da participação e apropriação quando analisados num equipamento público reabilitado, uma vez que nenhum dos mercados selecionados foi estudado, até ao momento, segundo a perspetiva que se propõe nesta dissertação.

A pertinência desta dissertação de mestrado verifica-se também pela reflexão sobre novas formas de projetar a reabilitação em equipamentos públicos, utilizando a participação como método para tornar o projeto mais direcionado às necessidades e exigências da população e correlacioná-la com as vivências e usos na cidade. Estes visam compreender o modo como o espaço é vivenciado pelos utilizadores e, assim, possibilitar que o mesmo seja projetado de acordo com esse objetivo.

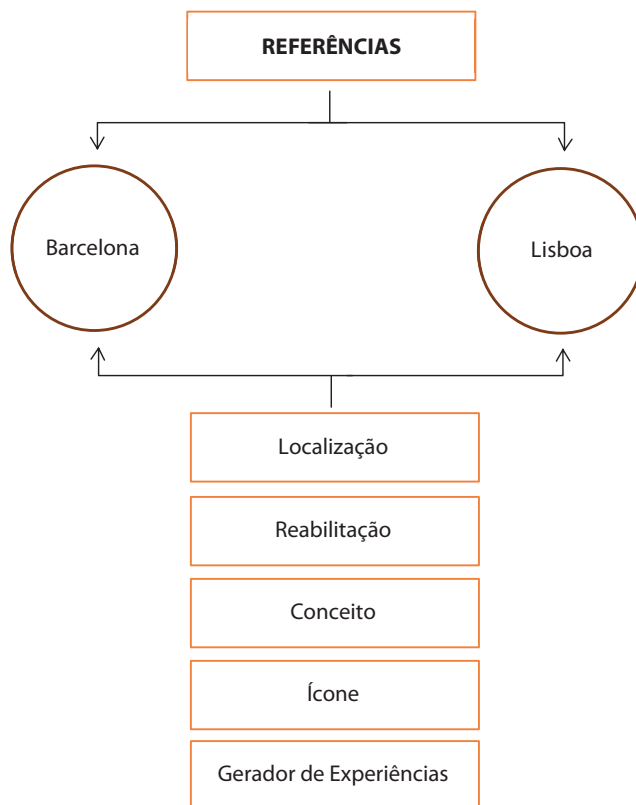


Figura 3. Esquema representativo dos critérios para a escolha das referências.
Autoria própria

REABILITAÇÃO DE MERCADOS E A SUA RELAÇÃO COM A CIDADE

Reabilitação de Mercados e a sua relação com a cidade é o capítulo referente à análise da reabilitação de quatro mercados e o seu papel na (re)construção da cidade. Aqui são feitas duas referências a mercados localizados na cidade de Barcelona, o Mercado *de San Josep* | *La Boqueria* e o Mercado *de Santa Caterina*, e duas referências a mercados localizados na cidade de Lisboa, o Mercado da Ribeira | *Time Out* e o Mercado de Campo de Ourique. Pretende-se neste capítulo, perceber o papel da reabilitação dos mercados e os impactos da mesma, tanto para a cidade, como para os seus habitantes e turistas, recorrendo para isso a estes exemplos. (Figura 3)

Tal como todos os capítulos desta dissertação, este desdobra-se em dois subcapítulos – *O mercado como protagonista na cidade* e *Os modelos de Barcelona e de Lisboa*. No primeiro subcapítulo, é realizada uma análise a alguns mercados e à sua relação com a cidade, tanto em Barcelona como em Lisboa, e os impactos das reabilitações na geração de movimento e urbanidade. No segundo, são abordadas duas formas de reabilitação: a primeira referente ao caso espanhol, onde os mercados continuam a ter o seu papel de abastecedores dos cidadãos, conjugados com alguma restauração e iniciativas que permitem tornar o edifício num polo atrativo da cidade e local de visita; a segunda, referente aos mercados da cidade de Lisboa, onde a restauração tem um papel preponderante no edifício e o mercado abastecedor passa a ter um papel menos significativo no equipamento, não deixando, no entanto, de existir.

1.1.

O MERCADO COMO PROTAGONISTA NA CIDADE

Há equipamentos que geram urbanidade, que são condensadores, que criam ritmos, dinâmicas e usos, e dentro desses equipamentos estão também os mercados. Neles encontram-se as memórias, as tradições, hábitos e costumes que vão sendo adaptados e alterados conforme a evolução da sociedade. Estes edifícios têm uma forte identidade urbana e social. No entanto, a desertificação dos centros urbanos, o envelhecimento da população, o alargamento da concorrência e a maior mobilidade das pessoas condicionaram a sua sustentabilidade. (Barreta, 2002, p. 21) Embora sejam amplamente estudados e reconhecidos como forças impulsionadoras na configuração das cidades, “[...] as novas instalações retalhistas, tais como as galerias comerciais, lojas, supermercados ou centros comerciais, chamaram muito mais a atenção do que a evolução dos mercados públicos.”¹. (Guàrdia, Oyón, 2007) O desenvolvimento destas superfícies de consumo fez com que o comércio sofresse grandes transformações e os mercados tradicionais fossem sendo abandonados. (Barreta, s/d)

A história demonstra, contudo, a elevada capacidade de sobrevivência dos mercados. Várias cidades entenderam o importante papel destes edifícios como ferramentas de reequilíbrio dos centros urbanos, apostando na sua construção e reabilitação:

“Tratava-se de olhar a cidade a partir do bairro, e não do plano geral, de vindicar o espaço público e os sinais coletivos de identidade, e de agir através de ações programadas específicas, adaptadas às morfologias existentes, com ações também sobre os usos.”². (Guàrdia, Oyón, 2007)

O protagonismo alcançado por estes equipamentos em países como a Holanda, Espanha, Portugal e Inglaterra, elevaram a utilização dos mercados para um uso ativo que proporciona uma forte influência urbana através das dinâmicas criadas. Nos dias de hoje, os mercados e os seus programas são vários, desde aqueles construídos de raiz, aos reabilitados e renovados,

1 Citação original: “[...], new retail premises, as the shopping arcades, department stores, supermarkets or shopping malls, have drawn much greater attention than the evolution of public markets.” (Guàrdia, Oyón, 2007)

2 Citação original: “Se trataba de mirar la ciudad desde el barrio, antes que desde el plan general, de reivindicar el espacio público y los signos colectivos de identidad, y de actuar mediante acciones puntuales programadas, adecuadas a las morfologías existentes, con actuaciones también sobre los usos.” (Guàrdia, Oyón, 2007)



Figura 4. Mercado de *La Encarnación*.

<https://sevilla.abc.es/gurme/reportajes-bares-y-restaurantes/sevilla/un-mediodia-en-el-mercado-de-la-encarnacion-del-guiso-a-la-calle-jamon/>

Figura 5. Mercado de Roterdão.

<https://www.mvrdv.nl/projects/115/markthal>

Figura 6. Mercado de *San Miguel*.

<https://mut.cl/blog/mercado-urbanos-que-inspiran/>

ou voltados para os turistas. São exemplo disso: o Mercado de *La Encarnacion*³ de 2004 (Figura 4), em Sevilha, que foi reconstruído como ícone da cidade após a demolição do mercado original; o Mercado de Roterdão⁴ de 2014 (Figura 5), construído de raiz e tornado uma referência na cidade e na arquitetura; e o Mercado de *San Miguel*⁵ de 1916 (Figura 6) em Madrid, que se tornou um dos mais conhecidos mercados gastronômicos da cidade após as obras de reabilitação em 2009 e que serviu de modelo para muitos mercados reabilitados em Portugal, como é o caso do Mercado de Campo de Ourique em Lisboa, através da harmonia entre os antigos vendedores e a nova dinâmica do mercado. (Time Out, 2021)

No decorrer desta dissertação, é possível verificar que todos os mercados abordados sofreram com a criação dos super e hipermercados, tendo estado nalgum momento da sua história, em estado de degradação, necessitando de intervenções. As propostas de reabilitação centram-se nas premissas de preservar o edifício e inovar sem descaracterizar o património, devolvendo o protagonismo aos mercados. (Lusa, 2015) Alguns foram só reabilitados, mantendo o seu programa original; outros tornaram-se modelos híbridos, juntado o comércio com a restauração; e outros transformaram-se em novos conceitos de comércio, voltando-se mais para uma oferta cultural, social e turística, do que para a venda de produtos frescos alimentares. É, assim, perceptível a diversidade de programas que estes edifícios oferecem nos dias de hoje e a facilidade de conjugação e adaptação de serviços é o que os torna alvos de novas iniciativas que pretendem enriquecer a cidade.

Estes equipamentos têm sempre um protagonismo urbano, são vistos como potenciais polos de atração de utilizadores locais e turistas, são agregadores, potenciadores de relações em comunidade e geradores de experiências, “[...] os Mercados, por si só, constituem um dos melhores exemplos daquilo que usualmente apelidamos de “espaços âncora” [...]”. (Barreta, 2002, p. 21)

3 Mercado de La Encarnacion é o mercado mais antigo de Sevilha, e data de 1842. Em 1973, devido a graves problemas estruturais, o edifício teve que ser demolido e os comerciantes passaram para um mercado temporário. No ano de 2004, a Câmara Municipal de Sevilha decide intervir na construção de um novo mercado, cujo projeto é da autoria do arquiteto Jürgen Mayer, e o mercado é inaugurado em 2010. (Mercado de La Encarnación, 2017)

4 Mercado construído de raiz em Roterdão no ano de 2014. É caracterizado pela sua forma, no grande arco formado estão localizados apartamentos privados e no interior, está localizado o mercado. É um edifício híbrido que permite durante o dia é funciona o mercado e, após o horário de encerramento, abrem uma série de restaurantes nos níveis inferiores. (MVRDV, s/d)

5 Reabilitado entre os anos de 1999 e 2009, o mercado, que inicialmente era apenas uma praça pública de venda de produtos, tornou-se um dos maiores pontos turísticos de referência da cidade. (Civitatatis, s/d a)

Neste capítulo, abordam-se os casos de Barcelona e Lisboa, por se entender que são duas cidades que potenciaram a reabilitação de mercados municipais e que valorizam o papel do mercado na sociedade. Também nos capítulos dois e três desta dissertação é possível analisar outros mercados reabilitados, contudo, esses estarão relacionados com as temáticas aí desenvolvidas. Neste primeiro capítulo pretende-se uma abordagem à reabilitação, de modo a entender como esta vem potenciar as relações sociais e urbanas na cidade, e como é que estes equipamentos se relacionam com a cidade através, não só dos novos serviços que oferecem, como também das iniciativas que promovem.

Através destes exemplos que impulsionaram a renovação e dinamização de mercados, verificam-se quais os benefícios que advêm destes equipamentos quando se opta por um cenário onde todas as potencialidades são tidas em conta.

BARCELONA

A cidade de Barcelona “é uma das poucas cidades do mundo a ter uma rede de mercados distribuídos de tal forma que cada bairro tem um mercado.”⁶. (Ajuntament de Barcelona, s/d a) É constituída por uma rede de trinta e nove mercados alimentares⁷ e quatro não alimentares⁸, todos capazes de “enfrentar e superar os desafios colocados pela mudança das práticas empresariais e dos hábitos de consumo.”⁹. (Ajuntament de Barcelona, s/d b) Para além da qualidade de vida que potenciam aos seus cidadãos, são equipamentos que introduziram novos serviços, de modo a satisfazer as necessidades comerciais dos seus utilizadores e desempenham um papel importante na vida da cidade. (Ajuntament de Barcelona, s/d a)

6 Citação original: “Barcelona is one of the few cities in the world to have a network of markets distributed in such a way that every neighborhood has a market.” (Ajuntament de Barcelona, s/d a)

7 Mercado de Abaceria Central, Mercado de Barceloneta, Mercado de Besòs, Mercado de Bon Pastor, Mercado de Boqueria, Mercado de Canyelles, Mercado de Fort Pienc, Mercado de Carmel, Mercado de Ciutat Meridiana, Mercado de Clot, Mercado de Concepció, Mercado de Estrella, Mercado Felip I, Mercado de Galvany, Mercado de Guinardó, Mercado de Guineueta, Mercado de Horta, Mercado de Hostafrancs, Mercado de Les Corts, Mercado de Lesseps, Mercado de Llibertat, Mercado de Marina, Mercado de Mercè, Mercado de Montserrat, Mercado de Ninot, Mercado de Núria, Mercado de Poblenou, Mercado de Provençals, Mercado de La Sagrada Família, Mercado de Sant Andreu, Mercado de Sant Antoni, Mercado de Sant Gervasi, Mercado de Sant Martí, Mercado de Santa Caterina, Mercado de Sants, Mercado de Sarrià, Mercado de Les Tres Torres, Mercado de La Trinitat, Mercado de Vall d’Hebron. (Ajuntament de Barcelona, s/d d)

8 Dominical de Sant Antoni, Encants de Sant Antoni, Encants Barcelona - Fira de Bellcaire, Flors de la Rambla. (Ajuntament de Barcelona, s/d e)

9 Citação original: “all of which have proven themselves capable of facing and overcoming the challenges posed by changing business practices and consumer habits.” (Ajuntament de Barcelona, s/d b)

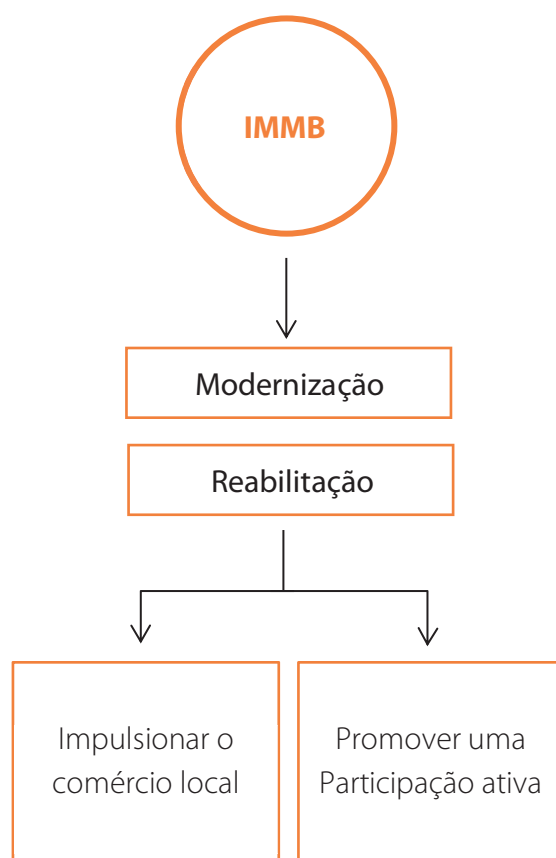


Figura 7. Esquema representativo do modelo de gestão do IMMB.
Autoria própria

Os mercados reabilitados em Barcelona inserem-se no programa desenvolvido pelo Instituto Municipal de Mercados de Barcelona – IMMB¹⁰, entidade responsável pela gestão de mercados, que tem tido um papel fundamental na modernização e reabilitação dos mercados em Espanha, com o intuito de impulsionar o comércio local e ainda promover uma participação ativa dos comerciantes:

“Este processo, que foi acordado pelos comerciantes de cada um dos mercados, envolve a sua participação ativa, começa por analisar a evolução do comércio e como adaptar os mercados para os tornar comercialmente competitivos e satisfazer as exigências dos cidadãos.”¹¹. (Ajuntament de Barcelona, s/d c)

O trabalho desenvolvido para a reabilitação destes equipamentos na cidade de Barcelona é extenso, sendo até chamado de “Modelo Barcelona”. Estes mercados são usados como centro de comércio e serviços e são elementos catalisadores para a economia e revitalização da sua envolvente. (Urbact Markets, 2015) O Modelo Barcelona, tem como principal base o seu modo de gestão, que é gerido pelo IMMB (Figura 7):

“O consenso político a longo prazo em torno dos mercados e do organismo de gestão do IMMB permitiu à cidade conservar, consolidar, melhorar e reforçar a rede de mercados. Tem sido feito com o envolvimento do sector público e com a ampla adesão do público. 24 mercados foram renovados e 7 estão atualmente sob um procedimento de renovação. Este é conhecido como o modelo de remodelação do mercado de Barcelona.”¹². (Urbact Markets, 2015, p. 48)

Este modelo foca-se, assim, na renovação de mercados e na sua relação com os cidadãos, e é através deste modelo de sucesso que se consegue criar o reconhecimento internacional (CML, 2016, p. 14), provando a sua pertinência nesta dissertação, uma vez que os

10 Foi criado em 1991 e é responsável pela gestão e administração dos mercados municipais. O trabalho centra-se em três áreas, a melhoria de infraestruturas e serviços, modernização da oferta de produtos e introdução de políticas de promoção comercial. (Ajuntament de Barcelona, s/d f)

11 Citação original: “This process, which has been agreed upon by the traders of each one of the markets and involves their active participation, starts by analyzing the evolution of trade and how to adapt the markets to make them commercially competitive and meet the demands of citizens.” (Ajuntament de Barcelona, s/d c)

12 Citação original: “One of the cornerstones of the Barcelona markets model is its management system. It is ruled by a public but autonomous body called Barcelona Institute of Markets (IMMB) having broad competences on markets. The long-term political consensus around the markets and the IMMB management body system has enabled the city to conserve, consolidate, improve and enhance the network of markets. It has been done with the involvement of the public sector and wide public acceptance. 24 markets have been renovated and 7 are currently under a renovation procedure. This is known as Barcelona’s model of market remodelling.” (Urbact Markets, 2015, p. 48)

mercados abordados neste capítulo seguem estas premissas. O modelo é caracterizado, tanto pelo processo de modernização e remodelação dos mercados, como pela promoção de mudanças que procuram torná-los mais competitivos, respondendo às exigências dos cidadãos. (Ajuntament de Barcelona, s/d g) O seu sucesso fez com que fosse exportado, “tanto a nível nacional como internacional”¹³ (Ajuntament de Barcelona, s/d g), permitindo que mais mercados beneficiassem com os conhecimentos adquiridos e desenvolvidos na cidade de Barcelona.

Apesar de permitir uma visão atual das necessidades de cada mercado, há uma preocupação em manter o passado vivo, “[...] uma vez que os edifícios onde estão instalados são um reflexo da história da cidade e da sua população.”¹⁴. (Ajuntament de Barcelona, s/d a)

Os mercados de Barcelona caracterizam-se como agregadores urbanos e, apesar das reabilitações serem sempre adaptadas ao contexto da área de implantação, continuam a ter um papel de protagonismo na relação com o bairro e com a cidade. A capacidade de cada mercado em ser um potenciador de experiências sociais e urbanas torna-o num ícone da cidade e dos centros urbanos, não só pela inovação, mas também pela herança cultural que transmitem.

O exemplo de Barcelona insere-se num contexto onde foram feitos investimentos nos mercados seguindo uma estratégia integrada da responsabilidade do IMMB. Estes mercados tornaram-se competitivos e contribuíram para a regeneração dos locais onde se inserem. (CML, 2016, p. 40) Ao invés, no contexto português, a maioria das renovações e requalificações dos mercados partiram da iniciativa de cada município, uma vez que também aqui os mercados estavam em declínio ou degradados. (CML, 2016, p. 40)

13 Citação original: “This model is being successfully exported both nationally and internationally.” (Ajuntament de Barcelona, s/d g)

14 Citação original: “And they also have an eye on the past, as the buildings in which they are housed are a reflection of the history of the city and its people.” (Ajuntament de Barcelona, s/d a)

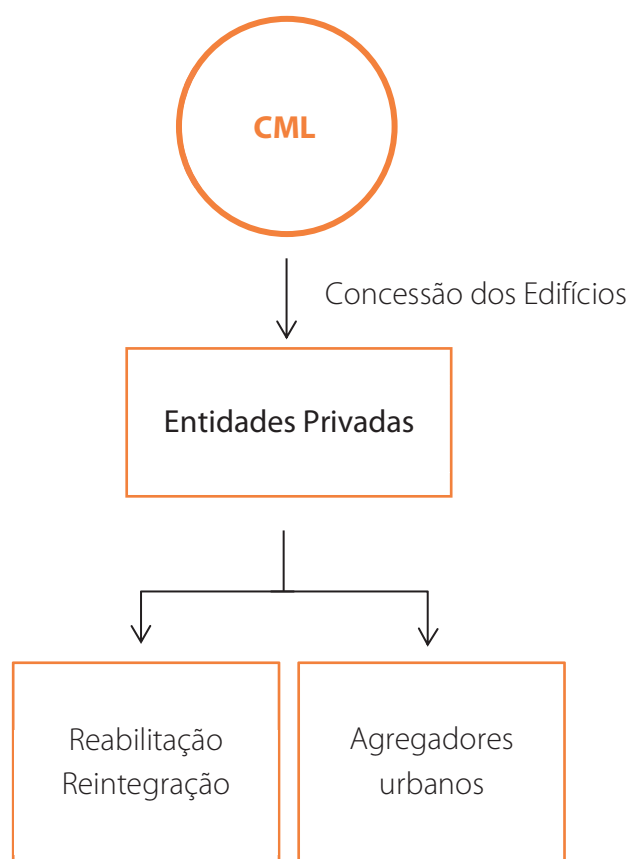


Figura 8. Esquema representativo do modelo de gestão da CML.
Autoria própria

No caso de Lisboa, é à Câmara Municipal (CML) que compete a gestão do conjunto de mercados municipais¹⁵. No entanto, várias foram as entidades privadas que ganharam entre 2011 e 2013 a concessão dos edifícios. (CML, 2016, p. 29) (Figura 8) Estas entidades realizam as obras de reabilitação necessárias para reintegrar os edifícios na cidade e torná-los promotores de agregação urbana.

Em 2016, a CML procedeu à criação de um Plano Municipal dos Mercados de Lisboa 2016-2020, cujo objetivo principal era a “[...] criação de uma rede de mercados que se constituam como polos centrais e dinamizadores da vida dos bairros e da cidade [...]” (CML, 2016, p. 4-5) e ao mesmo tempo responder às necessidades dos lisboetas.

Em Lisboa, os mercados municipais voltam, assim, a ser encarados como espaços centrais para a revitalização de centros urbanos e contribuem para a dinamização dos bairros onde se inserem, pois “[...] são pontos centrais na vida económica, social e cultural da cidade e que oferecem produtos mais saudáveis e com melhor qualidade, [...]”. (CML, 2016, p. 60) De entre os fatores que o privilegiam destaca-se: a proximidade entre comerciantes e compradores, a qualidade dos produtos frescos, a forte relação com o espaço urbano, o valor patrimonial do edifício e as relações sociais que promove. A CML foi implementando, ao longo dos anos, várias medidas que visam “recuperar os mercados da degradação e estagnação em que tinham caído” (CML, 2016, p. 28), sendo que algumas destas medidas implicaram a conservação de equipamentos, a competitividade a requalificação e renovação¹⁶.

Os mercados lisboetas são edifícios que trabalham o caráter tradicional e histórico da fachada, com o programa contemporâneo que se desenvolve no interior, e é nesta relação que o mercado se torna um elemento gerador de vida e movimento. Para o geógrafo Herculano Cachinho, os mercados “são os lugares que temos na cidade onde podemos respirar, usufruir o espaço pelo espaço.”. (DN, 2010)

15 Mercados em Lisboa, à data de 2016: Santa Clara (1877), Ribeira (1882), Campo de Ourique (1934), Forno do Tijolo (1956), Bairro Padre Cruz (1962), Encarnação Sul (1963), Lumiar (1967) São Domingos de Benfica (1967), Rato (1927), Arroios (1942), Alvalade Sul (1958), Encarnação Norte (1963), Alvalade Norte (1964), Olivais Sul (Célula B) (1967), Olivais Sul (Célula E) (1968), Benfica (1971), Picheleira (1972), Zona J de Chelas (1985), Alcântara (1987), Arco do Cego (1989), Bairro Santos (1989), Bairro São João (1992), Galinheiras (1992), São Bento (1992), Sapadores (1994), 31 Janeiro (1996), Ajuda (2006). (CML, 2016, p. 26)

16 Para mais informações sobre estas medidas, consultar o Plano Municipal dos Mercados de Lisboa 2016-2020.

1.2. OS CASOS DE BARCELONA E LISBOA

As referências aqui apresentadas pretendem mostrar a capacidade de um mercado rehabilitado como um importante equipamento na cidade, um agregador urbano. São apresentados quatro mercados representativos dos modelos de cada cidade, dois localizados na cidade de Barcelona e dois localizados na cidade de Lisboa. Esta escolha deve-se não só às políticas de reabilitação de cada cidade, como também ao impacto destas intervenções na reabilitação de outros mercados nacionais e internacionais. Um dos critérios de escolha para estas referências foi a localização: tanto o mercado *La Boqueria* como o mercado *Time Out* situam-se em locais de grande fluxo de pessoas; enquanto que o mercado de *Santa Caterina* e o mercado de Campo de Ourique, vivem num contexto de bairro, onde o impacto da sua intervenção se verifica numa escala mais local.

Os quatro mercados estavam em estado de degradação aquando das reabilitações e a alteração de conceitos foi realizada em todos, apesar de, contrariamente ao que acontece em Lisboa, em Barcelona a venda de produtos ter mais protagonismo do que a parte de restauração. Também estes mercados promovem vários eventos culturais, desde experiências gastronómicas a concertos e exposições, provando a importância da integração de outros programas para além do comercial, de forma a criar experiências atrativas para os utilizadores.

Com a análise destes exemplos, é possível entender o papel do mercado na revitalização da cidade, como espaço de encontro de utilizadores e como potenciador de novos negócios. A reconversão e adaptação programática tornou os edifícios em polos atrativos, adaptados ao público que pretende cativar. As reabilitações mostram-se essenciais na forma como mudam a imagem destes espaços, não se restringindo apenas ao interior do edifício, como também influenciando todo o contexto urbano, particularmente o espaço público.

Apresentam-se de seguida as referências de mercados rehabilitados, representativos como polos de dinamização, onde se mostra a diversidade de opções que podem incluir no seu programa e o impacto na relação com o utilizador.





Figura 9. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de *Sant Josep | La Boqueria*.

Autoria própria

Figura 10. Entrada do Mercado de *Sant Josep | La Boqueria*.

<https://www.skillshare.com/projects/Mercat-de-Sant-Josep-de-la-Boqueria-Barcelona/85239>

Figura 11. Interior do Mercado de *Sant Josep | La Boqueria*.

<https://www.eurocheapo.com/blog/right-way-see-la-boqueria-market-barcelona.html>

Figura 12. Sala de aula *La Boqueria*.

<http://www.boqueria.barcelona/presentada-la-nueva-aula-boqueria-n-58-es>

1.2.1.

MERCADO DE SANT JOSEP | LA BOQUERIA, BARCELONA, 1840 | 2009

O mercado de *Sant Josep*¹⁷ foi construído entre 1840 e 1914 com um projeto do arquiteto Josep Mas i Vila. Este mercado é mais conhecido nacional e internacionalmente como *La Boqueria*, e é considerado o mais famoso de Barcelona. (Boqueria, s/d a) A sua localização privilegiada, nas Ramblas de Barcelona, tornou-o uma das principais atrações turísticas da cidade. (Figura 9)

Em 1985 *La Boqueria* sofreu obras de reabilitação, sendo construída uma área de carga e estacionamento. No entanto, é entre 1998 e 2001, que o espaço sofre as maiores intervenções “segundo um projeto dos Arquitectos Lluís Clotet e Ignacio Paricio, que queriam mostrar o mercado não como um edifício fechado, mas como uma praça coberta com pórtico.”¹⁸. (Boqueria, s/d a) Foi ainda construído um novo edifício nas traseiras do mercado para albergar funções administrativas e “a praça porticada foi recuperada ao derrubar e relocalizar as 90 pequenas bancas que tinham ocupado os seus pórticos e colunas.”¹⁹. (Ajuntament de Barcelona, s/d h) Isto permitiu a entrada de luz natural no mercado e ajudou a reavivar o seu ambiente original. (Ajuntament de Barcelona, s/d h)

Estas intervenções permitiram criar maiores relações entre o edifício e as Ramblas, melhorando passagens e entradas. (Figura 10 e 11) Até 2015 sofreu ainda outras alterações como, por exemplo, em 2002, com a construção de uma sala de aula *Boqueria* (Figura 12) para a realização de cursos de culinária, *workshops* e eventos. (Boqueria, s/d b) Em 2010, começaram as obras no parque de estacionamento subterrâneo e na área logística, que se prolongaram até 2013, na mesma altura em que “o arco modernista à entrada da Rambla foi também restaurado.”²⁰. (Boqueria, s/d a)

17 A primeira menção do mercado surge em 1217, num contexto de mercado itinerante, constituído por bancas temporárias, ao ar livre. (Boqueria, s/d a) Em 1836 o mercado é realocado para o espaço do antigo Convento de San José.

18 Citação original: “[...] según proyecto de los arquitectos Lluís Clotet e Ignacio Paricio, que quería mostrar el mercado no como un edificio cerrado sino como una plaza porticada cubierta” (Boqueria, s/d a)

19 Citação original: “[...] the porticoed square was reclaimed by taking down and relocating the 90 small stalls that had occupied its porticoes and columns.

20 Citação original: “[...] se restauró el arco modernista de entrada por la Rambla.” (Boqueria, s/d a)



Figura 13. Banca de venda de produtos do Mercado *La Boqueria*.
[https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercat_de_Sant_Josep_-_La_Boqueria_\(31867148700\).jpg](https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercat_de_Sant_Josep_-_La_Boqueria_(31867148700).jpg)

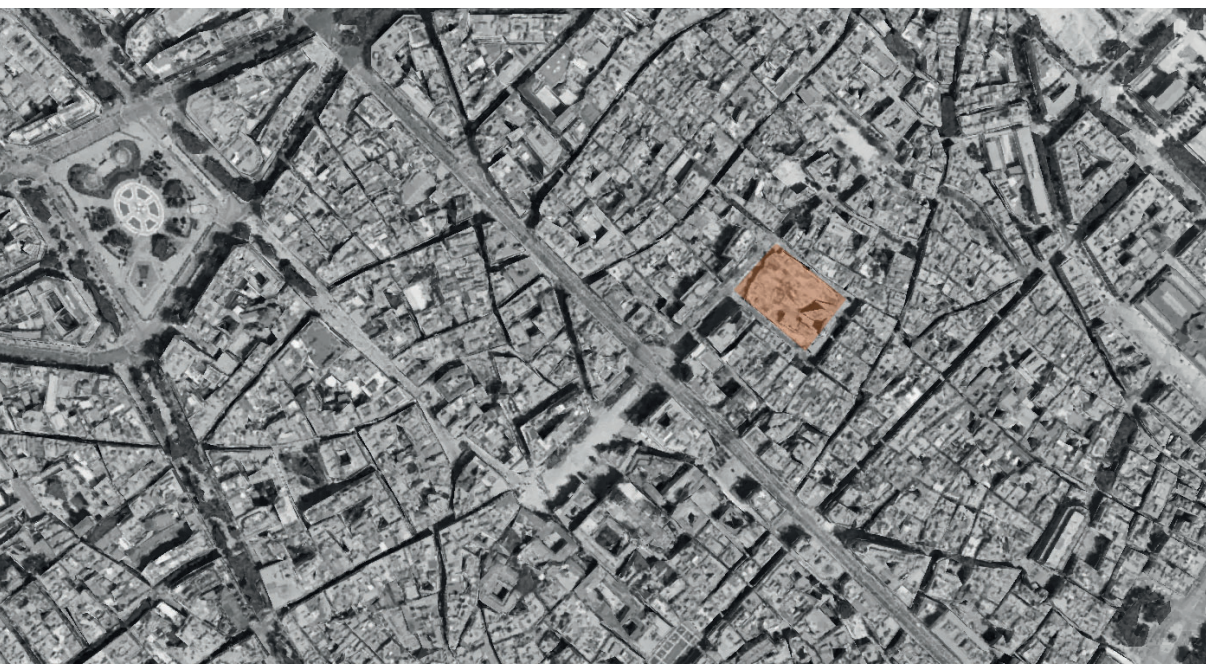
As últimas obras de reabilitação são de 2015, quando foi inaugurada “a fachada traseira, incluída no projeto de desenvolvimento da Plaza de la Gardunya, que aumentou a área de mercado em 1000 m².”²¹. (Boqueria, s/d a)

Com dois séculos de história, o mercado continua a ser um elemento vital de Barcelona e tornou-se reconhecido em todo o mundo. (Barcelona, s/d a) É caracterizado pela qualidade e diversidade dos produtos que oferece (Figura 13), e pela experiência única de sensações que promove no interior ao “[...] passear pelas bancas com fruta e vegetais, peixe e carne, e aparecer nos seus bares e restaurantes para apreciar a mistura de sons, aromas e sabores.”²². (Espanña, s/d) Também por isso, atualmente, “o mercado converteu-se num centro de atração turística.”. (Civitatis, s/d b)

É um equipamento de grande valor para a cidade, uma vez que a sua localização, próxima a pontos de grande movimentação turística, garante um intenso afluxo de turistas ao mercado. É um equipamento pertinente para a cidade no sentido que a revitalizou, uma vez que estas intervenções não se limitam apenas ao mercado, como também a toda a sua envolvente. Já sendo um edifício de grande atração turística e local, com a sua reabilitação promoveu ainda mais a afluência de pessoas e atividades, tanto dentro como fora do edifício.

21 Citação original: “ la fachada posterior, incluida en el proyecto de urbanización de la plaza de la Gardunya, que amplió en 1.000 m2 la superficie del mercado. (Boqueria, s/d a)

22 Citação original: “[...] stroll around the stalls with fruit and vegetables, fish and meat, and pop into its bars and restaurants to enjoy the mixture of sounds, aromas and flavors.” (Espanña, s/d)



1.2.2.

MERCADO DE SANTA CATERINA, BARCELONA, 1845 | 2005

Do mesmo arquiteto do mercado de *Sant Josep*, surge em 1845²³ o mercado de *Santa Caterina*, que nasce como o primeiro mercado municipal coberto no terreno do antigo convento de *Santa Caterina*²⁴. Está localizado no bairro de Sant Pere, Santa Caterina i La Ribera (Figura 14), que faz parte do distrito da *Ciutat Vella* e a sua construção deveu-se à necessidade de fornecer ao bairro um mercado de alimentos frescos que servisse “o lado de Ciutat Vella.”. (Barcelona, s/d b)

Tal como os restantes mercados referidos nesta dissertação, carecia de manutenção, então, em 1997 é decidido que vai ser reabilitado. Foi assim aberto um concurso para a reabilitação do mercado e o *atelier* EMBT - Enric Miralles e Benedetta Tagliabue foi o vencedor, com uma proposta que “visava incorporar a extrema complexidade do próprio cenário, criando um mercado comercial complementado por uma zona residencial e espaços públicos que integravam todas as atividades do bairro.”²⁵. (EMBT, s/d) Este projeto pretendia manter partes da estrutura existente e gerar uma nova zona, respeitando a história e contexto local:

“A proposta sobrepõe a nova arquitetura à antiga, mistura-as, e apresenta um conglomerado, um híbrido que acentua a utilidade e é contemporâneo. A distribuição interior do mercado foi reorganizada; há menos bancas, mas os sistemas de acesso e serviços são racionalizados; a superfície dos espaços públicos ganha terreno e comunica com a Avinguda Francesc Cambó, um importante eixo de transição no bairro também rodeado por uma densa rede de ruas estreitas.”²⁶. (EMBT, s/d)

23 Mercado inaugurado em 1848.

24 O Convento Dominicano de Santa Caterina foi demolido entre 1837.

25 Citação original: “with a proposal that aimed at incorporating the extreme complexity of the setting itself by creating a commercial market complemented by a residential zone and public spaces that integrated all the activities of the neighborhood.” (EMBT, s/d)

26 Citação original: “The proposal superimposes new architecture on old, mixes them, and comes up with a conglomerate, a hybrid that accentuates usefulness and is contemporary. The interior distribution of the market was reorganized; there are fewer stands, but the access and service systems are rationalized; the surface area of public spaces gains ground and communicates with the Avinguda Francesc Cambó, an important transitional vein in the neighborhood also surrounded by a dense network of narrow streets.” (EMBT, s/d)

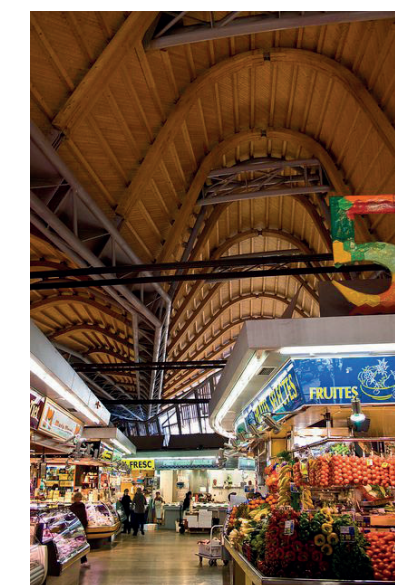
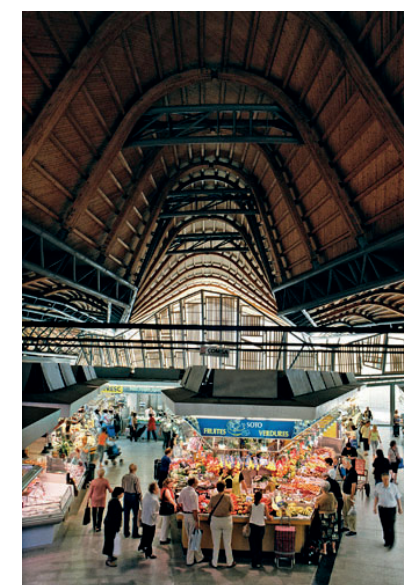


Figura 14. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de *Santa Caterina*.
Autoria própria

Figura 15. Coberuta do Mercado de *Santa Caterina*.
https://www.barcelona.com/barcelona_directory/monuments/mercat_santa_caterina

Figura 16. Interior do Mercado de *Santa Caterina*.
<https://www.publicspace.org/works/-/project/d141-rehabilitacio-del-mercat-de-santa-caterina>

Figura 17. Interior do Mercado de *Santa Caterina*.
<http://www.boqueria.barcelona/presentada-la-nueva-aula-boqueria-n-58-es>





Figura 18. Centro de Interpretação Arqueológica, *Espai Santa Caterina*.

<https://structurae.net/en/media/321190-santa-caterina-market-hall>

Figura 19. Centro de Interpretação Arqueológica, *Espai Santa Caterina*.

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MUHBA_Santa_Caterina_Barcelona.JPG

Figura 20. Residência Sênior junto ao mercado.

<https://www.arquitecturacatalana.cat/es/obras/habitatges-per-a-ancians-santa-caterina>

O mercado reabre em 2005, após 8 anos de obras, com uma nova cobertura ondulante, revestida por 325000 mosaicos coloridos (Figura 15), inspirados nas pinturas de *Gaudí*, que pretende reproduzir as cores das bancas de frutas e legumes. (Ajuntament de Barcelona, 2015) O edifício passa a ter sessenta bancas de alimentos frescos, lojas de aves e ovos, talhos e peixarias, bancas de fruta e legumes e frutos secos. (Figuras 16 e 17)

É dotado ainda de serviços complementares como, dois bares, uma padaria, uma florista, um supermercado e um restaurante. (Catalunya, s/d) Construiu-se também um espaço polivalente para atividades culturais e um Centro de Interpretação Arqueológica²⁷ para exposição dos achados arqueológicos encontrados do antigo Convento de *Santa Caterina*, o *Espai Santa Caterina* (Figura 18 e 19):

“Com a criação deste espaço, o objetivo é divulgar a evolução deste sector da cidade desde a pré-história até aos nossos dias, com especial destaque para as diferentes etapas do convento dominicano de mesmo nome, que esteve em funcionamento entre os séculos XIII e XIX, sem esquecer a sua fase de mercado e a sua recente reforma, que tem sido um dos exemplos mais bem-sucedidos da arquitetura contemporânea em Barcelona.”²⁸. (MUHBA, s/d)

Foi ainda desenhado para o novo equipamento, uma residência sénior²⁹ (Figura 20), que se situa no “fundo do mercado para se fundir com o tecido compacto do bairro de *Santa Caterina*”³⁰. (Salvadó, s/d. p.11) Por se localizar num local de interesse patrimonial, consegue fazer parte de um circuito cultural, beneficiando a cidade e tornando-se também num ponto turístico:

“[...] esta rota histórica foi completamente ligada, ligando as diferentes partes do distrito de Ciutat Vella, unindo as partes romanas, góticas e medievais. A intervenção nos arredores do Mercado produz a sobreposição de diferentes

27 A reabilitação do Mercado de Santa Caterina, permitiu a realização de importantes escavações arqueológicas na zona, que foram integradas no novo desenho do mercado, de forma a explicar a história deste lugar, que em tempos acolheu um dos mais importantes conventos góticos da cidade.

28 Citação original: “Con la creación de este espacio se pretende dar a conocer la evolución de este sector de la ciudad desde la prehistoria hasta nuestros días, destacando especialmente las distintas etapas del convento dominico del mismo nombre, que estuvo en funcionamiento entre los siglos XIII y XIX, sin olvidar su etapa de mercado y su reciente reforma, que ha constituido uno de los ejemplos más exitosos de la arquitectura contemporánea de Barcelona.” (MUHBA, s/d)

29 A residência tem acesso pelo piso térreo e é composta por dois corpos, onde estão localizadas as casas.

30 Citação original: “[...] se levanta en la parte posterior del mercado para fundirse con el tejido compacto del barrio de Santa Caterina [...]” (Salvadó, s/d. p.11)



Figura 21. Espaço exterior do Mercado *Santa Caterina*.
<https://www.guiding-architects.net/barcelona-city-of-markets/>

períodos, ligando diferentes monumentos históricos através dos fluxos pedonais.”³¹. (Salvadó, s/d, p. 8)

O espaço público foi uma preocupação durante todo o processo de projeto e construção do edifício. (Figura 21) Este tinha que “ser um ponto de articulação das pessoas [...]”³² (Salvadó, s/d, p. 7) e as intervenções foram realizadas de forma cuidadosa e subtil, para conseguir uma relação com os fluxos provenientes do parque *Ciutadella*, uma vez que “[...] os movimentos das pessoas são elementos que compõem o ambiente do mercado [...]”³³. (Salvadó, s/d, p. 7) Esta intenção de relação dos espaços públicos levou a que o edifício fosse um local de reunião dos seus utilizadores.

O novo mercado “não é uma *mimesis* do antigo, mas há uma reinterpretação, neste caso do espaço público de cada período e do seu vínculo, a sua ligação, que, fornece a configuração do novo mercado, determinada pelo fluxo de pessoas, que passam por ele e o alimentam através da sua utilização.”³⁴. (Salvadó, s/d, p. 10)

As reabilitações dos mercados apresentados tornaram-nos num ponto de referência, tanto para os bairros onde se inserem, como para a cidade e para os turistas. A reabilitação e a construção nova serviram de motor para a revitalização da área e hoje são referências da cidade, a nível arquitetónico e comercial. Nestes mercados promovem-se atividades lúdicas e solidárias, celebrações tradicionais e festejos, de modo a proporcionar uma participação ativa da comunidade, criando novas dinâmicas sociais e estabelecendo relações entre os habitantes do bairro e o equipamento. Nos dias de hoje, ambos os mercados se destacam também pela variedade e qualidade de produtos que oferecem. (Barcelona, s/d b)

Conclui-se, assim, que estes mercados são espaços apropriados pelas pessoas e desenhados para as pessoas. Por se relacionarem com a envolvente exterior, promovem dinâmicas e usos variados e tornam-se em praças na cidade, constituindo-se como espaços urbanos fruídos pelos seus habitantes.

31 Citação original: “[...] este recorrido histórico que une las distintas partes del barrio de Ciutat Vella, uniendo la parte romana, con la gótica y con la medieval. La intervención en el entorno del Mercado produce la superposición de distintas épocas mediante la conexión de distintos monumentos históricos a través de los flujos peatonales.” (Salvadó, s/d, p. 8)

32 Citação original: “[...] tenía que ser un punto de articulación de la gente [...]” (Salvadó, s/d, p. 7)

33 Citação original: “Los movimientos de la gente son los elementos que configuran el entorno del Mercado y también los espacios tangentes a éste.” (Salvadó, s/d, p. 7)

34 Citação original: “[...] o es una mimesis de lo antiguo, sino que hay una reinterpretación, en este caso del espacio público de cada época y su lazo, su conexión, la cual, proporciona la configuración del nuevo mercado, determinado por el flujo de la gente, que lo traspasa y lo nutre mediante su utilización.”





Figura 22. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado da Ribeira | *Time Out*.

Autoria própria

Figura 23. Mercado da Ribeira, 1940.

<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>

Figura 24. Mercado da Ribeira enquanto mercado abastecedor.

<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>

Figura 25. Mercado da Ribeira | *Time Out*, 2014.

<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>

1.2.3.

MERCADO DA RIBEIRA | *TIME OUT*, LISBOA, 1882 | 2013

Como afirma Barreta (s/d), Lisboa seguiu o modelo de Barcelona e utilizou os seus mercados como exemplos a seguir, uma vez que estes tinham grande sucesso internacional, estava comprovado o bom funcionamento do modelo implementado na cidade espanhola e “revela-se essencial ponderar a aprendizagem com quem (já) faz e bem.” (Barreta, s/d) Numa primeira abordagem, o modelo de Barcelona apresenta uma visão do potencial dos mercados como elementos capazes de regenerar a envolvente urbana, e é essa visão que se pretende implementar em Lisboa.

Apesar de inicialmente serem as iniciativas privadas³⁵ as responsáveis pelas reabilitações, um dos exemplos a destacar é o renovado Mercado da Ribeira.³⁶ Este está localizado em Lisboa, junto ao Rio Tejo e em frente à estação do Cais do Sodré (Figura 22), e é gerido pela revista *Time Out* desde 2014. Outrora o principal mercado da cidade (Figura 23), estava praticamente abandonado quando a empresa *Time Out* decidiu reabilitá-lo e transformá-lo naquilo que é hoje: um mercado adaptado às necessidades de uma cidade com cada vez mais turistas e mais movimento.

O fim do mercado grossista e abastecedor (Figura 24) deu-se no ano de 2000, com a abertura do Mercado Abastecedor da Região de Lisboa – MARL e em 2001, iniciaram-se as obras no primeiro piso do mercado da Ribeira. No ano de 2010, a equipa que fundou a revista *Time Out*, “ganhou a concessão para explorar parte do piso térreo e o primeiro andar do mercado.” (Time Out, 2020) As obras iniciaram-se em 2013, e um ano depois, foi realizada a inauguração do *Time Out Market* Lisboa. (Figura 25)

As transformações passaram por tornar a antiga zona de venda de produtos numa praça de alimentação, com vinte e oito restaurantes, alguns deles de conhecidos *chefs* portugueses, oito bares, espaços comerciais e sala de eventos. A outra metade do edifício continua a funcionar como mercado de frescos, onde ainda é possível comprar frutas, legumes e peixe:

³⁵ O Mercado da Ribeira está concessionado à empresa *Time Out*.

³⁶ Edifício construído em 1893 da autoria do Engenheiro Frederico Ressano Garcia, no entanto, devido ao incêndio que destruiu parte do mercado, foram necessárias obras e surge assim um projeto, em 1930, com uma configuração próxima da atual, da autoria do arquiteto João A. Piloto.

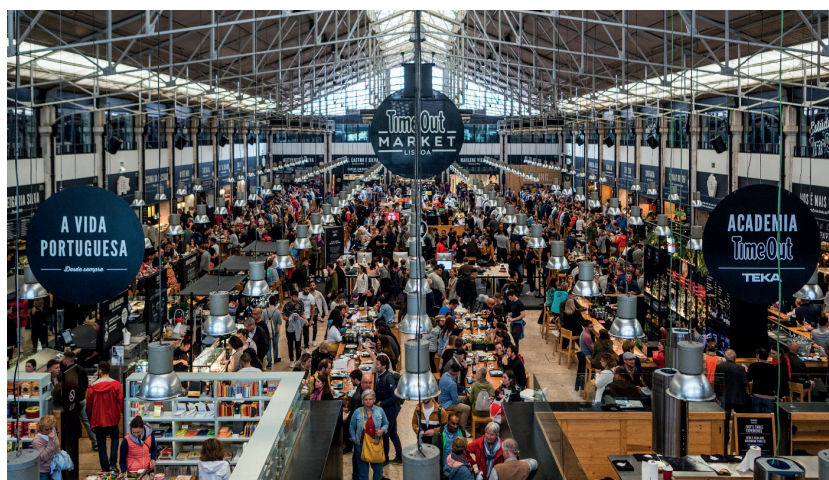


Figura 26. Interior do Mercado da Ribeira | *Time Out*.

<https://www.portugalvisitor.com/portugal-attractions/timeout>

Figura 27. *Workshop* de culinária.

<https://www.timeout.pt/lisboa/pt/restaurantes/um-festival-que-vai-ser-uma-fatura>

Figura 28. Os mercados existentes no mundo.

<https://www.timeoutmarket.com>

“[...] 26 restaurantes, 8 bares, mais de uma dezena de espaços comerciais e uma sala de espectáculos, tudo com o melhor de Lisboa (o melhor bife, o melhor hambúrguer, o melhor sushi ou os melhores espetáculos, entre outros), de um lado; acompanhados por alguns dos vendedores de carne, peixe, fruta e flores mais conhecidos (e antigos) da cidade, do outro. Hoje, em conjunto, ambos os lados se podem gabar de ter transformado o edifício, a zona e até o bairro inteiro do Cais do Sodré num fenómeno de visitantes, de dia e de noite.”. (Time Out, 2020)

A reabilitação do mercado e a alteração de programa permitiu que, “onde antes se reuniam os melhores comerciantes da cidade, hoje reúnem-se os melhores restaurantes e artistas. Outra oferta, mas o mesmo princípio: ter o melhor da cidade debaixo do mesmo tecto.”. (Time Out, 2020) (Figura 26) O novo conceito, não pretende ser apenas um local onde há um conjunto de estabelecimentos de restauração, mas um “local onde se vai para se conhecer a cidade.”. (Time Out, 2020)

As intervenções no espaço exterior envolvente do edifício incluíram a inserção de um quiosque para dinamizar a praça junto ao mercado, assim como esplanadas, e construiu-se ainda um parque de estacionamento.

O *Time Out Market*, como é conhecido internacionalmente, promove algumas iniciativas, como: mercados de artesanato e venda de produtos em segunda mão, *workshops*, cursos de cozinha (Figura 27), exposições de arte e espetáculos ao vivo, provando mais uma vez a sua capacidade de gerar experiências e de se adaptar a novos conceitos e programas. (Inside Lisboa, 2020) O facto de se ter mantido parte do mercado de frescos, permitiu que os restaurantes pudessem abastecer-se diretamente no mercado, tendo sempre produtos frescos e contribuindo para a coexistência dos dois conceitos.

O que distingue este mercado de muitos outros na cidade e o que promove o seu sucesso é, em primeiro lugar, a qualidade da comida; em segundo lugar, a promoção da cultura; e em terceiro lugar, a ligação aos media, através das escolhas, da cultura e da promoção. (DinheiroVivo, 2019) O sucesso deste conceito foi tanto que a *Time Out Market* inaugurou cinco novos espaços internacionais (Figura 28) localizados em: Miami (2019), New York (2019), Boston (2019), Montreal (2019), Chicago (2019); e ainda estão previstas aberturas de espaços no Dubai (2021), em Londres (2022) e em Praga (2023). (Time Out, 2020)

No mesmo ano das intervenções no Mercado da Ribeira, também o Mercado Campo de Ourique foi alvo de obras. Neste último consegue-se ver a influência do modelo espanhol na adaptação ao novo conceito, que conjuga o mercado tradicional de frescos juntamente com as bancas de restauração e comércio de outros produtos, sem que os frescos percam importância no interior do edifício e sem os colocar noutra zona.





Figura 29. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de Campo de Ourique.

Autoria própria

Figura 30. Mercado de Campo de Ourique, 1934.

<https://restosdecoleccion.blogspot.com/2015/05/mercado-de-campo-de-ourique.html>

Figura 31. Mercado de Campo de Ourique, 1934.

<https://restosdecoleccion.blogspot.com/2015/05/mercado-de-campo-de-ourique.html>

Figura 32. Fachada do Mercado de Campo de Ourique.

<https://informacoeseservicos.lisboa.pt/contactos/diretorio-da-cidade/mercado-campo-de-ourique>

1.2.4.

MERCADO CAMPO DE OURIQUE, LISBOA, 1934 | 2013

Este mercado, inaugurado em 1934, é um projeto da autoria do arquiteto António Couto Martins e está localizado num dos mais tradicionais bairros de Lisboa. (CML, 1995, p. 18) (Figura 29) O mercado esteve concessionado durante 40 anos a José Dionísio Nobre, empresário responsável pela proposta de construção de um mercado agrícola e dono do terreno de implantação. (Figuras 30 e 31) Em 1973, a gestão passa para a tutela da Câmara de Lisboa. No fim da concessão, o edifício não se encontrava em boas condições de conservação, necessitando de obras, tanto de reabilitação como de ampliação, de modo a criar uma área maior de peixaria, e infraestruturas:

“Este mercado situado num bairro com população constituída por todas as camadas sociais, é, sem dúvida, o fulcro da vida comercial de Campo de Ourique. [...] Conta este Mercado com 28 lojas, 85 lugares de terrado para venda de produtos de 1º e 2º grupos, 24 lugares para os do 3º grupo, 16 lugares para os do 4º grupo, 79 lugares para os do 5º grupo, 2 lugares para os do 15º grupo e 1 para venda de gelo.”. (CML, 1995, p. 21)

Apesar do elevado potencial de comércio, e da sua localização ser favorecida em transportes públicos e densidade populacional, o mercado não tinha capacidade para responder às necessidades da população devido à falta de infraestruturas e de condições de venda de produtos. Assim, o projeto de reabilitação do mercado é entregue aos arquitetos Daniel Santa Rita, Alberto Oliveira e Rosário Vernade, que pretendiam “obedecer a um propósito de manutenção da traça original, feita através de retoques e acrescentamentos, que, duma maneira geral, pouco afectam o primitivo desenho.”. (CML, 1995, p. 23) Os objetivos de intervenção eram três: a ampliação na ala sul; a construção de um novo alçado; e a remodelação e reparação conjugando as “[...] duas linguagens estilísticas: a antiga e a nova [...]”. (CML, 1995, p. 23) (Figura 32)

Após as obras, que se realizaram durante os anos de 1980, o mercado “[...] totalmente remodelado e adaptado às novas exigências de distribuição alimentar e ao crescimento demográfico do bairro é, finalmente “inaugurado” a 11 de Novembro de 1991.”. (CML, 1995, p. 23)

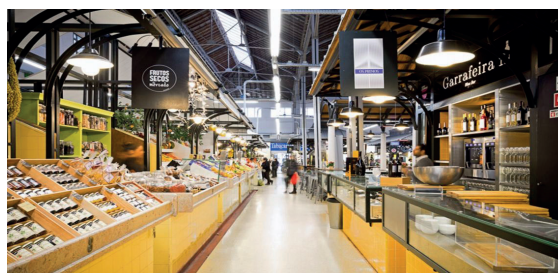


Figura 33. Mercado de Campo de Ourique, 2014.

<https://www.evasoes.pt/o-que-fazer/a-eletica-rua-de-campo-de-ourique-que-foi-a-ultima-morada-de-pessoa/873561/>

Figura 34. *Workshop* de culinária.

<https://www.mercadodecampodeourique.com>

Figura 35. Os mercados existentes no mundo.

<https://www.pinterest.pt/pin/492722015459337103/>

Nos anos de 1990 é considerado um dos melhores mercados da cidade, com uma grande afluência de público, sucesso comercial e social, “[...] no Mercado de Campo de Ourique, à semelhança de outros mercados municipais, realizam-se periodicamente acções de animação pelo Natal, Páscoa, Carnaval e S. Martinho.”. (CML, 1995, p. 26)

No entanto, tal como aconteceu com vários mercados, o elevado estado de degradação do edifício levou à necessidade de uma segunda intervenção em 2013. (Figura 33) Esta intervenção combinou os valores tradicionais e a contemporaneidade, ao tornar-se num mercado híbrido com a venda de produtos frescos de um lado (Figura 34) e os restaurantes do outro. (Figura 35)

Não foram realizadas alterações na envolvente, mas esta reabilitação dinamizou o bairro e o projeto proporcionou aos utilizadores um conjunto de experiências. O mercado “renasceu [...] com cara lavada e uma nova filosofia: aliar as tradicionais bancas de legumes, frutas e peixe a tasquinhas e quiosques gourmet. Reabriu com duas dezenas de espaços modernos, de oferta variada, desde marisco a doces conventuais, dos vinhos e queijos aos gelados, do sushi aos petiscos tradicionais.”. (Público, 2014)

Tal como acontece no Mercado da Ribeira | *Time Out*, este novo modelo permite também que os consumidores dos restaurantes consumam produtos do mercado tradicional e que os próprios restaurantes também sejam compradores dos frescos vendidos no mercado. A adesão dos cidadãos a este novo conceito foi positiva, uma vez que gerou novamente fluxos de pessoas da zona e de turistas. Esta convergência de fluxos, acrescida de atividades comerciais, transformaram o espaço do mercado num ponto de encontro e de convívio para os utentes.

Globalmente, a reabilitação destes mercados não só criou um espaço novo como revitalizou toda a zona do Cais do Sodré e de Campo de Ourique, e promoveu a abertura de muitos outros negócios na zona, como lojas e outros restaurantes. Este modelo funciona, assim, como um exemplo de inovação que atrai a procura pela oferta diferente e diversificada. Ambos os mercados são trabalhados como equipamentos que permitem rentabilidade, mas que também privilegiam a relação social e urbana, essencial para se tornarem num motor de mudança. É na relação destas vertentes que os mercados se tornam em elementos geradores de vivências e movimento.

Enquanto que o mercado de *San Josep* mantém a memória do espaço inalterável, mas relaciona-a com a atualidade, o mercado de *Santa Caterina* altera o espaço, mas assume a tradição e a modernidade nas transformações. Os mercados de Lisboa representam possibilidades de transformação de um espaço de mercado em espaço de convívio, apropriado e vivenciado. Assim, parece mais sólido o equilíbrio do conceito nos mercados de Barcelona do que nos mercados de Lisboa.

Com a análise destes mercados, assume-se a variedade de formas de transformação deste programa, apresentando a diversidade das apropriações. É, de facto, notório que os mercados são elementos importantes para as cidades, por mostrarem um pouco da história e memória do lugar, suscitando curiosidade de quem o habita. (Goodwin, 2016) Estes exemplos mostram que estes edifícios são capazes de ser transformados, conforme as necessidades de cada cidade e sociedade, e que servem de modelos para outros mercados como promotores urbanos.



Figura 36. Esquema representativo da Participação.
Autoria própria

EXPERIÊNCIAS PARTICIPATIVAS

Experiências participativas é um capítulo constituído pela análise dos conceitos da participação e a apropriação. É aqui feita uma análise da importância da participação, das várias formas que esta apresenta e das diferentes etapas do processo em que pode existir.

Desdobra-se em dois subcapítulos – *A participação e a apropriação na cidade* e *Casos de participação no projeto e apropriação no uso*. Primeiramente, é realizada uma referência a diversos autores e arquitetos que se dedicaram ao estudo e à prática deste campo, como é o caso de Bernard Rudofsky (1964), Sherry Arnstein (1969), Henry Sanoff (2000), Giancarlo De Carlo (2005), Hassan Fathy (2009), Jeremy Till (2009), Jenkins e Forsyth (2010), Voordt e Wegen (2005), Edward T. Hall (1990) e Jonathan Hill (1998). De seguida, são apresentadas duas referências internacionais e duas nacionais de mercados onde a participação e a apropriação estão marcadas. Pretende-se aqui descrevê-los e compará-los a nível de equipamentos urbanos, da sua relação com a comunidade e da geração de dinâmicas. Com estas referências pretende-se também estudar novas abordagens aos programas implementados em mercados e mostrar estes modelos como casos representativos de uma reabilitação onde existiu participação e apropriação.

Por fim, pretende-se clarificar a importância da participação, em que momentos pode ocorrer e as mais valias destas experiências. Juntamente com estas intenções, é necessário mostrar que a participação pode acontecer em projeto – com um projeto participado, e verificar-se também pela apropriação - quando o espaço que se constrói é ocupado pelo utilizador (Figura 36), tal como nos diz Voordt e Wegen (2005).

A PARTICIPAÇÃO E A APROPRIAÇÃO NA CIDADE

CONTEXTO INTERNACIONAL

A arquitetura desenvolve-se de acordo com as necessidades do Homem - desde a organização dos espaços, à materialização e à edificação - podendo afirmar-se que é caracterizada por um carácter social que a faz acompanhar as mudanças da sociedade à medida que vai evoluindo, registando e seguindo essas transformações, a “[...] arquitetura enquanto produto e processo está sempre ligada às dinâmicas sociais.”³⁷. (Till, 2010, p. xi)

Contudo, tem estado presa a uma cultura arquitetónica que não se interessa pela relação com estas dinâmicas. Segundo Jeremy Till (2010) “as razões para tal são várias, centram-se na maneira como a complexidade e o poder das forças sociais parecem incomodar a pureza dos valores arquitetónicos.”³⁸. Entendia-se que a participação, enquanto núcleo de relação entre a arquitetura e a dinâmica social, era tratada como uma “[...] intrusão nos valores idealizados da cultura arquitetónica, algo que traz barulho não desejado a um processo já de si complexo.”³⁹. (Till, 2010, p. xi)

A participação é assim introduzida como uma resposta à necessidade de reaproximação do arquiteto ao habitante, do habitante à arquitetura e como ferramenta de desenvolvimento. No entanto, pode observar-se no decorrer da História que se torna uma exceção no processo de projeto de arquitetura. Há, contudo, uma necessidade de contrariar este fenómeno. O foco passa assim em tornar a participação parte da arquitetura, “o desafio agora é entender a participação não como um/ou, mas como ambos/e na arquitetura.”⁴⁰. (Till, 2010, p. xi) Com um projeto participado os utilizadores contribuem para uma resposta das necessidades sociais na relação com a arquitetura, não prescindindo de nenhuma das restantes:

37 Citação original: “[...] architecture as product and process is always embedded in social dynamics” (Till, 2010, p.xi)

38 Citação original: “The reasons for this are multiple, but centre on the way that the complexity and strength of societal forces are seen to upset the purity of architectural values” (Till, 2009, p. xi)

39 Citação original: “[...] intrusion into the idealised values of architectural culture, something that brings unwanted noise to an already complex process.” (Till, 2009, p. xi)

40 Citação original: “The challenge now is to understand participation not as ‘either/or’ but as ‘both/and’ within architecture.” (Till, 2009, p. xi).



Figura 37. Capa do livro *Architecture, Participation and Society*.
Jenkins, Forsyth, 2010

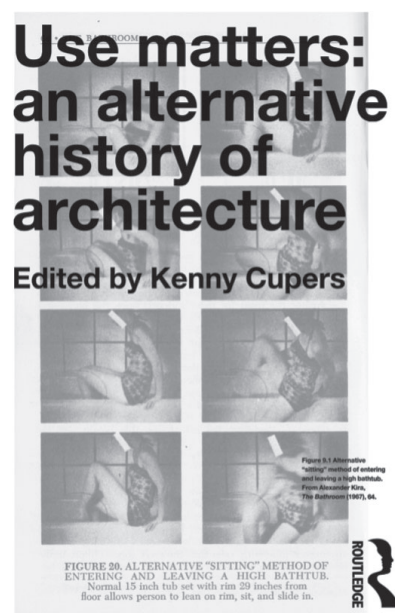


Figura 38. Capa do livro *Use matters: an alternative history of architecture*.
Cupers, 2013

“A verdadeira virtude da participação é que traz outros valores para a mesa [...]. Os não-arquitetos possuem prioridades e necessidades diferentes, estas têm que ser aceites como tão válidas como as arquitetónicas. O problema passa a ser não descartar os conhecimentos arquitetónicos e os valores nos quais se baseiam, mas vê-los como parte de uma mistura mais ampla e socialmente orientada: tanto participação como arquitetura. Só então pode a participação passar de uma posição de oposição para algo que possa servir para revitalizar o centro da profissão arquitetónica.”⁴¹. (Till, 2010, p. xi)

Porém, assiste-se num contexto contemporâneo ao desligar de alguns arquitetos da sociedade, fechados em círculos profissionais, onde a atividade arquitetónica é priorizada em detrimento das necessidades dos utilizadores, onde o papel do “*star architect*” é tido como o principal atributo que valoriza o edifício. (Jenkins et al, 2010, pp. xiii-xv). Também Charles Jencks se refere ao “*Starchitect*” (Jencks, 2006, p. 9) quando sublinha uma corrente que se interessa mais pela obra autoral e pelo “*wow factor*” (Jencks, 2006, p. 8) do edifício, visto enquanto ícone escultórico, do que uma como resposta às necessidades dos seus utilizadores, e isto confirma-se no que Jencks denomina por “*Bilbao effect*”⁴², onde o foco é no edifício como marco arquitetónico e no arquiteto como autor. (Jencks, 2006, p. 8)

Jenkins e Forsyth (2010), em *Architecture, Participation and Society* (Figura 37), afirmam que é no Movimento Moderno, mais especificamente no pós-guerra, com o *Team X*, que se assiste à defesa da arquitetura para tratar estas transformações sociais, realçando a arquitetura como “arte social”⁴³. Também Cupers (2013) defende em *Use Matters: An Alternative History of Architecture* (Figura 38), que é necessário ir “contra a periodização dominante da arquitetura do século XX baseada na autoria [...]”⁴⁴ (Cupers, 2013, p. 1) e explorar alternativas à prática da arquitetura, onde o uso é o motor para a inovação. Cupers

41 Citação original: “The real virtue of participation is that it brings another set of values to the table, and in so doing supplements the limited Vitruvian diet. Non-architects have different priorities and needs, and these have to be accepted as just as valid as the architectural ones. The issue therefore becomes not to dismiss normative architectural knowledge, and the values on which it is based, out of hand, but to see them as part of a much broader, socially oriented mix: both participation and architecture. Only then can participatory practice be moved from an oppositional, and potentially marginalised, position to something that can serve to revitalise the centre of the architectural profession.” (Till, 2009, p. xi).

42 O “Bilbao effect” começou quando Frank Gehry projetou o Guggenheim de Bilbao. A partir desse momento, vários foram os arquitetos que procederam à construção de edifício que marcassem a envolvente, não só pela escala, mas por serem considerados ícones.

43 Citação original: “architecture as a social art.” (Jenkins et al, 2010, pp. xiii-xv)

44 Citação original: “[...] against the dominant periodization of twentieth-century architecture based on authorship, from, or discourse, the contributors provide a more relational history of architecture that connects the accounts of architects, projects, and ideas with a larger social, spatial, and material history.” (Cupers, 2013, p. 1)

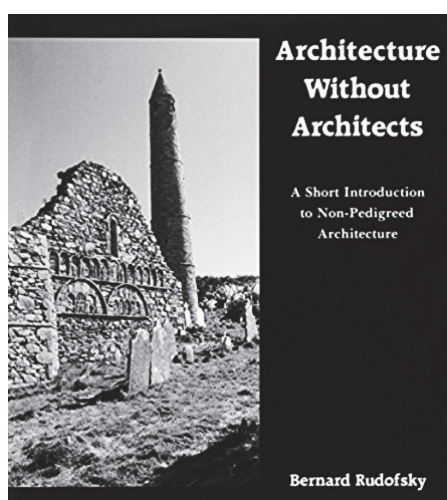


Figura 39. Capa do livro *Architecture Without Architects*.
Rudofsky, 1964

afirma ainda que a arquitetura tem que ter em conta aqueles que a utilizam, “[...] dividindo a disciplina num campo formalista e num campo de utilizadores.”⁴⁵. (Cupers, 2013, p. 1)

Deixando o arquiteto de ser o centro da obra, gera-se uma arquitetura que vai ao encontro do utilizador, conciliando as necessidades dos habitantes com o processo de arquitetura, dando especial atenção ao objeto arquitetónico e à sua utilização, compatibilizando a conceção de projetos em processos de participação, de modo a garantir os objetivos para os quais foram criados, a satisfação e resposta às necessidades dos utilizadores. A relação arquiteto - utilizador vai-se intensificar com a inclusão do utilizador na conceção de projetos, tornando o papel do arquiteto mais inclusivo no processo de projeto de arquitetura.

Sobre esta temática encontramos várias dissertações de Mestrado que exploram os temas da arquitetura social, as respostas da arquitetura moderna relativamente às necessidades habitacionais e as relações entre arquiteto e utilizador, a fim de compreender e entender as comunidades e as suas necessidades, como são os casos das dissertações de Tânia Santos (2014), Catarina Pinto (2015), Maria Catré, (2017) e Tatiana Romão (2018).

Foi nos anos de 1960, mais especificamente em 1963, que John Turner publicou os seus artigos acerca do papel das comunidades em relação ao Estado na *Architectural Design* sobre a situação da habitação na América Latina e o papel das comunidades em relação ao Estado. No Reino Unido, também nos anos de 1960, começou a surgir a compreensão do papel da comunidade no processo de desenvolvimento de ambientes construídos. (Jenkins et al, 2010, pp. xiii-xv) Vários autores e arquitetos dedicaram-se ao estudo e à prática neste campo, como é o caso de Bernard Rudofsky (1964), Sherry Arnstein (1969), Henry Sanoff (2000), Giancarlo De Carlo (2005), Hassan Fathy (2009)⁴⁶, Jeremy Till (2009) e Jenkins e Forsyth (2010).

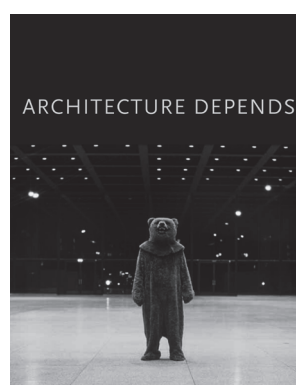
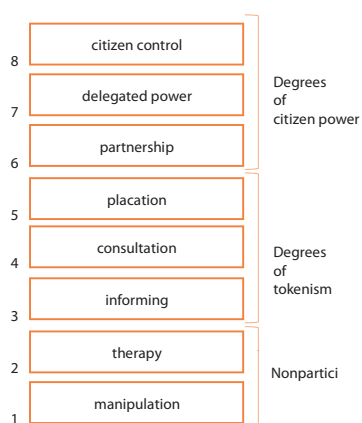
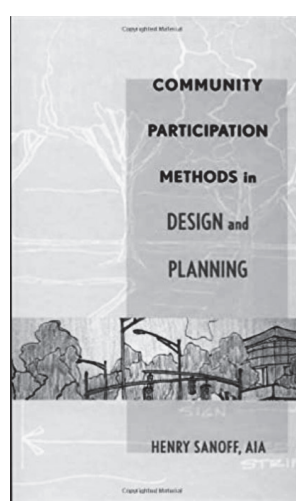
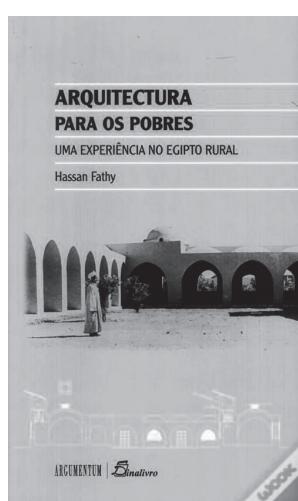
Rudofsky em *Architecture without Architects*⁴⁷ (1964) (Figura 39), introduz a “*nonpedigreed architecture*” que é caracterizada por ser vernacular e principalmente anónima. Nesta “*nonpedigreed architecture*”, os construtores anónimos pertenciam às comunidades, logo

45 Citação original: “[...] architecture takes into account those who use it is a matter of the designer’s personal ethics, dividing the discipline into a formalist and a user-friendly camp.” (Cupers, 2013, p. 1)

46 Texto original do livro, publicado em 1969 no Cairo com o título, *Gourna, a Tale of two Villages*, numa edição limitada do Ministério da Cultura. Primeira edição do livro data de 1973 com o título original, *Architecture for the Poor, an experiment in rural Egypt*. Chicago: The University of Chicago Press.

Tradução da obra por Joana Pedrosa Correia realizada através da versão francesa de 1970.

47 Em 1964 foi apresentada no *Museum of Modern Arts* – MOMA, a exposição *Architecture without Architects* de Bernard Rudofsky.



Jeremy Till

Figura 40. Capa do livro *Arquitetura para os Pobres*. Fathy, 2009

Figura 41. Capa do livro *Community Participation Methods in Design and Plannings*. Sanoff, 2000

Figura 42. Esquema de oito degraus proposto por Arnstein em *A Ladder of Citizen Participation*, 1969. Autoria própria com base no Figura 2 da página 217 de Arnstein, 1969

Figura 43. Capa do livro *Architecture Depends*. Till, 2009

tinham um maior entendimento das suas necessidades, mostrando como a participação dos utilizadores promove uma arquitetura mais direcionada às suas exigências. Também De Carlo questiona o papel do arquiteto em *Architecture's public* (2005) e defende que a “arquitetura é demasiado importante para ser deixada apenas a arquitetos.”⁴⁸. (De Carlo, 2005, p. 11) Aqui demonstra a necessidade da comunicação entre quem pratica arquitetura e quem a usa, criando novas características na arquitetura e novos comportamentos por parte do arquiteto, para que a construção e o uso façam ambas parte do processo de planeamento. (De Carlo, 2005, p. 11)

Fathy em *Arquitetura para os Pobres* (2009) (Figura 40) considera necessário “transpor o fosso que separa a arquitectura popular da arquitectura de arquitecto” (Fathy, 2009, 52) e afirma que quer estabelecer uma relação “visível e sólida entre as duas arquiteturas sob a forma de traços comuns a ambas, [...] que alargasse a sua compreensão e que o arquiteto pudesse utilizar para verificar a fidelidade do seu próprio trabalho às pessoas e ao lugar.”. (Fathy, 2009, p. 52).

Sanoff em *Community Participation Methods in Design and Planning* (2000) (Figura 41) defende que não existe uma definição ou interpretação única da participação. Esta abrange várias formas de tomada de decisão - “*decision making*” - pelas várias entidades envolvidas, permitindo que os utilizadores participem ativamente “no processo de desenvolvimento; haverá uma melhor manutenção do ambiente físico, maior espírito público, maior satisfação dos utilizadores [...]”⁴⁹. (Sanoff, 2000, p. 9) Em *A Ladder of Citizen Participation* (Arnstein, 1969), a autora propõe oito degraus de participação (Figura 42) que se traduzem numa avaliação que vai da não-participação à capacitação do cidadão.

Em *Architecture Depends* (2009) (Figura 43) Till argumenta em que a participação deve ser encarada como uma oportunidade para reformular a arquitetura; e Jenkins e Forsyth (2010) refletem sobre a relação entre a arquitetura e a sociedade e, conseqüentemente, a participação social. Ainda em *Architecture, Participation and Society* (2010) é defendida a existência de duas filosofias diferentes na participação, uma que “[...] assume que a participação é um direito fundamental para aqueles que são afetados de alguma forma por

48 Citação original: “architecture has become too important to be left to architects”. (Carlo, 2005, p. 11)

49 Citação original: “in the development process; there will be a better-maintained physical environment, greater public spirit, more user satisfaction and significant financial savings.” (Sanoff, 2000, p. 9)

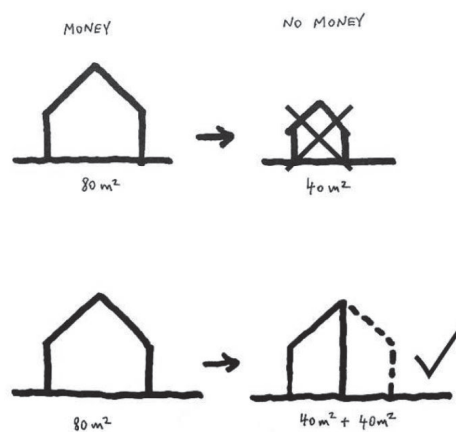


Figura 44. *Incremental Housing.*
Aravena, Iacobelli, 2012

um processo como o desenho arquitetónico, e a posição que vê valor na participação por razões instrumentais - ou seja, torna o processo melhor de alguma forma.”⁵⁰. (Jenkins, Forsyth, 2010, p. 13-17)

Mais recentemente, Alejandro Aravena – galardoado em 2016 com o Prémio Pritzker - estudou os processos de participação e trabalhou sobre os mesmos, tendo desenvolvido um modelo estrutural chamado *incremental housing*⁵¹ (Figura 44), onde existe uma aproximação clara entre arquiteto, projeto e cliente. Foram estas medidas que levaram mais tarde à elaboração do método *Elemental* (desde 2006, empresa *Elemental*) que resulta na busca de uma arquitetura de carácter social, envolvendo habitação, espaços públicos, infraestrutura e transporte. (The Pritzker Architecture Prize, 2020)

A participação no contexto internacional e europeu desenvolveu-se aliada a movimentos de protesto e também a nível académico, tendo sido os estudantes e alguns arquitetos a trabalhar nestas comunidades, de modo a ajudar a reabilitar os bairros e a possibilitar a realização das próprias construções por parte dos seus utilizadores, promovendo a participação e a autoconstrução. (Jenkins, Pereira, 2010, p. 39)

Surgem nos Estados Unidos, os *Community Design Centers* “com o objetivo de fornecer assistência técnica a nível local, dentro das comunidades sobre uma série de questões, tanto de arquitetura como de planeamento, [...]”⁵². (Jenkins, Milner, Sharp, 2010, p. 25) Paralelamente aos acontecimentos nos Estados Unidos, a necessidade de criar programas que satisfizessem as necessidades dos utilizadores no Reino Unido tornou-se imperativa durante os anos de 1960. Posto isto, desenvolveram-se diversos grupos como a organização *Support* (1976) em Londres, cujo objetivo era coordenar a assistência às comunidades. Tal como a *Support*, procedeu-se também à criação de organizações semelhantes na Holanda, Dinamarca e na Europa (Jenkins, Milner, Sharp, 2010, p. 25), por exemplo, *Support Community Building Design*, *ASSIST*, *CDC Community Design Centers*, *PRATT Centre for Community Development*, *ADN Asian Neighborhood Design* e *Arquitetura Nova*.

50 Citação original: “There are two different philosophical bases for participation: the position which assumes that participation is a fundamental right for those who are affected in some way by a process such as architectural design, and the position which sees value in participation for instrumental reasons—i.e. it makes the process better in some way.” (Jenkins e Forsyth, 2010, p. 13-17)

51 *Incremental housing*, consiste na construção de meia habitação, que responde às necessidades principais dos utilizadores, mas possibilita o acrescento à habitação à medida que os seus utilizadores necessitam e podem proceder a estes acrescentos.

52 Citação original: “providing local-level technical assistance within communities on a number of issues, architecture as well as planning, [...]” (Jenkins, Milner, Sharp, p.25)

Afirma-se, assim, que a participação não se trata apenas de uma forma de envolver os habitantes no processo arquitetônico, mas de uma forma de pensar arquitetura, possibilitando que a prática atue num campo mais abrangente, revigorando a arquitetura e trazendo benefícios, quer para os moradores, quer para os profissionais, quer para o ambiente construído. (Jones, Till, Petrescu, 2005)

Sendo o foco deste processo o papel do utilizador na relação com o arquiteto, estas interações são desejáveis de modo a compreender as necessidades dos clientes, “a participação não está sempre relacionada com a tomada de decisões, embora esta seja considerada a mais poderosa forma de negociação acerca de algum problema, como o projeto arquitetônico, mas está também relacionada com a partilha de informação.”⁵³. (Jenkins e Forsyth, 2010, p. 151)

Assiste-se a uma alteração na abordagem da prática e do processo da arquitetura, com vista a permitir aos utilizadores melhores condições de habitação e integração no processo de projeto e construção. Paralelamente, podem-se relacionar estas premissas de arquitetura a outras disciplinas, provando a necessidade de interdisciplinaridade. Roland Barthes (1977) afirmava ainda, que para que a obra possa ser apropriada pelos habitantes e pela comunidade, o arquiteto se deveria desprender desta, “o nascimento do leitor tem que ser à custa da morte do Autor.”⁵⁴. (Barthes, 1977, p. 148)

Desta prática participativa, interessa também analisar as potenciais transformações positivas que esta abordagem pode imprimir nos processos arquitetónicos e na própria experiência da arquitetura. Quer-se com isto, demonstrar que a participação não se trata da exclusão do arquiteto, mas da oportunidade de alargar o campo de ação da arquitetura.

No seguimento deste pensamento, pretende-se também avaliar a relação estabelecida entre o espaço construído e os seus utilizadores, e refletir se esta se estabelece no instante em que o arquiteto concebe e projeta um espaço, ou só no momento em que o utilizador o vive:

“A avaliação da experiência vivida no espaço é a validação para testar a coincidência entre o que o arquiteto imaginou no projeto como *cosa mentale*, e como o espaço construído está realmente a cumprir esta conceção,

53 Citação original: “participation is not always about decision-making, although this may be seen as the most powerful form of negotiation on any issue, such as an architectural design, but is also about providing and sharing information.” (Jenkins e Forsyth, 2010, p. 151)

54 Citação original: “the birth of the reader must be at the cost of the death of the Author” (Barthes, 1977, p. 148)

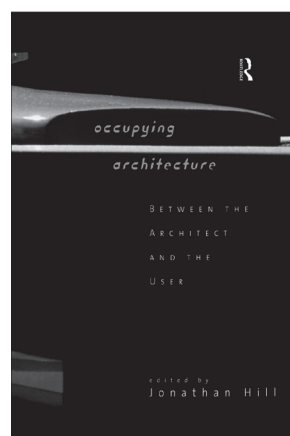
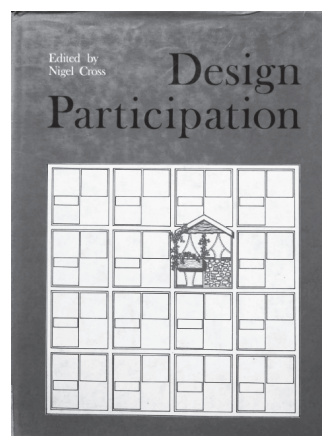
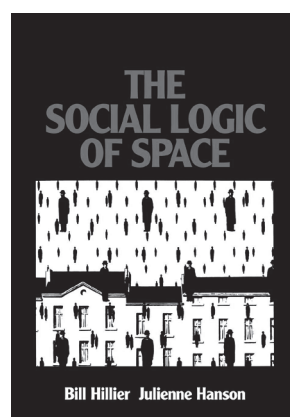
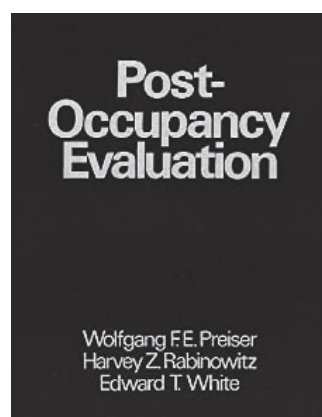


Figura 45. Capa do livro *Post-Occupancy Evaluation*.
Preiser, White, Rabinowitz, 1988

Figura 46. Capa do livro *The Social Logic of Space*.
Hillier, Hanson, 1984

Figura 47. Capa do livro *Design Participation*.
Cross, 1972

Figura 48. Capa do livro *Occupying architecture*.
Hill, 1998

compreendendo, em última análise, como o conceito é traduzido na prática, e se a experiência espacial esperada e a experiência efetiva se sobrepõem.”⁵⁵.
(Coelho, 2015, p.7).

Para a avaliação do espaço, Voordt e Wegen em *Architecture in Use: An Introduction to the Programming, Design and Evaluation of Buildings* (2005) distinguem-na em dois momentos, “*ex ante*”, antes da construção e “*ex post*”, após a construção. (Voordt, Wegen, 2005, p. 142) Numa avaliação “*ex ante*”, pretende-se entender e testar o projeto em papel e avaliar potenciais soluções, em “*ex post*” ou *post occupancy evaluation*, verifica-se se o espaço construído responde às exigências iniciais. (Voordt, Wegen, 2005, p. 142)

Numa análise mais detalhada relativa à apropriação e aos métodos de avaliação pós-ocupação – que se debruça sobre a análise do uso dos edifícios construídos - são essenciais livros tão diversos como *Post-Occupancy Evaluation* (Preiser, White, Rabinowitz, 1988) (Figura 45), *The social logic of space* (Hillier, Hanson, 1984) (Figura 46), *Design Participation* (Cross, 1972) (Figura 47) e *Occupying architecture between the architect and the user* (Hill, 1998) (Figura 48).

A partir do estudo destas obras foi possível criar um entendimento sobre o impacto da participação no espaço projetado e como é que esta participação influencia ou não a apropriação do espaço pelas pessoas, uma vez que visa responder de forma mais objetiva às suas necessidades. Independentemente do projeto e da forma de participação, quer esta seja mais ou menos direta entre os utilizadores e o arquiteto, considera-se que as obras só se completam quando o espaço é ocupado pelo utilizador.

Jonathan Hill (1998) explora a relação entre o desenho de projeto e a experiência do utilizador, demonstrando que o utilizador faz parte da arquitetura e participa na sua conceção, tanto como o arquiteto que a projeta:

“Existem duas ocupações de arquitetura: as actividades do arquiteto e as acções do utilizador. O arquiteto e o utilizador produzem ambos arquitetura, o primeiro pelo projeto, o segundo pelo uso. A arquitetura é uma experiência, é feita tanto pelo utilizador como pelo arquiteto. Não são dois conceitos

⁵⁵ Citação original: “The assessment of the living experience in space is the ultimate validation to test the coincidence between what the architect envisioned in the design as *cosa mentale*, and how the built space is actually fulfilling this conception, ultimately understanding how the concept is translated into the practice, and whether expected and effective spatial experience overlap.” (Coelho, 2015, p.7).



Figura 49. Esquema representativo da relação Avaliação Pós Ocupação - Participação - Apropriação.
Autoria própria

mutuamente exclusivos. Existem um no outro. Tal como o arquiteto também é um utilizador, o utilizador pode ser um arquiteto ilegal.”⁵⁶. (Hill, 1998, p. 6).

Podemos assim observar que o utilizador desempenha um papel fundamental, pois é este que confere ao projeto um significado concreto, podendo ser considerado um “arquiteto ilegal”⁵⁷ (Hill, 1998) ao ocupar o espaço e, conseqüentemente, ao interagir com ele e alterá-lo de forma a responder às suas necessidades.

Coelho (2013) afirma em *Designing and assessing the living experience from brief to use* (2013), que “uma conceção do espaço que condicione uma utilização fixa e específica do seu uso, limitará a sua apropriação a uma experiência espacial pré-determinada.”⁵⁸ (Coelho, 2013, p. 185)

O arquiteto possui aqui um papel importante na conceção de um espaço que tenha em conta as necessidades dos seus futuros utilizadores, e quanto maior for a capacidade de adaptação do espaço projetado, maior será a probabilidade de este ser ocupado de diferentes maneiras, em diferentes ocasiões, conferindo-lhe uma maior capacidade de ocupação e apropriação. (Hill, 1998, p. 141)

Após a análise da apropriação do espaço, pode seguir-se uma abordagem à avaliação pós-ocupação, que “fornece uma visão das conseqüências das decisões passadas de projeto, e forma uma base sólida para criar edifícios melhores no futuro.”⁵⁹ (Preiser, et al., 1988) A avaliação pós-ocupação é um mecanismo que permite aos arquitetos projetar, futuramente, de forma mais apontada e informada, colmatando falhas anteriores. Esta avaliação permite uma melhoria do projeto e, de um modo mais alargado, melhorar a qualidade da conceção, construção e gestão do ambiente construído. (Voordt, Wegen, 2005, p. 9)

Estes são apenas algumas obras que permitem entender a importância dos métodos de avaliação pós-ocupação como procedimentos de análise para uma conceção de projeto mais adequado e o conhecimento amplo do edifício. (Figura 49) É através destas leituras e

56 Citação original: “There are two occupations of architecture: the activities of the architect and the actions of the user. The architect and user both produce architecture, the former by design, the latter by use. As architecture is experienced, it is made by the user as much as by the architect. Neither are there two terms mutually exclusive. They exist within each other. Just as the architect is also a user, the user can be an illegal architect.” (Hill, 1998, p. 6)

57 Citação original: “Illegal architect” (Hill, 1998)

58 Citação original: “[...] a spatial conception that conditions a fixed and specific use of space will confine its appropriation to a pre-determined spatial experience.” (Coelho, 2013, p. 185)

59 Citação original: “Provides insight into the consequences of past design decisions and forms a sound basis for creating better buildings in the future.” (Preiser, et al., 1988)



Figura 50. Cartaz da exposição: O Processo SAAL. Arquitetura e Participação 1974 - 1976.
<https://www.serralves.pt/pt/actividades/o-processo-saal-arquitetura-e-participacao-1974-1976/>

análises que se entende a importância destes estudos como complemento ao projeto, uma vez que se pretende aqui entender as necessidades dos ocupantes e demonstrar como é que o arquiteto e o espaço podem beneficiar com estes conhecimentos. É com estes métodos que os arquitetos conseguem projetar de forma mais apontada, colmatando falhas anteriormente projetadas, sendo possível fornecer uma visão das consequências das decisões passadas de projeto e formar uma base para criar edifícios melhores no futuro. (Preiser, et al., 1988) Mostra-se, assim, a importância do contributo de quem habita o edifício para as decisões de projeto, para que este responda ao desempenho necessário de quem o utiliza. (Eberhard, 1988, p. vii)

Logo, o arquiteto tem o papel de projetar tendo em conta as necessidades dos seus futuros ocupantes. Adicionalmente, quanto maior for a indefinição do projeto de arquitetura, maior será a probabilidade de este ser ocupado de diversas maneiras, algumas delas por vezes inesperadas, que em última instância, conferem ao espaço uma grande potencialidade de ocupação e apropriação. (Hill, 1998, p.141) A forma como o utilizador se apropria destes espaços define também a sua qualidade arquitetónica, uma vez que a arquitetura só é completa é quando apropriada, usada e vivida pelas pessoas.

CONTEXTO NACIONAL

Em Portugal, pode considerar-se que a participação se desenvolveu muito nos anos de 1970 com o Processo SAAL (Serviço de Apoio Ambulatório Local) (Figura 50), no contexto da habitação social. No entanto, foi nos anos de 1950, que se iniciaram as experiências de arquitetura participativa no país. No âmbito de um trabalho para a Associação dos Inquilinos Lisbonenses (AIL), o *atelier* de Nuno Teotónio Pereira pretendia que o inquilino cooperasse no sentido de colmatar, “uma grande lacuna que existia no cooperativismo habitacional” (Bandeirinha, 2011, p. 63), promovendo a participação do utilizador:

“Uma delas [experiências na área da participação] tinha sido conseguida no âmbito de um trabalho feito no atelier de Nuno Teotónio Pereira para a Associação dos Inquilinos Lisbonenses – AIL, uma agremiação fundada em 1924 por anarquistas para defesa dos interesses dos arrendatários de casas.”. (Bandeirinha, 2011, p. 63)

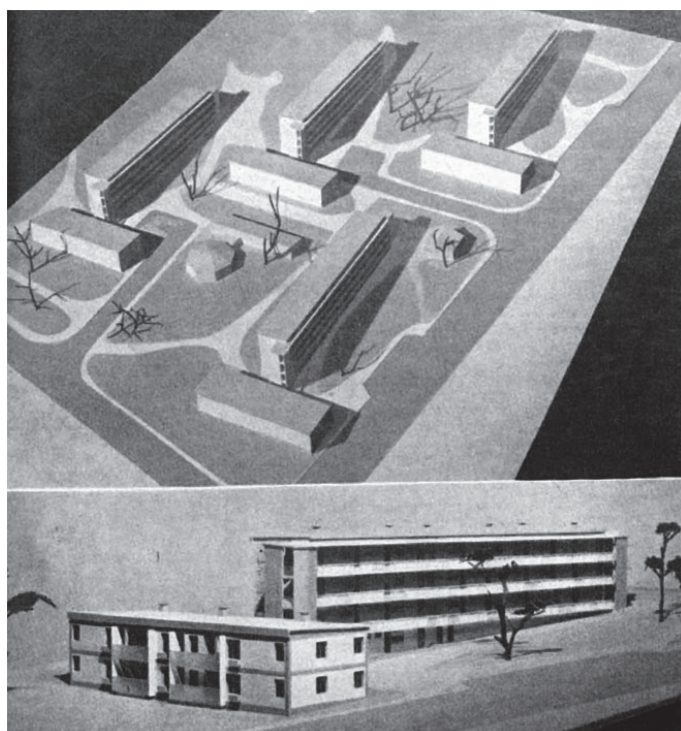


Figura 51. Unidade de Habitação Cooperativa (Nuno Teotónio Pereira e Bartolomeu da Costa Cabral para a Associação dos Inquilinos Lisbonenses, 1957).

Agarez, 2018

Nuno Teotónio Pereira revelou-se uma figura marcante no processo da invocação da participação na arquitetura, promovendo iniciativas como a exposição “O Cooperativismo Habitacional no Mundo”, que ficou marcada pela questão e uso da habitação, em 1957. (Figura 51) Esta pretendia dar a conhecer as soluções adotadas pela AIL e mostrar o projeto de Teotónio Pereira e Costa Cabral para o conjunto habitacional. (Agarez, 2018) É considerada uma das primeiras experiências de participação, com o inquérito pós visita dos utilizadores ao modelo em escala real da solução arquitetónica. Este modelo permitia que se conhecesse o projeto para um dos fogos da proposta, possibilitando uma nova atitude em relação à noção de habitação, desencadeando a ideia de participação. (Tostões, 2005, pp. 26-27)

O colóquio “O Cooperativismo Habitacional no Mundo”, foi também uma das iniciativas do arquiteto Nuno Teotónio Pereira, que se realizou no contexto do AIL. Este contou com a colaboração de vários arquitetos, entre os quais Nuno Portas⁶⁰, figura importante na implementação da participação no país pós 25 de Abril de 1974.

A Revolução de 25 de Abril marcou o início de uma reestruturação das estruturas e planeamento para a habitação social, o início da arquitetura participativa e também permitiu uma nova forma de estar das pessoas:

“[...] foi crescendo nas ruas, nas praças, nos cafés, nos locais de trabalho, uma forma de estar social nova, foi-se consolidando a súbita consciencialização de mais liberdades, de mais direitos, da urgência de ter expressão, de ter voz, foi-se forjando a capacidade de reivindicar a igualdade, de clamar pela dignificação do trabalho, por melhores condições de vida, foi-se abrindo a possibilidade de estabelecer sínteses entre campos de acção sociais, económicos e culturais até aí completamente estanques.”. (Bandeirinha, 2011, p. 109)

A Revolução coincidiu com a transformação das estruturas governamentais, onde se procurava resolver as carências sociais como o “[...] índice de analfabetismo que rondava, em 1970 mais de 20% na população masculina e um rácio superior a 30% na população feminina [...]” (Sardo, 2014, p. 27) e de habitação. (Sardo, 2014, p. 27).

60 Nomeado Secretário de Estado da Habitação e Urbanismo do 1º. Governo Provisório após a Revolução de 25 de Abril de 1974.

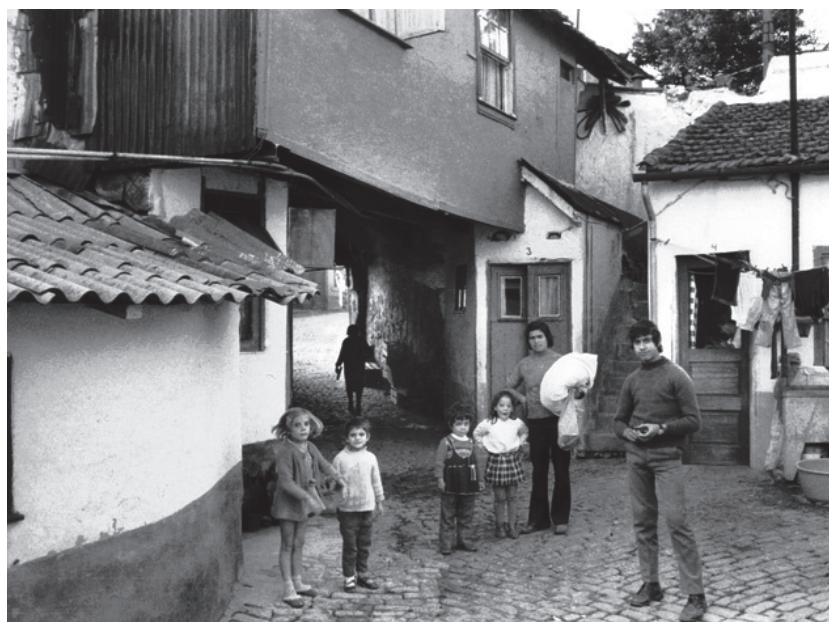


Figura 52. Condição de Habitação.

<http://www.cd25a.uc.pt/index.php?r=site/page&view=itempage&p=1353>

Figura 53. "Ilha" no Porto.

<http://www.cd25a.uc.pt/index.php?r=site/page&view=itempage&p=1353>

Surge o SAAL, a 6 de Agosto de 1974, como resposta do Estado às carências habitacionais evidentes. (Figuras 52 e 53) O “SAAL foi constituído por um decreto conjunto do Ministério da Administração Interna e do Ministério do Equipamento Social e do Meio Ambiente de 6 de Agosto de 1974.”. (Sardo, 2014, pp. 27-28) Este serviço propunha a criação de brigadas⁶¹ técnicas que, através de estruturas comunitárias autónomas, apoiassem as comunidades carenciadas, utilizando o Fundo de Fomento à Habitação, FFH, como apoio financeiro:

“O objetivo do decreto era a constituição de brigadas técnicas pluridisciplinares de apoio às populações carenciadas que, a partir de estruturas autóctones de organização, procurassem resolver os seus problemas habitacionais, coadjuvadas com uma estrutura de apoio económico gerido a partir do Fundo de Fomento à Habitação. As brigadas tinham como função desenvolver com as populações os planos urbanísticos, de infra-estruturas e organização, dar apoio à constituição das estruturas organizativas das populações, projetar novas estruturas habitacionais e coordenar o processo de construção, garantindo ao Estado uma estrutura de financiamento com uma parte a fundo perdido, bem como acelerar o processo de expropriação dos solos.”. (Sardo, 2014, p. 28)

É no SAAL que se verificam claramente intenções da participação nos projetos. Há uma vontade para que os habitantes tenham uma voz no projeto das casas que vão habitar, “[...] No sistema de habitação tradicional tudo está feito quando os inquilinos chegam. Com o programa SAAL, o inquilino chega antes de qualquer decisão ser tomada [...]”. (Portas, 2014)⁶² Entende-se, assim, que o principal pressuposto se relaciona com a participação dos utilizadores, pelas comissões e organizações, no processo da encomenda do projeto⁶³.

A possibilidade de diálogo entre os utilizadores e o arquiteto permitiu uma aprendizagem através dos debates e discussões, possibilitando aos habitantes ter contacto com as decisões de projeto.

O Processo SAAL termina em outubro de 1976, com várias obras acabadas, mas também com obras incompletas e com outras que não passaram de uma arquitetura de papel. Como referido, este processo veio revolucionar a interação entre arquiteto e utilizador, permitindo

61 Constituídas por arquitetos e profissionais de apoio às comunidades, que foram fundamentais na consolidação do processo.

62 Versão original data de 2003. Versão consultada de 2014.

63 Este processo é explicado em mais detalhe no Livro Branco do SAAL (1976).



Figura 54. Bairro de São Vitor.

AAVV, 2019

Figura 55. Bairro da Bouça.

<https://espacodearquitetura.com/projetos/bairro-da-bouca/>

que este último contribuisse para o processo, promovendo a arquitetura participativa. (Figuras 54 e 55) Com o SAAL, começou a existir a preocupação com a inclusão da comunidade, e à semelhança do que aconteceu num contexto internacional, entendeu-se que o projeto não termina com a conclusão da obra, esta fase é apenas o início da experiência social. (Sardo, 2014)

É também no Porto que encontramos uma relação mais imediata entre escola e participação. Esta relação teve início com o arquiteto Fernando Távora, quando juntou um grupo de alunos a fim de se elaborar um Estudo de Renovação Urbana das condições do Barredo, em 1989. Távora é o primeiro a colocar os interesses sociais dos utilizadores em primeiro lugar. Contudo, por motivos políticos da altura, o plano não teve sequência. (Bandeirinha, 2011, p. 101) O trabalho de Távora com os alunos promovia uma consciencialização da necessidade de os estudantes desenvolverem um entendimento social e político que podia ter impactos no exercício de arquitetura.

Num contexto contemporâneo, a preocupação com a participação no desenvolvimento de projetos tem sido cada vez maior. Para a presente dissertação, interessa analisar casos de participação promovidos ou apoiados pela Câmara Municipal do Porto (CMP), uma vez que é nesta cidade que se localizam os casos de estudo e onde se pretende estudar este tema.

A CMP criou diversos projetos, como o Comissariado para a Renovação Urbana da Área Ribeira-Barredo (CRUARB)⁶⁴, que tinha como objetivo combater o processo de degradação física do Centro Histórico, reabilitando, recuperando e preservando os valores históricos, arquitetónicos, assim como o ambiente social e cultural. (Arquivo Municipal do Porto, s/d)

A Domus Social⁶⁵ e o projeto ConDomus, foram criados em 2008 com o objetivo de desenvolver a participação dos moradores na gestão dos espaços comuns, melhorando o seu uso, potenciando a conservação e manutenção dos edifícios principais da habitação e, conseqüentemente, aumentando a “satisfação, comodidade e segurança dos inquilinos residentes em habitação municipal”. (Domus Social, 2020) A Porto Vivo - Sociedade de

64 Sobre este assunto consultar o Arquivo Municipal do Porto em <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941/>.

65 Domus Social, E. M, “tem por objeto a promoção da cidade do Porto na área da habitação, a gestão do parque de habitação pública municipal, a manutenção e conservação de todo o património imobiliário, equipamentos e infraestruturas municipais, bem como a elaboração, desenvolvimento e implementação de projetos na área social.” (Domus Social, 2014-2018) Para mais informações consultar: http://www.domussocial.pt/domussocial/quem-somos_2.



Figura 56. Ilha da Bela Vista antes das intervenções realizadas pela CMP.

<https://www.idealista.pt/news/imobiliario/habitacao/2018/07/06/36728-programa-de-apoio-para-reabilitar-ilhas-do-porto-e-complexo-mas-autarquia-quer>

Figura 57. Lançamento do concurso público para a reabilitação da Ilha da Bela Vista.

<http://www.domussocial.pt/noticias-domus/lancado-concurso-publico-para-a-reabilitacao-da-ilha-da-bela-vista>

Figura 58. Ilha da Bela Vista após intervenção.

<https://www.porto.pt/pt/noticia/visita-as-ilhas-mostra-que-ha-solucoes-diferentes-para-o-mesmo-problema>

Reabilitação Urbana - SRU⁶⁶, criada também em 2008, procedeu à elaboração do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial. Esta sociedade tem como responsabilidade todo o processo inerente à reabilitação da zona de intervenção a que se propôs, conduzindo o processo, elaborando estratégias de intervenção e servindo de mediadora entre investidores e proprietários. Estas são apenas algumas das iniciativas e projetos promovidos pela CMP.⁶⁷

Também promovida pela CMP⁶⁸ em parceria com o Laboratório de Habitação Básica e o Gabinete Imago⁶⁹, foram as intervenções na Ilha da Bela Vista. (Rodrigues, Silva, 2015, p.31) (Figuras 56 e 57) Este movimento conduziu a CMP ao projeto do Arquiteto Mário Trindade concebido no âmbito do programa SAAL. A nova proposta foi apresentada à comunidade de moradores e foi introduzido um “[...] mecanismo de explicação e de participação.” (Rodrigues, Silva, 2015, p. 32) Todas as entidades envolvidas afirmavam a necessidade de investir na participação pública, criar espaços de discussão, problematização e informação, só assim é que se possibilitava “[...] a cada cidadão os instrumentos necessários para pensar a cidade [...]”. (Rodrigues, Silva, 2015, p. 32)

É com esta iniciativa que surge a necessidade de “[...] implementação de um conjunto de políticas municipais e metropolitanas assentes num diversificado conjunto de princípios e de objectivos materializados num programa simples e inovador, inclusivo e participativo, sustentável e realizável [...]”. (Rodrigues, Silva, 2015, p. 32)

O período de agosto de 1974 a outubro de 1976 marcou um momento de grande importância na forma de pensar e fazer arquitetura em Portugal. (Rodrigues, Silva, 2015, p. 136) A partir desse momento, qualquer intervenção partia de um conhecimento do contexto cultural e social e das circunstâncias da intervenção. O Processo SAAL é, assim, uma referência do que é necessário problematizar e reinventar na prática de arquitetura e intervenções seguintes, como na Bela Vista (Figura 58), puseram em prática todos os conhecimentos adquiridos no SAAL e promoveram uma participação ativa de toda a comunidade envolvida.

66 Porto Vivo, SRU tem por objetivo a reabilitação urbana da cidade do Porto. Para mais informações consultar: <http://www.portovivosru.pt/pt/porto-vivo-sru/objeto-social>

67 Para mais informações sobre este tema e projetos promovidos pela Câmara Municipal do Porto, consultar: <http://www.domussocial.pt/projetos-sociais>

68 Sob iniciativa do atual presidente da Câmara, Rui Moreira.

69 O programa de reabilitação foi apresentado a 22 de agosto de 2013 e foi anunciado o “modelo experimental” (Rodrigues, Silva, 2015, p. 32) com a criação de um laboratório de habitação básica.

CASOS DE PARTICIPAÇÃO NO PROJETO E APROPRIAÇÃO NO USO

As referências apresentadas neste subcapítulo surgem com a necessidade de focar alguns elementos tidos como relevantes para abordar as temáticas da participação e apropriação nos mercados. Escolheu-se dois mercados internacionais e dois nacionais, por se entender que são referências de revitalização tanto do edifício, como do espaço público envolvente e representativos dos conteúdos que se pretende abordar neste capítulo. Era também necessário que as referências apresentassem modelos de participação e apropriação na sua reabilitação, desde o projeto ao uso, e entendeu-se assim que estes mercados eram representativos do que se pretendia estudar.

As referências de mercados participados – *Halle Secrétan* e Caminha – pretendem mostrar diferentes formas de participação, desde a discussão pública com os utilizadores, ao voto da melhor proposta de intervenção e que melhor reflète as necessidades de quem utiliza o espaço. Os mercados apropriados – *Covent Garden* e Braga – são espaços que proporcionam um usufruto amplo do edifício e da sua envolvente pelos seus utilizadores e que contribuem para que se gerem momentos de lazer e atividades no mercado.

Todas as referências aqui apresentadas pretendem promover uma maior utilização e vivência dos mercados pelas pessoas, desde a criação de novos espaços âncora que atraem utilizadores ou novas oportunidades de negócio com a inclusão de outros programas, até à revitalização e reabilitação de toda a área exterior envolvente do mercado. Estas novas valências permitem que o mercado seja um espaço gerador de urbanidade, atividade e vivências.



2.2.1.

MERCADO HALLE SECRÉTAN, PARIS, 1867 | 2013

No contexto dos mercados internacionais, o *Halle Secrétan* em Paris, França, destacou-se pela inclusão de um momento de participação antes da construção do projeto e pelas obras de reabilitação efetuadas, tanto no mercado como na envolvente.

O *Halle Secrétan*⁷⁰ foi construído entre 1867 e 1868 por Louis-Adolphe Janvier, segundo uma reinterpretação *standard* do modelo de mercados cobertos de Baltard⁷¹. Está localizado no 19.º arruamento, entre *Bassin de la Villete* e *Parc des Buttes-Chaumont*. (Figuras 59 e 60) A sua construção fez parte do desenvolvimento daquela zona e satisfaz as necessidades de infraestruturas na cidade durante vários anos, até ser considerado obsoleto e desatualizado. (Architecturepatrickmauger, s/d)

As maiores alterações ao edifício decorreram na década de 1970, quando renasceu o interesse pelo património arquitetónico do século XIX. (Figura 61) Esta década marcou um novo período para o mercado, que ao contrário de outros mercados da cidade de Paris, sempre foi preservado e sujeito a obras de reabilitação, de modo a conservar o seu valor patrimonial. (Architecturepatrickmauger, s/d) A 27 de Abril de 1982, foi classificado como monumento histórico. No entanto, devido à desatualização do mercado na sua relação com a cidade e a algum estado de degradação, foi objeto de concurso público para a sua renovação e exploração, passando a ser gerido por uma empresa privada, por um período de setenta anos:

“Quatro equipas foram escolhidas para desenvolver as suas ideias relativamente a este concurso: Sopic - Vinci-Moatti & Rivière / Fon.com - Reichen & Robert Architectes / Adim - Monoprix - Covareal - Lainé Delau - Archi5 prod architectes/ Linkcity Ile-de-France- Banimmo Architecture Patrick Mauger

70 Alguma bibliografia refere que foi Baltard o arquiteto do mercado, no entanto, na memória descritiva da reabilitação do mercado *Halle Secrétan*, é referido o arquiteto Louis-Adolphe Janvier como o arquiteto do mercado. Para efeitos desta dissertação considera-se Louis-Adolphe Janvier como arquiteto.

71 Considerado um dos mais importantes arquitetos da França do século XIX. Para mais informações sobre o arquiteto consultar: <https://www.ebad.info/baltard-victor>.



Figura 59. Imagem do Google Maps com indicação da localização do *Halle Secrétan*.

Autoria própria

Figura 60. *Mercado Halle Secrétan*, séc. XIX.

https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no

Figura 61. *Mercado Halle Secrétan*, antes da intervenção.

https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no

Figura 62. *Mercado Halle Secrétan*, antes da intervenção.

https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no

- Bouygues Bâtiment Ile-de-France. As submissões foram feitas a 24 de Dezembro de 2008.”⁷². (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 3)

No dia 9 de junho de 2009, a poucos passos do mercado *Halle Secrétan*, foi realizada uma sessão de apresentação dos projetos aos habitantes, seguido de um debate público sobre as obras e as intervenções, uma vez que o projeto envolvia o dia-a-dia dos residentes e de modo a envolver os utilizadores no processo de reabilitação do mercado. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 3) Este debate permitiu aos comerciantes e utilizadores conhecerem os projetos apresentados a concurso⁷³ para a reabilitação do mercado e discutir sobre as principais alterações que a reabilitação iria trazer para o bairro, desde programas à criação de novos espaços no edifício. A 1 de outubro de 2010, o consórcio formado por Linkcity Ile-de-France, Banimm, Architecture Patrick Mauger e Bouygues Bâtiment Ile-de-France foi escolhido para reconstruir e reabilitar o mercado coberto de *Halle Secrétan*. As obras iniciaram-se no ano de 2013 e terminaram em 2015. (Architecturepatrickmauger, s/d) (Figura 62)

Segundo a memória descritiva do projeto, o novo mercado veio resolver dois problemas. O primeiro foi a introdução de uma área de restauração, e o segundo foi a criação de mais espaços que pudessem aumentar a oferta comercial e satisfazer as exigências atuais do comércio. A integração destes novos programas pretendia promover a utilização do mercado pela população, e criar novas valências e oportunidades, de modo a torná-lo num ponto de encontro. Vários foram os desafios para dar uma segunda vida ao edifício histórico, desde a tentativa de respeitar sempre o valor e qualidade arquitetónica do mercado, à integração de novos polos atrativos.⁷⁴

Existiu uma preocupação do arquiteto em manter a materialidade e o carácter do edifício, uma vez que se trata de um monumento histórico. O projeto desenhado por Patrick Mauger “abriu ainda o mercado coberto na Rue de Meaux, que permitiu eliminar as paredes de alvenaria de quatro metros de altura, substituindo-as por fachadas totalmente envidraçadas,

72 Citação original: “Four teams were chosen to develop their ideas regarding this consultation: Sopic - Vinci- Moatti & Rivière / Fon.com - Reichen & Robert Architectes / Adim - Monoprix - Covareal - Lainé Delau - Archi5 prod architectes/ Linkcity Ile-de-France- Banimm Architecture Patrick Mauger - Bouygues Bâtiment Ile-de-France. The submissions were made on 24 December 2008. (Halle Secretan, s/d, p. 3)

73 Foram apresentados projetos de quatro equipas: Sopic - Vinci- Moatti & Rivière; Fon.com - Reichen & Robert Architectes; Adim - Monoprix - Covareal - Lainé Delau - Archi5 prod architectes; Linkcity Ile-de-France- Banimm Architecture Patrick Mauger - Bouygues Bâtiment Ile-de-France. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 3)

74 Para mais informações sobre as intervenções no edifício consultar: http://mauger-data.herokuapp.com/public/images/presentation/secretan/HALLE_SECRETAN.pdf.



Figura 63. Mercado Halle Secrétan.

https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no

Figura 64. Supermercado do Mercado Halle Secrétan.

https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no

bem como superando as diferenças de níveis e a necessidade de degraus para aceder às lojas.”⁷⁵. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 8)

Relativamente ao exterior, este necessitava também de intervenção, de modo a criar uma relação interior - exterior que permitisse aos utilizadores uma maior fruição entre os espaços. A envolvente do mercado foi também alvo de alterações. A *Rue de Meaux* possui agora um amplo pavimento, de modo a convidar os utilizadores a usufruir do espaço exterior e a estender as atividades comerciais para além do interior do mercado, graças às lojas do piso térreo. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 8) (Figura 63) Para além destas alterações, foram também realizadas intervenções nas “fachadas da *Rue Bouret* e *Rue Baste* que se tornam secundárias e são redefinidas como fachadas técnicas (entregas, saídas de emergência), mantendo ao mesmo tempo o aspeto arquitetónico. Estas medidas e o conceito cultural associado tornam mais uma vez o mercado coberto um ponto focal animado e amigável no distrito.”⁷⁶. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 8)

O programa e organização espacial também sofreram alterações, uma vez que, devido ao aparecimento de supermercados, o mercado de frescos já não estava em funcionamento. Foi então, colocado um supermercado no rés-do-chão (Figura 64), permitindo que este edifício recuperasse a função original de vender alimentos e produtos. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 9)

A cave passou a ter um programa ligado ao desporto, que pode ser utilizado por escolas “[...] desde o início do ano letivo. A cave tem albergado um gigantesco pavilhão desportivo e ginásios particulares, como o da “[...] empresa de fitness *Neoness* [que] oferece equipamento individual e aulas de grupo [...]. Esta solução de desporto urbano é um sucesso com quase 50 membros por dia.”⁷⁷. (Pechberty, 2015) Na mezanino, criou-se uma área de lazer e centro de atividades, completando a oferta deste mercado local:

75 Citação original: The project designed by Architecture Patrick Mauger generously opens the covered market onto Rue de Meaux. This solution does away with the four-meter-high masonry walls, replacing them with fully glazed facades, as well as overcoming the differences in levels and the need for steps to access the shops. (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 8)

76 Citação original: “The facades on Rue Bouret and Rue Baste become secondary and are redefined as technical facades (deliveries, emergency exits), while retaining the same architectural appearance. These measures and the associated cultural concept once again make the covered market a lively and friendly focal point in the district.” (Architecturepatrickmauger, s/d, p. 8)

77 . Citação original: “[...] le sous-sol accueille depuis la rentrée une gigantesque salle de sports, la société de fitness *Neoness* accueille des appareils individuels et des cours collectifs [...]. Le sport urbain cartonne avec près de 50 abonnements par jour.” (Pechberty, 2015)

“A associação *Espace 19*, que dirige o local, acolhe jovens dos 0 aos 24 anos e famílias, individualmente ou em grupo, num espaço participativo e amigável no piso da mezanino do mercado *Secrétan*. A equipa oferece atividades destinadas a momentos de troca, escuta, reuniões, informação e atividades inter-geracionais, com jogos e atividades. Os membros mais jovens tratarão de jogos, brinquedos, disfarces, etc. Os adolescentes poderão jogar jogos de tabuleiro, jogos de vídeo ou participar em workshops noturnos (digital, edição de projetos). Os pais estão envolvidos em todas as atividades. São também realizadas ações de apoio aos pais no seu papel educativo.”⁷⁸. (Paris, 2020)

A reabilitação do mercado foi uma mais valia para a área, como salienta Alain Troublé, presidente da associação de comerciantes da Avenida *Secrétan*: “Esta renovação é muito positiva para a área. O antigo mercado era um ponto negro que impedia as pessoas de descer a Avenida *Secrétan*.”⁷⁹. (CCI Paris, s/d)

No entanto, apesar da participação da população, alguns habitantes mostram-se descontentes com a transformação do mercado, afirmando que o verdadeiro mercado de vizinhança não foi perpetuado. (Pinelli, 2015) A nova oferta comercial é também vista por alguns como um ponto negativo, uma vez que os produtos locais e biológicos deram lugar a um supermercado e os habitantes afirmam sentir falta de um mercado tradicional na zona. (LeParisien, 2015) Outros afirmam que foi uma reabilitação bem conseguida e necessária para a cidade, uma vez que, para além de atrair novos utilizadores, atrai também turistas para este bairro esquecido de Paris. (Pechberty, 2015)

Apesar das diferenças de opinião, é importante afirmar a importância da participação num projeto de reabilitação e a preocupação do arquiteto Patrick Mauger em criar um espaço para a cidade, de modo a atrair utilizadores e turistas, que é fundamental para potenciar novos usos urbanos no mercado.

78 Citação original: “L’association *Espace 19*, animatrice du lieu, accueille les jeunes de 0 à 24 ans et les familles, individuellement ou en groupe, dans un espace participatif et convivial en mezzanine de la halle *Secrétan*. L’équipe propose des activités tournées vers les temps d’échanges, d’écoute, de rencontres, d’information et d’activités intergénérationnelles, avec comme fil conducteur le jeu et les activités ludiques. Les plus jeunes manipuleront jeux, jouets, déguisements, etc. Les adolescents pourront pratiquer jeux de société, jeux vidéo ou participer aux ateliers du soir (numérique, montage de projet). Les parents sont associés à toutes les activités. Des actions de soutien aux parents dans leur fonction éducative sont également menées.” (Paris, 2020)

79 Citação original: “Cette rénovation est très positive pour le quartier. L’ancien marché représentait un point noir qui faisait que les gens ne descendaient pas vers le bas de l’avenue *Secrétan*.”



2.2.2.**MERCADO MUNICIPAL DE CAMINHA, VIANA DO CASTELO, 1976 | 2021**

Como temos verificado ao longo da presente dissertação, os mercados municipais são espaços comerciais de grande atratividade para os munícipes e turistas, tanto pela qualidade, como pela variedade de produtos que oferecem⁸⁰. O Mercado Municipal de Caminha, situado na vila raiana com o mesmo nome, no distrito de Viana do Castelo, no Alto Minho, segue esta premissa, e assume-se como local de grande importância pelo abastecimento de produtos frescos à população, desde legumes, hortaliças, frutas e flores. (Caminha Município, s/d a)

Tal como aconteceu no Mercado *Halle Secrétan*, também no Mercado Municipal de Caminha se verificou um momento de participação através da discussão pública e apresentação das propostas de intervenção no edifício. Contudo, em Caminha, houve algumas singularidades deste momento de participação, a começar pela forma como a Câmara Municipal de Caminha (CMC) promoveu essa participação.

O antigo edifício do mercado está implantado num local privilegiado, junto a uma das principais avenidas da vila e ligado ao rio Minho, beneficiando de fácil acesso e de vista, tanto para a vila como para Espanha. (Figura 65) É um edifício coberto, amplamente arejado e iluminado onde se processa toda a vida do mercado. Foi mandado construir pela CMC, que inicialmente tinha optado por uma construção “a título precário em pré-fabricado de madeira, para a qual possuía várias propostas de duas firmas especializadas, uma das quais aprovada pelo arquiteto-urbanista.” (Gabinete Técnico de Apoio a Agrupamentos de Concelhos [GTAAC], 1976, p. 1) No entanto, a CMC decidiu pedir ao GTAAC um anteprojecto para uma obra definitiva, que iria integrar o plano de obras de 1976. Este anteprojecto, da autoria do arquiteto José Geraudes, propunha um programa que tinha como base o projecto apresentado anteriormente. A nova proposta foi também aprovada, dando assim origem ao actual mercado municipal. (GTAAC, 1976, p. 1)

Uma das razões para a grande área de construção do mercado foi para que este pudesse “atingir as freguesias de: Argela, Azevedo, Caminha, Cristelo, Moledo, Seixas, Venade e Vilar de Mouros” (GTAAC, 1976, p. 2), servindo assim todos os habitantes.

80 Conferir subcapítulo 1.1. *O mercado como protagonista na cidade*



Figura 65. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de Caminha.

Autoria própria

Figura 66. Mercado de Caminha, antes das intervenções.

Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia

Figura 67. Mercado de Caminha, antes das intervenções.

Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia

Para além da construção do mercado, construiu-se também um edifício para os CTT, que foi implantado no terreno contíguo do mercado, a norte.

Uma das principais preocupações na construção foi que o edifício não afetasse visualmente o perfil da Vila, a sul, nem o volume das montanhas; logo, foi construído um volume baixo e afastado do conjunto existente (Figura 66):

“Arquitectónicamente, o acentuamento das linhas horizontais na fachada Poente do edifício relaciona-se com a visão que o edifício ganhará ao circular-se na grande via que é a E.N. 13, e da cintura interior, elementos estes novos determinantes do modo em que actualmente a Vila de Caminha se relaciona e integra visualmente. As variações daquelas linhas e volumes do mercado, animando o conjunto, está também relacionada com os percursos da entrada e a interpenetração com o recinto da feira.” (GTAAC, 1976, p. 3)

No exterior procedeu-se à criação de uma zona de estacionamento entre a via principal de acesso ao mercado e a vila, libertando-se uma grande área, a sul, para a instalação da feira semanal, que traz um grande número de pessoas a Caminha. (Figura 67) Foi ainda projetado e construído um conjunto de quatro lojas e uma cantina, para dar apoio aos comerciantes dos mercados e aos feirantes. (GTAAC, 1976, pp. 1-2)

O programa do edifício consistiu em projetar nove lojas interiores, das quais quatro talhos e cinco lojas diversas. Foram também construídas 19 bancas para vegetais e 15 para peixe, uma zona administrativa com secretaria, gabinetes, armazéns e sanitários:

“No meio encontram-se as bancas, com duas zonas. Uma a Sul para peixe (a qual tem o maior arejamento e a maior área de expansão). A outra a Norte, para vegetais; envolvendo esta última, encontram-se os talhos perto da entrada, e ao topo do edifício, as lojas, com uma dependência intercalada para tratamento dos alimentos. As várias dependências relacionadas com a administração encontram-se num corpo independente todo ao longo deste recinto.”. (GTAAC, 1976, p. 3)

A cantina encontra-se no extremo sul, numa parte do edifício toda envidraçada. Esta área foi pensada para servir não só o mercado, como a feira e toda a zona Ribeirinha, tornando-se um ponto central e de chamada aos utilizadores.



Figura 68. Mercado de Caminha com cartaz a apresentar a proposta vencedora.

https://www.cm-caminha.pt/pages/1265?news_id=165

Figura 69. Proposta vencedora do concurso.

https://www.esg.pt/rmmc/images/p4/projeto_4.pdf

Contudo, com o passar dos anos e com a falta de manutenção do edifício, este entrou num processo de degradação. Era evidente a necessidade de reabilitação do mercado. Assim, a CMC lançou um desafio à Escola Superior *Gallaecia*, com o objetivo de promover um concurso que permitissem reconciliar o Mercado Municipal com as pessoas, com o centro da vila e com o Rio Minho, fazendo do equipamento um polo de atração e dando condições de funcionalidade e conforto aos comerciantes.

Do desafio lançado pelo Município e aceite pela Escola Superior *Gallaecia* e pelos estudantes do Mestrado Integrado em Arquitetura e Urbanismo, Design e Artes Plásticas e Multimédia surgiram várias propostas, em diálogo com os comerciantes. As quatro propostas finais foram apresentadas aos habitantes e comerciantes na Junta de Freguesia de Caminha, para que pudesse haver uma sessão de discussão e, mais tarde, todas as quatro propostas ficaram disponíveis para votação. (VOTE, s/d) (Figura 68) A participação neste mercado verifica-se na medida em que o projeto para o novo Mercado Municipal de Caminha foi escolhido pelas pessoas, através do seu voto, a partir de quatro propostas, num exemplo de participação e de democracia local. (Caminha Município, 2018) No ato de apresentação da proposta vencedora, que decorreu no dia 23 de dezembro de 2015, o presidente da CMC, salientou o “exemplo de cidadania e de participação”, realçando que ele próprio “tinha um favorito” e os vereadores também, “mas quem escolheu foram as pessoas”. (MinhoDigital, 2015)

Relativamente às propostas apresentadas para a reabilitação do mercado, que representam também um exercício de participação da escola na comunidade, a proposta vencedora foi dos alunos Benito Mirón Malvar, Joana Daniela Azevedo Rolo, Juan Antonio Valverde Iglesias e Miguel Meijido Beiro. Esta pretendia conciliar o mercado tradicional com um novo conceito de comércio (Figura 69):

“O mercado representa um ponto tradicional de encontros, lugar de convívio, onde a confiança vem da proximidade das pessoas que o utilizam. A envolvente proposta faz nascer a edificação do próprio terreno numa procura da essência do lugar, as muralhas, das suas raízes, reinterpretada de forma apelativa, construído com materiais contemporâneos. É proposto um mercado tradicional com lojas especializadas em produtos de qualidade e serviços locais. Espaços de elaboração e degustação. Confiança e proximidade. Este é o nosso mercado!”. (ESG, s/d)



Figura 70. *Render do novo projeto para o mercado.*
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia
Figura 71. *Render do novo projeto para o mercado.*
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia

Contudo, a proposta nunca chegou a ser construída e, em janeiro de 2020, foi anunciado um novo concurso para a construção do novo Mercado Municipal de Caminha, acabando por confirmar que a proposta anterior, votada pelos cidadãos, não seria construída.

Este concurso público foi lançado no mês de fevereiro de 2020 e junta-se a um conjunto de investimentos no município de Caminha. A construção do edifício só podia ser realizada após a extinção da parceria público-privada das Piscinas de Vila Praia de Âncora, “altura em que o Município resgatará a posse dos terrenos, cujo direito de superfície foi cedido ao privado”. (Caminha Município, 2018) Esta extinção permite ao município recuperar os terrenos envolventes das piscinas e “[...] do Largo Calouste Gulbenkian, do Largo Luís Fetal Carneiro, do Largo da Feira e do terreno onde está implantado o Mercado Municipal. Os terrenos são devolvidos aos munícipes quando o seu uso estava condicionado aos privados da PPP, que detinha o direito de superfície dos mesmos.”. (Caminha Município, 2017)

O novo projeto de arquitetura é da autoria de Rui Rosado Correia e Tiago Sousa. (Figuras 70 e 71) Em conversa⁸¹ com o arquiteto Rui Correia, este referiu que o novo programa teria que ser composto por: quatro lojas viradas a sul, doze bancas (adaptáveis a diferentes valências) para venda de peixe, fruta e legumes, zonas de cargas e descargas, armazéns de frio e viveiro de marisco. Na parte exterior, o novo mercado teria que permitir a transparência para o rio Minho, e ao mesmo tempo, proteger do sol os produtos frescos no seu interior. Tinha ainda de proteger do vento o interior do mercado e privilegiar a luz natural através de claraboias. Como está localizado em frente a um hotel, não pode ter uma altura superior à construída, uma vez que retiraria a vista. Esta também foi uma das preocupações do programa original. Outra das condições pedidas relacionava-se com a existência de casas de banho para os comerciantes e para o público que pudessem estar abertas sempre, mesmo com o mercado fechado, para servirem de apoio às quatro lojas exteriores.

Segundo o Arquiteto Rui Correia, serviram de referência para a conceção do projeto, os mercados de Matosinhos, de Torre de Moncorvo, de Abrantes e de Leiria. As obras iniciaram-se em janeiro de 2021 e trata-se de um projeto “relâmpago”, para ser construído entre seis e oito meses.

81 Conversa informal com o arquiteto Rui Rosado Correia no dia 17 de janeiro de 2020, para esclarecimento do processo de reabilitação do mercado e consequente participação.



Figura 72. Zona de Implantação para o Mercado Temporário de Caminha.

Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia

Figura 73. Render do Mercado Temporário de Caminha.

Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia

De modo a não perturbar a afluência ao mercado e a não prejudicar os comerciantes, foi construído um mercado temporário na Praça *Pontault-Combault*, em frente ao atual, composto por oito módulos para albergar os lojistas durante todo o processo de obra. (Figuras 72 e 73)

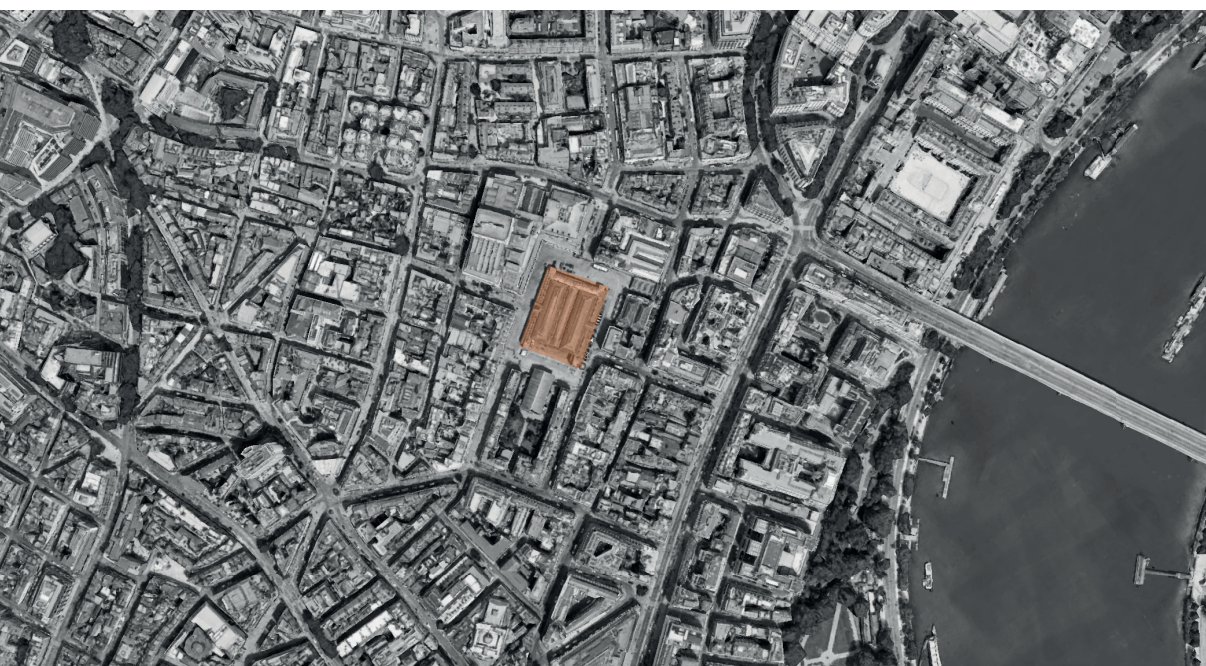
Apesar das mudanças de projetos, a preocupação em manter os utilizadores a par de todos os processos foi contínua, desde as sessões de esclarecimento, à construção do mercado temporário e à tentativa de perturbar o mínimo possível as atividades de venda dos produtos.

Segundo as informações disponibilizadas pela CMC, esta tem vindo a promover uma política de participação no município, com a inclusão dos cidadãos em projetos para o orçamento participativo, sessões de discussão pública e reuniões descentralizadas.⁸² Estas medidas permitem uma relação entre os cidadãos e as entidades e promovem projetos desenvolvidos pelos habitantes. Fomenta também um diálogo entre os munícipes e os responsáveis pelo destino do concelho. (Caminha Município, s/d)

Após mais de 40 anos, várias dificuldades e um mercado muito degradado, a vila de Caminha vai finalmente ser dotada de um novo mercado, capaz de satisfazer as necessidades dos seus comerciantes e utilizadores, melhorando a mais importante zona da cidade.

Nos projetos anteriores foram apresentadas várias formas de participação. No mercado *Halle Secrétan* apenas se verificou um momento de discussão e debate com os utilizadores e entidades responsáveis pela reabilitação. Este modelo de debate também existiu em Caminha nos dois projetos apresentados, mas apenas no primeiro, promovido pela Escola Superior *Gallaecia*, houve uma participação mais ativa, no sentido em que foi possível aos habitantes votar numa proposta, apesar deste não ter sido efetivamente construído.

82 Para mais informações sobre a participação na Câmara Municipal de Caminha consultar: <https://www.cm-caminha.pt/pages/331>



2.2.3.

MERCADO DE COVENT GARDEN, LONDRES, 1630 | 1980

Novamente num contexto internacional, surge o mercado de *Covent Garden* em Londres, Reino Unido, como referência, uma vez que é conhecido mundialmente pela sua arquitetura, como atração local e turística, e pelos seus eventos musicais, artistas de rua e lojas. É um mercado que foi sofrendo alterações ao longo dos anos, desde a alteração da localização, às obras de expansão e de reabilitação do edifício.

Covent Garden já era conhecido desde o século XII como local de mercado antes da construção do edifício. Os primeiros registos deste espaço referem que servia os monges da abadia de *Westminster*, para a venda da produção de frutas e legumes nos campos agrícolas. (Covent Garden Market Authority, 2017) Em 1630, após o terreno ser comprado por entidades privadas, o arquiteto Indigo Jones criou a primeira praça pública em Inglaterra, que marca o verdadeiro início da História de *Covent Garden*. (Espey, 2012) (Figura 74) Os pequenos comerciantes começaram a reunir-se na nova praça de *Covent Garden* em 1656 e o mercado cresceu com a atividade. (Espey, 2012)

No século seguinte, o espaço torna-se importante, não só pela vida comercial que ali se fez, como também pelo desenvolvimento de funções culturais para a promoção do convívio da população, como teatro ou ópera (Ross, s/d):

“O centro de *Covent Garden* é ocupado pelo edifício do mercado de vidro e armazéns associados. É bem conhecido pela sua profusão de teatros e da Royal Opera House. A área tem um carácter visual e social único que deriva do grande número de edifícios antigos e do uso misto do solo. (...) Uma característica única também do *Covent Garden* é a justaposição de cultura e comércio.”. (Burgess, 1978, p. 96)

Com o rápido crescimento comercial e a evidência de problemas de salubridade, foi necessário em 1830, renovar o local e transformar a praça num mercado. Para tal, o arquiteto Charles Fowler desenhou um edifício para acolher o mercado abastecedor, que foi coberto em 1872. (Covent Garden, 2019)



Figura 74. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de *Covent Garden*.

Autoria própria

Figura 75. Mercado de *Covent Garden* nos anos de 1960.

<https://www.anothermag.com/art-photography/11214/an-eclectic-look-at-old-covent-garden-market-in-the-1960s-and-70s>

Durante o século seguinte, tornou-se numa das zonas mais estimadas de Londres, juntando a tradição do mercado de frescos com a vida cultural noturna. O mercado sofreu ainda obras de expansão, para cinco áreas, Russell Street, the Row, Flower Market, Charter Market, e Flower Hall. (Ross, s/d)

No entanto, é no ano de 1961 (Figura 75), que o local é comprado pelo *Covent Garden Market Authority*, e face aos problemas e exigências da sociedade, ao fluxo de população e à falta de condições de salubridade, começa-se a repensar o futuro do mercado:

“Os 250 comerciantes estavam a passar por dificuldades consideráveis com o local de *Covent Garden Market*. Mais de 5 000 compradores utilizavam o mercado todos os dias e o congestionamento do tráfego aumentava cada vez mais. [...] As instalações do mercado estavam inseguras e os roubos prosseguiam a um ritmo alarmante. Além disso, o aumento do ruído e o congestionamento diminuíram a qualidade de vida dos residentes.” (Burgess, 1978, p. 97)

Posto estes problemas, havia duas soluções: ou o mercado era reabilitado de modo a conseguir assegurar todas as condições para os seus trabalhadores, ou era deslocado para outra zona da cidade que pudesse albergar todos os comerciantes:

“Em vez de respostas pontuais que pouco poderiam fazer para aliviar os problemas subjacentes, foi apresentada uma proposta ao Ministério da Agricultura e Pescas em 1964 para que todo o mercado fosse deslocado para um novo local a sul do rio Tamisa. Através do *Covent Garden Market Act* (1966), a Autoridade do Mercado foi autorizada a construir um mercado coberto em Nine Elms.”. (Burgess, 1978, p. 97)

Em 1974, os comerciantes foram realocados para um novo local de comércio em Nine Elms chamado *New Covent Garden Market* (CGCA, 2020), de forma a reabilitar o edifício antigo e toda a sua área envolvente. O novo mercado “contém estabelecimentos comerciais seguros para os 250 comerciantes, armazenamento e estacionamento para 2 000 camiões e 1 000 automóveis.”. (Hansard, 1977, citado por Burgess, 1978, p. 97)

O antigo mercado de *Covent Garden* reabre em 1980, após as obras de reabilitação, como centro comercial, com restaurantes, lojas, cafés e um pequeno mercado. Apesar da mudança



Figura 76. Mercado de *Covent Garden* nos anos de 1960.
<https://www.knightfrank.co.uk/office-space/guides/strand-covent-garden>

Figura 77. Mercado de *Covent Garden* nos anos de 1960.
<https://www.geo.de/reisen/reiseziele/19645-bstr-fuenf-typische-fehler-von-london-touristen-und-was-man-lieber-tun/256597-img-covent-garden-ein-gelungener-mix>

de programa, o edifício manteve a estrutura de mercado e a ligação interior-exterior é feita sem restrições. Na praça adjacente ao mercado, existem espetáculos de rua que tornam este espaço um polo atrativo para os utilizadores. (Figura 76)

Ao longo dos anos, o sucesso do mercado de *Covent Garden* continuou e várias são as marcas que ambicionam ter um espaço dentro do mercado. Embora a transição do mercado de frescos não tenha sido bem recebida pelos comerciantes, por alterar a memória do lugar, *Covent Garden* é considerado um edifício marcante na sua relação com a cidade e como promotor de vivências, tanto dos turistas como dos locais. (Figura 77)

Esta regeneração, não só do mercado como de toda a zona, beneficiou a cidade, uma vez que também o espaço exterior envolvente foi reabilitado, trazendo animação e espetáculos e promovendo a apropriação do espaço público pelas pessoas.

Apesar de, em nenhuma das fases de projeto estar registada a participação pública, em *Conflict and Conservation in Covent Garden* (Burgess, 1978) é afirmado que:

“[...] a participação pública foi encorajada pela primeira vez pela Lei de Planeamento Municipal e Rural de 1968, que exigia que todos os planos locais e estruturais fossem submetidos a um inquérito público. O princípio de participar nas decisões políticas foi estabelecido no Relatório Skeffington de 1969 (HMSO, 1969). O público tem de ser consultado, informado e dado tempo para registar as suas reações às propostas. A opinião é solicitada através de inquéritos e exposições e o público pode recorrer à perícia dos trabalhadores da comunidade local para formular as suas objeções.”. (Burgess, 1978, p. 98)

Não é possível precisar a existência de um projeto participado neste mercado, mas é possível afirmar que o espaço criado revela um sentido de pertença das pessoas, que permite a realização de diversas atividades, provando que mesmo não sendo um processo de projeto participado, pode gerar um espaço apropriável.

Neste mercado, o conceito de espaço foi sendo moldado consoante as necessidades da envolvente, podendo a resposta ser alterada, ainda que continuando com a mesma matriz espacial, como refere Carolina Coelho: “(...), a apropriação do espaço é uma etapa

do ciclo de vida de um edifício que também pode, ciclicamente, redefinir/reinterpretar o espaço concebido pelo arquiteto.”⁸³. (Coelho, 2013, p.185)

Em Covent Garden, o espaço desenhado para uma determinada função, como é o caso da praça, responde a uma necessidade da sociedade de utilizar esse espaço para performances⁸⁴. *A posteriori*, a ocupação desse espaço, pensado e desenhado, tem a capacidade de se transformar e receber novos programas diários, provando a sua capacidade de adaptação.

Tal como acontece com as referências de mercados participados apresentadas anteriormente, segue-se a análise de um mercado que se distingue, num contexto nacional, pela sua capacidade de ser apropriável pelos seus utilizadores, de modo a ser possível efetuar comparações e compreender como se verificam diferentes níveis de apropriação no espaço do mercado.

83 Citação original: “Nevertheless, appropriating space is a stage of a building’s lifecycle that can also, and cyclically, redefine/reinterpret the conceived space by the architect.” (Coelho, 2013, p.185)

84 Desde a década de 1660 que *Covent Garden* é palco de atuações. O primeiro registo de um espetáculo de rua surgiu em 1662, segundo o diário de Samuel Pepys. Para mais informações consultar: <https://www.coventgarden.london/street-performers>



2.2.4.**MERCADO MUNICIPAL E CULTURAL DO CARANDÁ, BRAGA, 1980 | 2001**

O Mercado Municipal e Cultural do Carandá da autoria do arquiteto Eduardo Souto de Moura, e é um “edifício comumente referenciado como uma intervenção marcante no contexto da arquitetura portuguesa contemporânea.”. (Município de Braga, s/d) A pedido da Câmara Municipal de Braga (CMB), foi desenvolvido um projeto que deu origem à construção entre 1980 e 1984 de um mercado como elemento central da cidade, de modo a substituir o antigo, localizado na Praça do Município da autoria de Moura Coutinho.

Este mercado do Carandá está implantado entre dois eixos importantes na cidade, a Avenida da Liberdade e a Avenida 31 de Janeiro (Figura 78) e é marcado pelos planos perpendiculares e muros em ruína, “organiza-se segundo a ideia de uma construção rectilínea que liga dois pontos da cidade; no limite, é um muro.”. (Ferreira, 2009, p. 395)

A partir da análise da planta do mercado esta é caracterizada pela sua forma retangular, onde a circulação se torna definidora da organização do espaço, conseguindo responder às necessidades e exigências de um mercado de frescos. No centro localizavam-se as bancas de frutas e legumes, e nas laterais, vendia-se peixe e flores. Os talhos, mercearias e outros produtos, encontravam-se no volume de vidro e existia ainda uma zona privada e de armazéns. A orientação da cobertura do mercado foi desenhada de forma a que a luz que entrasse no interior, não incidisse diretamente nas bancas, para preservar todos os produtos frescos: “a ideia era fazer uma rua coberta, um fragmento de cidade capaz de propor uma malha urbana. Essa malha aconteceu, aconteceu demais, e o mercado abafou entre escolas, discotecas e uma desenfreada especulação imobiliária.”. (IHRU, 2019)

Apesar do seu valor arquitetónico, o mercado do Carandá teve um período de funcionamento curto, devido à falta de adesão dos comerciantes a este novo mercado e também devido ao aparecimento de supermercados. Surge, assim, a necessidade de reabilitar o edifício, para que este não caísse em decadência. O mercado de Carandá foi alvo de duas fases de intervenção pelo arquiteto Eduardo Souto de Moura, entre os anos de 1999-2001 e 2010-2011 (SIPA, 2011). A Câmara pretendia uma reabilitação completa do mercado, tornando-o num mercado cultural, de modo a trazer novos programas e novos utilizadores para aquele local.



Figura 78. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado Cultural do Carandá.

Autoria própria

Figura 79. Entrada para a escola de dança.

Autoria própria

Figura 80. Volume onde se localiza a escola de música.

Autoria própria

Figura 81. Fachada de vidro da escola de música.

Autoria própria

Na primeira fase de reabilitação, a função de percurso foi mantida, e o mercado de frescos foi desativado, dando lugar à escola de dança Arte Total, localizada na zona das antigas bancas de peixe. (Figura 79)

Em 2004, três anos após a inauguração da escola de dança, é iniciada a construção da segunda fase do projeto de reconversão do mercado, a escola de música Conservatório Bonfim, que em conjunto com a escola de dança e a companhia de teatro Tin.Bra⁸⁵, formam o Centro Cultural do Carandá. (Figura 80)

Para o projeto da escola de música, procedeu-se à construção de um novo volume, de fachadas em vidro espelhado e planta retangular, tal como a do antigo mercado de frescos. (Figura 81) De forma a dotar este espaço de tudo o que é necessário para o funcionamento de uma escola de música, o edifício passou a ter dois pisos, “[...] sendo um deles enterrado onde se encontram a cave e galeria técnica. Ao nível do piso térreo, apresenta um corredor central que separa salas de aulas e gabinetes de um auditório, desenvolvendo-se este desde o piso -1 até ao piso térreo.”. (GOP, 2004) O auditório foi desenhado de modo a conseguir ser autónomo da escola, podendo ser aberto à comunidade, “bastando para tal encerrar alguns dos espaços comuns e condicionar a livre circulação a áreas de carácter mais público.”. (Correio do Minho, 2011)

Este novo elemento foi construído em simbiose com o antigo, de forma a preservar a memória do projeto e alguns elementos estruturais, como é o caso de pilares e escadas, que foram mantidos. Durante uma visita guiada pelo conservatório⁸⁶ por Jónatas Pego, presidente da Direção Pedagógica do Conservatório Bonfim, este afirma que o novo mercado cultural se transformou num autêntico ponto de atração e múltiplas escolas de arquitetura de todo o mundo visitam o edifício. Jónatas Pego acrescenta ainda que a escola de música beneficia de um programa de ensino articulado com a Escola Básica 2.º e 3.º Ciclos André Soares, permitindo aos alunos usufruir dos dois espaços por um acesso exclusivo entre as escolas.

Apesar dos constrangimentos causados pela *Covid-19*, foi ainda possível observar alunos a utilizar do espaço exterior do mercado e, segundo Pego, muitos são os que utilizam as escadas em ruína do antigo mercado para conviver nos tempos livres. Mesmo tendo perdido o propósito inicial de mercado de frescos, o conjunto é agora um novo agregador urbano

85 Academia de teatro de Braga.

86 Visita guiada realizada no dia 4 de novembro de 2020, no âmbito desta dissertação. Apenas foi possível visitar o interior da escola de música e os espaços exteriores.



Figura 82. A presença da ruína no Mercado do Carandá.

Autoria própria

Figura 83. Volume do Mercado do Carandá, onde agora está instalada a escola de dança.

Autoria própria

enquanto centro cultural. Vários são os espetáculos que se realizam no auditório, uma vez que este é aberto à comunidade e há diversas iniciativas promovidas pelo conservatório para mostrar todo o trabalho feito durante o ano, como é o caso de concertos de Natal.

As obras de reabilitação realizadas conseguiram transformar o mercado num equipamento cultural, acabando por responder melhor às necessidades da cidade.

Apesar da instalação de uma escola de música, dança e neste momento, uma companhia de teatro, o carácter do mercado foi sempre mantido através da presença das ruínas. (Figuras 82 e 83) Este novo mercado cultural é mais marcado pelas novas relações urbanas potenciadas pelos diferentes usos.

A requalificação do antigo mercado foi ainda distinguida pelo Instituto de Habitação e Reabilitação Urbana com o prémio de reabilitação de edifício de equipamento 2012. (IRHU, 2019)

Segundo Pedro Borges de Araújo (2003), o espaço em arquitetura é uma “variável de função”, isto é, depende das diferentes funções que este pode ter. O mercado de Carandá, acaba por ter uma apropriação mais limitado ao contexto académico, pela sua localização e pelos programas que contém. Já o mercado de *Covent Garden*, por ser um espaço que alberga diferentes programas e serviços, permite uma apropriação mais alargada e diversificada.

A escolha destes mercados neste capítulo da presente dissertação deve-se não só às suas relações com as temáticas da participação e apropriação, como também às diferentes intervenções realizadas, e às diferentes abordagens aplicadas em cada mercado. Enquanto que os mercados de *Halle Secrétan* e Caminha se relacionam pela participação promovida, os mercados de *Covent Garden* e Carandá são analisados pela capacidade de apropriação do espaço. Tanto o mercado de *Halle Secrétan* como o de Caminha promoveram momentos de debate e discussão pública, incentivando os utilizadores e comerciantes a participar ativamente na escolha da proposta vencedora, proporcionando um momento de participação ativa entre as entidades envolvidas. O mercado de *Covent Garden* e do Carandá possibilitaram, com as suas intervenções, espaços mais apropriáveis pelos seus habitantes. Como já foi referido, em *Covent Garden* a apropriação é diária e constante, através dos espetáculos e *performances* realizadas nos espaços envolventes ao mercado, isto é um dos motivos pelo qual o mercado é conhecido internacionalmente e se tornou um local atrativo. Em Carandá, a apropriação é também diária, na medida em que os alunos

usufruem do espaço exterior, e como está associado a três atividades diferentes – música, dança e teatro – beneficia das vivências e atividades geradas pelos utilizadores das três companhias.

Estes exemplos mostram que os edifícios com história são recetores de novos “conteúdos” (Domingues, 2003), uma vez que cada mercado interpreta o seu espaço consoante as suas necessidades, cada ocupação é diferente, assim como cada nível de participação.

Os mercados que foram abordados nestes dois primeiros capítulos são referências para a análise dos casos de estudo desenvolvidos no capítulo seguinte, que juntam a participação e apropriação, refletindo sobre a forma como um mercado participado pode ou não influenciar o nível de apropriação do edifício e do espaço urbano.

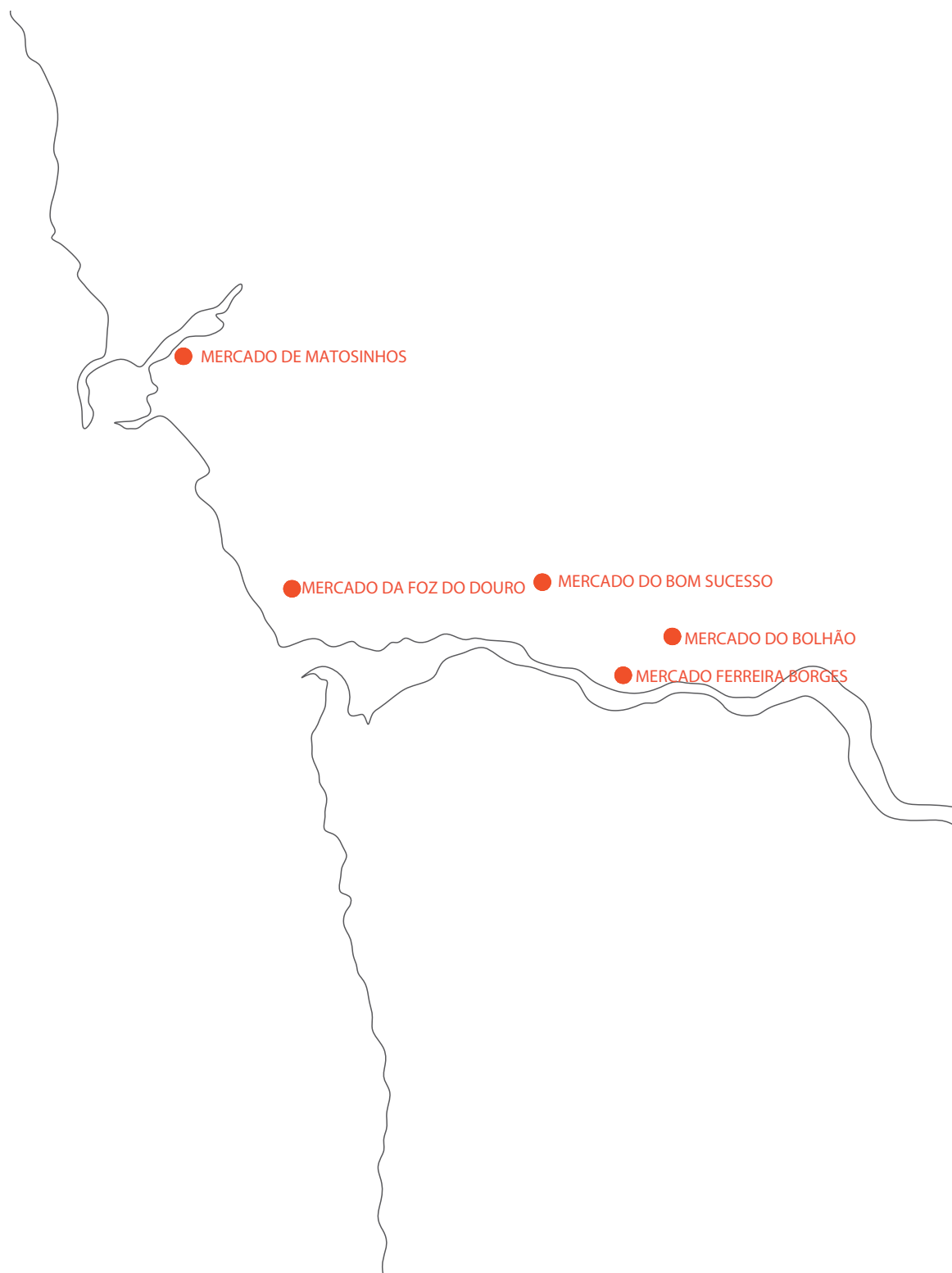


Figura 84. Esquema de localização dos casos de estudo.
Autoria própria



A CIDADE DO PORTO E OS SEUS MERCADOS

A cidade do Porto e os seus Mercados é o capítulo referente aos casos de estudo escolhidos para desenvolver nesta dissertação: o Mercado Ferreira Borges (1885)⁸⁷, o Mercado do Bolhão (1914)⁸⁸, o Mercado da Foz do Douro (1944)⁸⁹, o Mercado de Matosinhos (1952)⁹⁰, e o Mercado Bom Sucesso (1952)⁹¹. (Figura 84)

Este desdobra-se em dois subcapítulos - *O Porto* e *Os Mercados que geram cidade* – e cruza os conceitos desenvolvidos no primeiro e segundo capítulos referentes à reabilitação, participação e apropriação. Por fim, procura-se responder às questões de investigação colocadas no início desta dissertação.

O capítulo inicia-se com uma abordagem à cidade do Porto, à evolução das suas necessidades e às várias transformações que sofreu ao longo dos anos para responder a essas exigências. De seguida, justifica-se a escolha dos casos de estudo, apresentando-os, contextualizando-os na cidade e analisando as suas intervenções. Pretende-se, assim, descrever de forma específica as intervenções nos mercados, as suas consequências para a cidade do Porto, o impacto da participação nessas mesmas intervenções e a capacidade de apropriação dos espaços após as intervenções.

87 Construído entre os anos 1885 e 1888. Para efeitos desta dissertação, é considerada a data de 1885.

88 1837 é a data considerada por muitos autores como a data do primeiro mercado, visto tratar-se do primeiro projeto conhecido para o mercado da autoria do Arquiteto Joaquim da Costa Lima Júnior. Para esta dissertação é considerada a data de 1914, uma vez que se trata do projeto do atual edifício do mercado. O edifício contempla ainda um anteprojecto de 1910 que não chegou a ser realizado.

89 Data de construção do Mercado da Foz do Douro.

90 Data de construção do edifício atual entre 1944 e 1952, no entanto existiu um outro mercado, construído em 1884, mas foi demolido por falta de condições, dando lugar ao que existe atualmente. Para efeitos desta dissertação é considerada a data de 1952.

91 Obra de construção do mercado iniciada em 1951 e terminada e inaugurada em 1952. Para efeitos desta dissertação é considerada a data de 1952.



Figura 85. Ribeira do Porto.
<http://www.porto.pt/noticias/orcamento-da-cidade-do-porto-continua-a-crescer--em-2020-sera-o-maior-de-sempre-com-315-milhoes>

3.1. O PORTO

CIDADE

Porto, cidade invicta (Figura 85), conhecida pela sua arquitetura, cultura e caráter histórico, é uma cidade que tem procurado uma adaptação às novas exigências da sociedade, sem perder a “qualidade patrimonial, arquitetónica e paisagística [...]” (CMP, 2014-2018a) pela qual é conhecida. O seu centro histórico, Património Mundial⁹² pela UNESCO desde 1996, constitui um fator de atratividade tanto para os seus habitantes, como para turistas de todo o mundo:

“[...] Porto é o seu património, mas não é apenas o seu património. O Porto é as suas gentes, mas não é apenas as suas gentes. O Porto é a modernidade cosmopolita da sua escola de arquitetura, mas é muito mais do que isso. O Porto é uma forma de estar que se funde no seu interstício. Mas que transborda do seu território, projetando-o. O Porto já é isso tudo, mas queremos que seja ainda mais. [...] O Porto é toda essa cultura e também é a cultura.”. (Moreira, 2017)

Sendo Património Mundial, “acarreta acrescidas necessidades de atenção e mobilização para o salutar progresso da sua continuidade como herança cultura de dimensão universal.” (Campos, 1997, p. 13) É uma cidade marcada também pela presença do rio Douro, pelas gentes, pela arquitetura em ferro das pontes que ligam as duas margens, pelos “percursos que aqui se cruzam em forma de capital encontro do cardo e do decumano da razão e do valor da cidade” (Campos, 1997, p. 14) e pelo seu património com capacidade de ser um ponto de desenvolvimento da História, autêntico no seu edificado, “que ao longo dos anos soube conciliar, harmonizar e fundir conservação e renovação, continuidade e mudança, tradição e modernidade.”. (Campos, 1997, p. 29)

A leitura de obras como: *A História do Porto* (Ramos, 1994), *Porto: Da Cidade e da Gente* (Pacheco, 2003)⁹³, *Registos de uma transformação* (Oliveira, Pereira, 2002),

⁹² A 5 de dezembro de 1996 o Centro Histórico do Porto foi classificado como Património Mundial pela UNESCO.

⁹³ Edição de consulta número 864.

Porto (Pacheco, 1984), *Porto: Património e Paradigmas* (Campos, 1997), permitiram compreender a situação e necessidades da cidade nos momentos que antecederam as intervenções de reabilitação e estabelecer linhas cronológicas que possibilitaram uma melhor compreensão das mesmas.

Ao longo dos séculos, a cidade foi alvo de transformações urbanas e sociais, em particular no século XX, onde sofreu com a desindustrialização, descomercialização e despovoamento. (Pacheco, 2003, pp. 26-28)

A consequência da desindustrialização verificou-se na vida social e na atividade económica da cidade, bem como a descomercialização, com a construção de grandes superfícies, que vieram substituir o comércio tradicional de rua pelo qual o Porto era conhecido. O maior impacto, contudo, deveu-se ao despovoamento, que causou o abandono de bairros centrais, ruas e largos, deixando a cidade em ruína e abandono. (Pacheco, 2003, pp. 26-28) As consequências deste abandono tornaram a baixa da cidade esquecida pelos portuenses.

A solução para este problema passou pela regeneração urbana da cidade, pela requalificação da vida cultural, social e pela conciliação do património com a identidade e qualidade de vida da população. Estas iniciativas foram promovidas pelas políticas económicas e urbanas que se foram desenvolvendo ao longo dos anos, contribuindo para o renascimento da herança da cidade:

“[...] tudo quanto seja reconciliá-lo [o Porto] com o seu passado através da recuperação e reutilização do seu património; tudo quanto seja requalificá-lo no melhor de si próprio, de modo a que as marcas do tempo, patentes nas funções do seu desenho urbano e na diversidade da sua arquitetura, se afirmarem como atracção consistente para os visitantes e símbolos de auto-confirmação dos portuenses; [...] tudo quanto seja relançar, renovar e recolocar o comércio de rua e de bairros; [...] tudo quanto seja promover a cidade como pólo efectivo de destino turístico pela categoria do seu património, dar maior visibilidade da sua memória, a originalidade do seu viver urbano; [...] tudo quanto seja, enfim, acrescentar grandeza, dimensão, emprego, alegria e satisfação ao quotidiano urbano pode construir poderoso incentivo ao renascimento da cidade.” (Pacheco, 2003, pp. 29-30)

A necessidade de reabilitar a baixa do Porto era iminente, desde preservar o património, a renovar a cidade, a reabilitar o coração da cidade através de iniciativas e programas de intervenção que permitissem a preservação da tradição e identidade da cidade. Só assim seria possível devolver à baixa o seu carácter e importância e trazer os portuenses de novo a este centro histórico.

REABILITAÇÃO

A classificação como Património Mundial foi motivo para redobrar a responsabilidade histórica e fundamentar o já iniciado processo de reabilitação da cidade. A requalificação e regeneração urbanas eram medidas inevitáveis e de grande necessidade. No decorrer das intervenções realizadas no centro da cidade, procederam-se a transformações de cafés e pequenas lojas de comércio em balçães bancários, isto contribuiu para que o espírito da cidade se perdesse, “transformando um território cívico privilegiado em terra de ninguém e convertendo os espaços da gente em desertos de solidão.” (Pacheco, 2003, p. 25) Era urgente devolver à baixa o seu carácter e harmonia, recuperando o comércio de rua pelo qual é conhecida.

A cidade confrontou-se com a necessidade de reabilitar o seu tecido urbano e património para preservar a identidade local. Tornou-se nos anos de 1970, precursora da Reabilitação Urbana em Portugal (CMP, 2017a), quando surgiu a preocupação com a reabilitação do Centro Histórico, encarando-o como um valor patrimonial da cidade. Este processo teve início em 1974, com a criação do CRUARB – Comissariado para a Renovação Urbana da Área Ribeira-Barredo⁹⁴, que tinha como objetivo combater o processo de degradação física do Centro Histórico, reabilitando, recuperando e preservando os valores históricos e arquitetónicos, assim como o ambiente social e cultural. (Arquivo Municipal do Porto, s/d) Começaram assim as intervenções, e a partir dos anos de 1980, a CMP procede à criação de gabinetes técnicos, com o objetivo de salvaguardar e revitalizar áreas históricas e valorizar o património. Comprova-se, assim, que a vontade de reabilitar a cidade tem estado bastante presente nos últimos anos, com a necessidade de requalificar e regenerar, a ainda considerada zona mais nobre da cidade: a baixa.

⁹⁴ Sobre este assunto consultar o Arquivo Municipal do Porto em <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941/>



Figura 86. Cartaz Porto 2001 - Capital Europeia da Cultura.

<https://www.publico.pt/2016/10/11/culturaipilon/noticia/a-capital-europeia-da-cultura-foi-uma-dobra-no-tempo-do-porto-1746859>





Figura 87. Casa da Música.

<https://www.archdaily.com.br/br/765378/casa-da-musica-oma>

Figura 88. Biblioteca Almeida Garrett.

<http://www.buildingbutler.com/bd/José-Manuel-Soares/Porto/Biblioteca-Almeida-Garrett/3864>

Figura 89. Teatro Nacional São João.

<https://www.tnsj.pt/pt/edificios/teatro-nacional-sao-joao>

Figura 90. Museu Soares dos Reis.

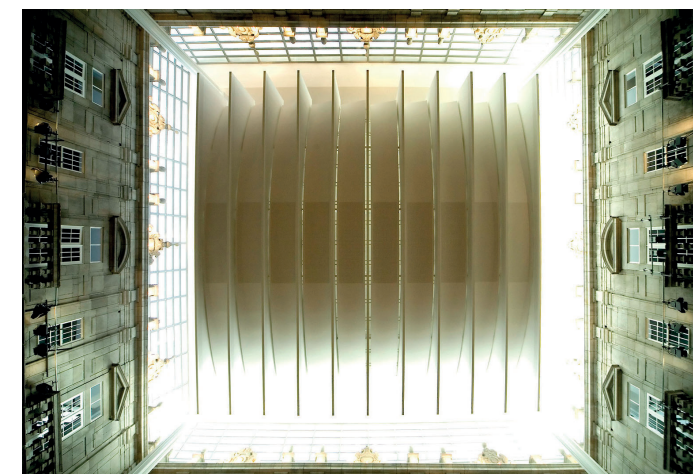
<https://porto-sentido.blogs.sapo.pt/233733.html>

Figura 91. Teatro Carlos Aberto.

<https://www.tnsj.pt/pt/edificios/teatro-carlos-alberto>

Figura 92. Mosteiro São Bento da Vitória.

<https://www.tnsj.pt/pt/edificios/mosteiro-de-sao-bento-da-vitoria>



O processo de reabilitação que verdadeiramente impactou o centro histórico teve um breve início no âmbito da Porto 2001⁹⁵ – Capital Europeia da Cultura (Figura 86), que ambicionava a revitalização da baixa, desde a mobilidade, à habitação, ao comércio, aos espaços públicos e aos equipamentos culturais para criar novas atividades âncora.

Esta transformação envolveu várias intervenções de raiz como “a Casa da Música, a Casa da Animação, a Biblioteca Almeida Garrett” (Lago, 2002, p. 8) (Figuras 87 e 88) como também de reabilitação, “[...] reinventou o Teatro de Carlos Alberto, requalificou o Museu de Soares dos Reis, o Teatro Nacional de S. João e o Mosteiro de S. Bento da Vitória [...]”. (Marmelo, 2011) (Figuras 89, 90, 91 e 92) Teresa Lago, ex-presidente da Sociedade Porto 2001, descreveu assim:

“No Porto, até a reabilitação urbana, apesar dos incómodos, tornou a cidade mais apelativa e preparada para ser usufruída. Aquelas ruas recuperadas junto aos Clérigos, onde mais tarde se veio a instalar a ‘movida’⁹⁶, mudaram completamente o espaço da cidade.”. (Lago, 2020)

Para além das intervenções físicas e visíveis, há muitas outras que se destacaram, que passaram por momentos e eventos que permitiram às pessoas criar uma nova relação com a cidade, reforçando a valorização do património. O projeto da Capital Europeia da Cultura, permitiu proporcionar investimentos que contribuíram para a confirmação da cidade enquanto polo atrativo. À iniciativa associou-se um processo de renovação urbana do Porto, que passava por uma transformação da baixa e pela qualificação de espaços públicos da cidade. (Cunha, 2002, p. 33) A Porto 2001, SA., interveio com um “acontecimento cultural que reuniu um conjunto de ações que pretendiam estimular a redescoberta da Cidade e [...], na qual o espaço público desempenha um papel determinante, permitindo reforçar a sua identidade própria, ajudando a satisfazer as necessidades de comunicação e de integração na comunidade.”. (Cunha, 2002, pp. 33-34) Criaram-se melhores condições para novas atividades, iniciativas e projetos, invertendo a situação de estagnação e declínio da cidade. Inicia-se, assim, o movimento de renovação urbana e de reabilitação do Porto.

95 Evento que ocorreu na sequência da eleição da cidade do Porto à iniciativa da União Europeia pretendendo promover, social e culturalmente, uma cidade da Europa.

96 Zona de animação da cidade do Porto. Constitui um dos elementos de maior dinamismo da cidade, com impacto na atividade económica, na atração turística e crescente internacionalização e contribui para a reabilitação urbana e repovoamento do centro da cidade. Este projeto tem contribuído para a modernização de zonas da cidade degradadas.

Para mais informações sobre este assunto consultar o *Regulamento da “Movida” do Porto*, disponível em <http://www.cm-porto.pt/assets/misc/documentos/Discussão%20Pública/Regulamento%20da%20Movida.pdf>

No caso da Baixa, perante a dimensão e complexidade do projeto, foi realizado um debate com um grupo de arquitetos portugueses, do qual surgiram catorze propostas, em que apenas quatro foram escolhidas. As propostas escolhidas serviram de base ao programa de requalificação da baixa, sugerindo princípios de atuação e apresentando propostas de intervenção. (Cunha, 2002, pp. 34-35) Foram também desenvolvidos Planos Gerais de Intervenção para desenvolver o Projeto de Mobilidade e Acessibilidade à baixa, o Projeto de Revitalização do Comércio e Serviços e o Projeto de Reabilitação de Edifícios.

Pretendia-se assim que o projeto Porto 2001 – Capital Europeia da Cultura “reunisse em si a oportunidade que permitisse [...] acelerar e concretizar intervenções de requalificação urbana.”. (Cunha, 2002, p. 35) No entanto, houve projetos que se iniciaram, mas que não se concretizaram, como é o caso da revitalização do comércio e serviços da baixa. Este projeto “ficou pelo caminho por falta de visão estratégica de um dos Parceiros, aliás, por estranho que pareça, o mais beneficiado com a sua concretização, os Comerciantes do Porto.”. (Cunha, 2002, p. 38)

O conjunto de projetos desenvolvidos pela Porto 2001, possibilitou uma melhoria no modo de viver a cidade, destacando o espaço público “que é, [...], aquilo que mais permanece, que tem a virtualidade de fixar o sentido das transformações, que fica sempre como uma mais-valia socialmente apropriável por todos” e contribui para outros modos de habitar a cidade. (Domingues, 2002, p. 53)

A solução passou assim por criar compatibilidade de usos, qualificar os espaços coletivos e melhorar as acessibilidades e infraestruturas:

“O Porto, [...] “uma obra prima do génio criativo do homem” tem ainda um árduo caminho a percorrer neste trabalho de reabilitação. [...] Temos diversificado a acção municipal, complementando a reabilitação do património edificado com a reinserção social e ultimamente, com a reabilitação comercial. Falta [...] reencontrar novas vocações para a zona histórica reabilitada, que deverão articular-se com o desenvolvimento de toda a cidade, mas que se desejam com relevo compatível com o papel assumido, ao longo dos séculos, na história do Porto.”. (Dias, 1997, p. 10)

Como referido no início deste capítulo, o Porto sofreu sucessivas transformações, derivadas da migração da população do centro para as periferias, causada pela falta de manutenção e



Figura 93. Imagem do Google Maps com indicação da localização dos Quarteirões das Ruas das Flores e Mouzinho.

Autoria própria

Figura 94. Rua Mouzinho da Silveira.

Autoria própria

Figura 95. Rua das Flores.

Autoria própria

conservação dos edifícios da baixa, a crise de atividades comerciais e a ruína e abandono do edificado. O modelo de cidade transformou-se e o centro deixou de ser a baixa, daí a importância e urgência de revitalizar e criar condições para resgatar a sua centralidade e salvaguardar o Centro Histórico.

Em 2008 verificou-se que a baixa tinha perdido cerca de 40% da sua população em 30 anos⁹⁷, provando que as iniciativas de reabilitação não tinham sido bem-sucedidas, o que contribuiu para a sucessiva degradação e carência física dos edifícios e a destruição de ruas. A falta de manutenção e de investimento, tanto nas habitações como no comércio de rua, tornou-a ainda mais desabitada, a necessitar de intervenções e desvalorizou o património.

Vários apoios surgiram para auxiliar estas operações, bem como entidades, como é o caso da Porto Vivo⁹⁸, SRU– Sociedade de Reabilitação da Baixa Portuense, S. A. Uma iniciativa realizada em 2008, onde a Câmara Municipal do Porto em conjunto com a Porto Vivo, procedem à elaboração do Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto Património Mundial. Este plano apresenta uma análise detalhada do Bem classificado e discrimina as potencialidades e ameaças do estado de conservação. No final, é elaborado ainda um Plano de Ação que enumera as resoluções aos problemas, promovendo um modelo de gestão a longo prazo dos Bens intervencionados. (Porto Vivo, 2014)

Exemplos desta iniciativa são o quarteirão da Rua das Flores e o quarteirão da Rua Mouzinho da Silveira. (Figura 93) Estes estabelecem a relação entre a baixa e o centro histórico e criam uma comunicação entre a zona da Ribeira e o centro da cidade. Pretendeu-se com estas intervenções “caracterizar um “produto” da cidade, de grande valor e ainda inexplorado, que constitui simultaneamente uma importante herança e um promissor futuro.”. (Porto Vivo, 2005)

Estas duas ruas são bastante conhecidas pelos habitantes da cidade do Porto, diferentes uma da outra, mas contendo ambas o carácter das ruas da baixa e com valor patrimonial na cidade. A Rua Mouzinho da Silveira (Figura 94) sempre cumpriu um papel comercial devido à sua proximidade à Estação de São Bento⁹⁹ e Rua das Flores (Figura 95), e é caracterizada

97 Rui Moreira in *Rui Moreira fala sobre a reabilitação no Porto*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=3OZ6jObXYNU>. Consultado em 5.06.2020

98 Porto Vivo, SRU tem por objetivo a reabilitação urbana da cidade do Porto. Para mais informações consultar: <http://www.portovivosru.pt/pt/porto-vivo-sru/objeto-social>

99 Estação localizada na Praça Almeida Garrett, no centro da baixa do Porto. É um projeto do Arquiteto José Marques da Silva, inaugurada a 5 de Outubro de 1916.



Figura 96. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Quarteirão das Cardosas.

Autoria própria

Figura 97. Palácio das Cardosas, atual Hotel Intercontinental.

Autoria própria

pelos seus palacetes e pelas ourivesarias. Estas ruas e os seus largos são apreciados pelas suas características arquitetónicas e comerciais, “sendo um espaço de excepção no Centro Histórico, onde muitos edifícios passaram por um período relativamente prolongado de degradação e de “má fama”, hoje algo ultrapassada, mas ainda presente na memória e no imaginário de muita gente.”. (Porto Vivo, 2005)

O eixo Mouzinho – Flores e o processo de reabilitação deste espaço público são um marco importante, num primeiro momento, do ponto de vista urbanístico, uma vez que este faz a ligação da zona histórica da Ribeira à zona dos Clérigos. Num segundo momento, devido ao seu carácter social, é uma zona de natureza comercial que se pretende desenvolver e preservar. (Moreira, 2014, p. 9) Para além da proximidade à Estação de São Bento, a ligação das ruas Mouzinho – Flores, conta também com proximidade ao Convento de São Francisco (1383), Palácio da Bolsa, Arquivo Histórico, Feitoria Inglesa (1785), Mercado Ferreira Borges (1885), Palácio das Artes (1239), Igreja da Misericórdia (1559) e ao Palácio das Cardosas (século XVIII), provando assim a sua importância como centro económico e social da baixa. (Valença, 2014, p. 16-18)

Devido ao conjunto de intervenções realizadas e à requalificação do seu espaço público, é agora um marco de centralidade, onde há uma clara apropriação do espaço pelas pessoas. É disso prova a presença dos artistas de rua, as animações e as esplanadas dos cafés que aí se instalaram. Esta zona é agora caracterizada por “um novo perfil funcional, mais moderno e requalificado; há novas actividades [...] que são aí novidades e geram novas visitas quotidianas [...] e dinâmica de procuras eventuais ou turísticas.”. (Valença, 2014, p. 97)

É no seguimento destas intervenções, e pela sua localização em pleno centro histórico, que se começam a desenrolar os processos de reabilitação e modernização deste tecido, procedendo à sua recuperação. É também disso exemplo a reabilitação do Quarteirão das Cardosas (Figura 96), um dos mais bem localizados da baixa. Este é constituído pelo Palácio das Cardosas (Figura 97) e pelos edifícios que o delimitam. “Este quarteirão faz a transição entre o Centro Histórico e a “Avenida”, a qual engloba a Praça da Liberdade, a Avenida dos Aliados e a Praça General Humberto Delgado.”. (Porto Vivo, 2007c) Pretendeu-se com a sua reabilitação e a do Palácio, promover novas relações urbanas com a envolvente e possibilitar ligações dos edifícios ao interior do quarteirão através de atravessamentos pedonais. Nesta reabilitação, o foco está na localização privilegiada, que permite estabelecer relações com marcos importantes da cidade:

“[...] dá particular ênfase à localização nevrálgica deste quarteirão no contexto do centro da cidade, à importância patrimonial do edificado que o compõe e às potencialidades que decorrem da sua configuração particular e da sua inserção na proximidade das redes de transportes urbanos de âmbito metropolitano e suburbano.”. (Porto Vivo, 2007)

Os principais objetivos da intervenção foram a reabilitação de todas as estruturas, determinando a maioria para comércio e habitação. O comércio e serviços estão agora localizados no piso térreo e a maioria dos restantes está destinada à habitação. A reabilitação do Palácio das Cardosas, foi destinada à instalação do Hotel InterContinental e do café Astória¹⁰⁰. Foi também projetado e construído um parque de estacionamento subterrâneo de apoio, o que implicou que todas as construções que estavam ali localizadas tivessem que ser demolidas. (Porto Vivo, 2007c)

Esta reabilitação permitiu dar resposta às exigências dos comerciantes e habitantes da baixa. Com a reabilitação dos edifícios, a inclusão de programas de habitação e de um novo espaço coletivo no interior do quarteirão, foi possível o realojamento de pessoas na baixa e a apropriação por parte dos portuenses de um espaço público com possibilidade de receber animações e eventos culturais.

Em suma, é com iniciativas de projetos como Porto 2001¹⁰¹ e Porto 2.0¹⁰², e de empresas como a Porto Vivo¹⁰³, Domus Social¹⁰⁴ e a Ágora¹⁰⁵ – Cultura e Desporto, E. M, S. A, que as intervenções e os programas realizados contribuíram, não só para a reabilitação, mas também para a revitalização do centro histórico do Porto. Possibilitaram também um aumento de programas culturais e a animação da cidade.

100 Em novembro de 2020 o café Astória foi substituído pela loja GMS Apple.

101 Evento que ocorreu na sequência da eleição da cidade do Porto à iniciativa da União Europeia com vista a promover, social e culturalmente, uma cidade da Europa.

102 Porto 2.0, iniciativa da Porto Lazer, agora Ágora, com o objetivo de criar uma programação cultural, turística e social envolvendo instituições, moradores e criadores.

103 Porto Vivo, SRU tem por objetivo a reabilitação urbana da cidade do Porto. Para mais informações consultar: <http://www.portovivosru.pt/pt/porto-vivo-sru/objeto-social>.

104 Domus Social, E. M, “tem por objeto a promoção da cidade do Porto na área da habitação, a gestão do parque de habitação pública municipal, a manutenção e conservação de todo o património imobiliário, equipamentos e infraestruturas municipais, bem como a elaboração, desenvolvimento e implementação de projetos na área social.” (Domus Social, 2014-2018) Para mais informações consultar: http://www.domussocial.pt/domussocial/quem-somos_2.

105 Ágora – Cultura e Desporto, E. M, S. A, “tem por objeto social a promoção e desenvolvimento da cultura, da atividade física, desportiva e de animação, bem como a promoção e desenvolvimento de marcas associadas à cidade do Porto, para além das atividades que sejam definidas no âmbito da gestão dos espaços e equipamentos delegados.” (Ágora Cultura e Desporto, 2014-2019). Para mais informações consultar: <http://www.agoraporto.pt/empresa/principios-estrategicos>.



Figura 98. Imagem do Google Maps com indicação dos 37 edifícios em reabilitação em 2017.
Autoria própria

Entre as reabilitações mencionadas anteriormente, contabilizaram-se em 2017 mais de 37 edifícios em intervenção profunda (Figura 98) desde a Ribeira até ao Bolhão (CMP, 2017b), provando como a reabilitação disparou nos últimos anos. Assim, “a cidade está autenticamente em reconstrução, depois de ter chegado, no início da década, a uma situação de quase ruína do seu Centro Histórico.”. (CMP, 2017b)

Nos dias de hoje, ainda é possível ver obras a decorrer na baixa, desde a recuperação de habitações, à revitalização do espaço e vias públicas, de modo a tornar esta zona permeável, habitável e potenciadora de vivências. As pequenas lojas de comércio que se encontravam devolutas dão lugar a lojas modernas, visualmente apelativas, que devolvem vida ao centro histórico da cidade. Logo, é promovida uma relação entre as intervenções de reabilitação e as dinâmicas de um centro urbano. Entende-se, assim, como são essenciais estas iniciativas para uma revitalização da zona histórica, e, conseqüentemente, para a preservação do Património Mundial.

TURISMO

Portugal já se destacava como destino turístico europeu por ter realizado a Exposição Mundial Expo 98¹⁰⁶, em Lisboa e por ter acolhido o Campeonato Europeu de Futebol, Euro 2004¹⁰⁷. Segundo o presidente da Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo (APHORT) é com este último evento que a cidade do Porto ganha protagonismo:

“Foi justamente em 2004 que se deu o ‘boom’ turístico na cidade, quando Portugal patrocinou o Euro 2004 [...], e foi a partir daí que o Porto se começou a tornar num destino de turismo europeu porque nos demos a conhecer à Europa e a alguns mercados que descobriram uma região e cidade onde poderiam apostar como destino de lazer, de férias e de negócios.”. (Barros, 2014)

Juntamente com os processos de transformação que decorreram ao longo dos anos na cidade, com as políticas de reabilitação do centro histórico e com estes eventos, desencadeou-se uma nova ocupação e apropriação do espaço, tanto público como privado, que beneficiaram qualitativamente a oferta da cidade, aumentando a procura e o crescimento turístico.

106 Exposição Mundial de 1998 ou Exposição Internacional de Lisboa de 1998.

107 Décima segunda edição do Campeonato Europeu de Futebol de 2004.



Figura 99. Turismo na Ribeira do Porto.
<https://expresso.pt/economia/2020-10-13-OE-2021-falta-apoio-as-empresas-em-materia-fiscal-diz-a-Confederacao-do-Turismo-de-Portugal>

Com o crescimento do número de turistas a visitar o Porto (Figura 99), nos anos de 2012, 2014 e 2017 a cidade é nomeada como melhor destino turístico Europeu¹⁰⁸. Em 2017, foi considerada uma das 100 cidades mais visitadas no mundo (CMP, 2018) e em 2018 é eleita a cidade da Europa mais interessante para visitar em 2019. (CMP, 2018)

A introdução de rotas *low-cost*, em 2004 (Dinis, 2014), no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, veio contribuir para este fenómeno, no sentido de permitir viagens mais acessíveis a um maior número de pessoas. A Invicta¹⁰⁹ torna-se assim um destino turístico popular, devido ao vasto património, à arquitetura, à diversidade de opções culturais, ao clima e às paisagens. Nos últimos anos tem vindo a revelar-se um destino por excelência e está a crescer de forma exponencial. O aumento destes números contribuiu também para um crescimento económico, de emprego e investimento, podendo afirmar-se que o turismo é um dos principais setores de desenvolvimento da economia local.

Tal como afirma Hélder Pacheco (2018), “o turismo é uma grande oportunidade por duas grandes razões: porque internacionaliza a cidade e porque é um motor de desenvolvimento.”. (Pacheco, 2018)

A aposta na preservação e reabilitação do centro histórico tornou-se essencial, de forma a valorizar a cidade e na sua contribuição para a instalação de novos negócios na baixa portuense. A cidade prova, assim, a sua capacidade de regeneração e de crescimento, e mostra como o turismo foi impulsionador das intervenções do Porto.

PARTICIPAÇÃO | APROPRIAÇÃO

Para efeitos desta dissertação considera-se que os mercados que se destacaram aquando da reabilitação da cidade do Porto são: o Mercado Ferreira Borges (1885), o Mercado do Bolhão (1914), Mercado da Foz (1944), Mercado de Matosinhos (1952) e o Mercado do Bom Sucesso (1952). Estes mercados destacam-se pela sua capacidade de serem marcos importantes na cidade, pelas novas vivências que geram e pelos eventos e iniciativas culturais que promovem, como é o caso de concertos de música e exposições. A inserção

108 Sobre este assunto consultar: <https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/european-best-destinations-2017/>.

109 No século XIX, D. Pedro IV, o rei liberal, chamou Invicta à cidade, pois o Porto apoiou desde o primeiro momento, o movimento liberal que saiu triunfante da guerra civil.

de outros serviços para além do mercado de abastecimento, promove a sua adaptação às novas vivências e à sua apropriação pela população tornando-se agregadores urbanos e polos atrativos, tanto para os habitantes como para os turistas.

Apesar dos Mercados da Foz do Douro (1944), de Matosinhos (1952) e do Bom Sucesso (1952), não se localizarem no centro histórico da cidade, são abrangidos pela corrente de intervenções promovidas e, quando comparados com o Mercado Ferreira Borges (1885) ou com o Mercado do Bolhão (1914), que se localizam na baixa do Porto, é possível estabelecer comparações pertinentes no âmbito das intervenções. Estas comparações passam pela importância da preservação da memória do espaço, pelo cuidado na preservação das fachadas e elementos originais, na preservação da materialidade e na necessidade de revitalizar os edifícios e adaptá-los às novas exigências da cidade.

O programa dos mercados já foi explorado por diversos autores, como são o caso das dissertações: *O Mercado* (Costa, 1996); *Mercados Abertos. 1949-1975* (Teixeira, 2007); *Factos Urbanos. Mercados na cidade do Porto* (Quartilho, 2011); *Ainda há lugar para os Mercados Municipais? Repensar o consumo, as sociabilidades e as centralidades urbanas. Os casos de Barcelona e Lisboa* (Marques, 2014); e *Mercados Municipais. Origem, Património, Desenvolvimento* (Melo, 2016). A revista *Morfema*¹¹⁰ (2006), dedicou também o seu primeiro número aos Mercados, onde os aborda na sua relação com a cidade: a sua arquitetura, progresso, desenvolvimento e contributo para a cidade. As obras: *O Mercado do Bolhão: estudos e documentos* (Nonell, 1992) e *Mercado do Bom Sucesso* (Ferreira, 2014) demonstram a importância do estudo dos mercados, tanto do edifício original, como do edifício reabilitado, respetivamente. Hélder Pacheco, na obra *Porto* (1984), aborda concretamente a importância das praças, feiras e mercados na cidade do Porto, provando mais uma vez como o equipamento tem uma função importante na cidade, principalmente na cidade do Porto, onde foram escolhidos os casos de estudo que são desenvolvidos em detalhe no capítulo 3.2, *Mercados que geram cidade*.

Assim, e não obstante a literatura existente acerca deste programa, a participação e apropriação associadas ao programa dos mercados, e concretamente os mercados do Porto, entram neste capítulo como variáveis de estudo e como uma forma original e específica de os abordar. Estes temas foram desenvolvidos mais detalhadamente no capítulo 2, *A participação e a apropriação nos Mercados* e são agora transpostos para o capítulo dos

110 Revista de Ensaios sobre o Espaço.

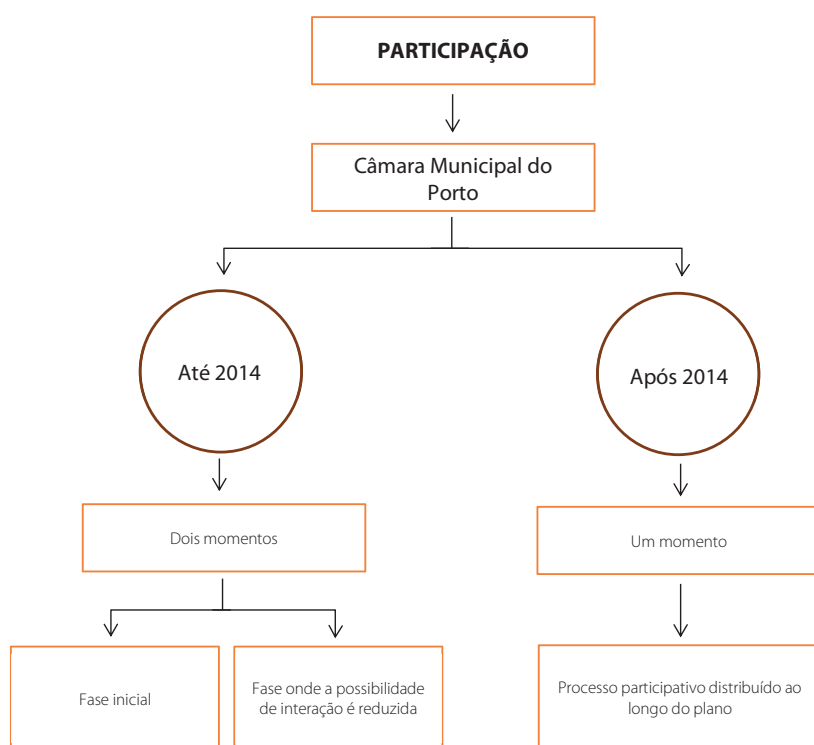


Figura 100. Esquema representativo do modelo de participação promovido pela CMP.
Autoria própria

casos de estudo, provando a importância da participação e apropriação na relação do mercado com os habitantes e com a cidade.

Como consta no capítulo 2, o Porto é uma cidade marcada por várias iniciativas de participação. Estas iniciativas promovem o contacto entre os arquitetos e outros mediadores com os habitantes e os utilizadores do lugar na sua globalidade, potenciando a arquitetura como ferramenta de desenvolvimento comunitário. Neste capítulo é importante entender como é que o mercado pode ser inclusivo, como é que pode compreender um processo participado, e como é o espaço construído pode igualmente ser apropriado, potenciando as suas capacidades como equipamento urbano.

Na cidade do Porto, onde se localizam os casos de estudo, existiram várias tentativas e processos de participação ao longo dos anos, tal como referido em maior detalhe no segundo capítulo. No momento atual aquando da presente dissertação, verifica-se na CMP uma vontade de promover a participação. (Figura 100) Esta demonstra-se através de discussões públicas, sessões de esclarecimento e reuniões na Assembleia Municipal, onde todos os cidadãos são convidados a assistir e intervir, numa tentativa de promover atualmente uma participação ativa por parte dos seus habitantes. No entanto, a arquitetura participada nem sempre consegue ser aplicada, por falta de comunicação entre as entidades envolvidas, pela participação em momentos ou fases onde não tem impacto no projeto nem na obra construída, ou mesmo pela inexistência e inexperiência de uma política de arquitetura participada:

“O atual sistema legal prevê dois momentos obrigatórios de envolvimento dos cidadãos, sem prejuízo do seu direito de, a todo o momento, apresentarem sugestões ou solicitarem esclarecimentos sobre o processo. A experiência confirma que estes dois momentos são insuficientes e até desajustados da dinâmica de elaboração de um plano. O primeiro, porque surge numa fase muito incipiente onde a própria estratégia de abordagem do plano não está suficientemente consolidada para constituir uma base de discussão profícua. O segundo, porque é realizado numa fase onde a margem para introduzir alterações no plano é já bastante reduzida. Deste modo, a CMP propõe um processo participativo distribuído ao longo do período de elaboração do plano, com flexibilidade de definição do âmbito da cada discussão que se pretende gerar e dos termos em que a mesma será dinamizada.”. (CMP, 2014-2018)

Participação no PDM 2020

Pode deixar o seu contributo para melhorar o Plano Diretor Municipal do Porto

- 1** Identificação
- 2 Enquadramento
- 3 Descrição
- 4 Localização
- 5 Confirmação

Identificação do participante

Participar anonimamente

Tipo de participação

Escolha uma opção... ▼

Nome completo

Telemóvel Email

Local de residência do participante (opcional)

Topónimo Nº polícia

Andar/Lote Freguesia

Localidade

Identificação do representante (no caso de participação coletiva)

Nome completo

Email

[Próximo Passo](#)

Figura 101. Inscrição para Participação no PDM 2020.
<https://pdm.cm-porto.pt/participacao-publica/>

Estas medidas, contudo, são recentes. Verificou-se o início deste processo quando Rui Moreira, na altura candidato a presidente, se deslocou à Ilha¹¹¹ da Bela Vista para apresentar as propostas de intervenção aos moradores. Esta ilha já tinha sido alvo de intervenção pelo processo SAAL¹¹² com projeto do Arquiteto Mário Trindade (Rodrigues, Silva, 2015) e estava a proceder-se a uma segunda reabilitação. O projeto foi apresentado pela primeira vez em agosto de 2013, onde se anunciou um modelo experimental com a “criação de um laboratório de habitação básica pelo candidato independente Rui Moreira e pelo coordenador responsável pelo programa das Políticas de Habitação e Inclusão Social, Fernando Matos Rodrigues, (...)”. (Rodrigues, Silva, 2015, p. 32)

Neste programa pretendia-se investir na participação pública, com a criação de espaços de discussão e informação, e dotar os habitantes das informações necessárias para que estes pudessem pensar a cidade associando este programa ao das políticas de renovação. (Rodrigues, Silva, 2015, pp. 32-33) Esta foi uma das primeiras iniciativas para um projeto participado registadas na CMP, a partir deste momento têm sido feitos esforços para envolver os portuenses nestes projetos.

A participação deve, assim, ser vista como uma oportunidade de partilha de conhecimentos, ideias e preferências. (Lourenço, 2009) É um processo que só é bem-sucedido se for bem planeado e se existirem recursos disponíveis para a sua implementação. Na apresentação do Plano Diretor Municipal (PDM) do Porto do ano de 2020, a CMP proporciona um processo participativo¹¹³ (Figura 101), onde “a discussão pública, se traduz no direito de participação dos cidadãos na elaboração, alteração, revisão, execução e avaliação de programas e planos territoriais”. (Porto., 2020) Este processo está organizado e claro, para que qualquer cidadão possa participar e ser informado das alterações e intervenções que vão ser realizadas na cidade.

111 Casas unifamiliares de áreas muito reduzidas, construídas segundo uma tipologia em banda, de um ou dois pisos, aproveitando ao máximo o solo. O acesso é normalmente feito através de um corredor estreito, que termina no muro que delimita o lote. Esta tipologia não possui infraestruturas sanitárias, fator que potencia o aumento da insalubridade.

112 Sobre este tema conferir o capítulo 2.

113 “Todas as pessoas, singulares e coletivas, incluindo as associações representativas de interesses ambientais, económicos, sociais e culturais, têm a possibilidade de formulação de sugestões e pedidos de esclarecimento, no âmbito dos procedimentos previstos no Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão Territorial (RJIGT), às entidades responsáveis pelos programas ou pelos planos territoriais, bem como a faculdade de propor a celebração de contratos para planeamento e a intervenção nas fases de discussão pública.”. (Porto., 2020)

Ao nível das Câmaras Municipais, a participação é mais imediata quando se trata de ordenamento de território. Tal como na CMP, a Câmara Municipal da Maia¹¹⁴, de Viana do Castelo¹¹⁵, de Porto de Mós¹¹⁶ e de Faro¹¹⁷ investem numa participação através de discussão pública. Esta discussão tem como principal objetivo o envolvimento, a interação, a informação e a consulta do público acerca das atividades de planeamento.

No entanto, este processo nem sempre se verifica. Para uma participação ativa é necessária a existência de um porta voz que estabeleça a comunicação entre todas as entidades e que faça as pontes necessárias, sem o qual torna-se num processo inócuo, principalmente no caso de órgãos públicos de grandes dimensões, como são os casos das Câmaras.

A CMP tem feito um esforço para tornar o Porto uma cidade participada e apropriável por e para todos, através da reabilitação e da introdução de práticas participativas. É visível uma apropriação coletiva e individual do espaço público desde as intervenções de reabilitação e requalificação.

A reabilitação das ruas Mouzinho – Flores¹¹⁸, trouxe mais pessoas à baixa e devolveu a vida a esta zona, que tinha sido esquecida. A Avenida dos Aliados tornou-se num espaço onde é possível a realização de concertos, feiras, pequenos mercados e o encontro dos portuenses para festas e comemorações, não só da cidade, como também pessoais, fomentando a apropriação do espaço.

MERCADOS

Mercado, “[...] lugar público onde negociantes expõem e vendem géneros alimentícios e artigos de uso rotineiro [...]”. (Roque, 2015) Trata-se de um edifício de uso coletivo, que sofreu as mudanças da sociedade e que nem sempre foi capaz de acompanhar estas novas exigências. Inicialmente localizados em praças, onde se passavam todos os acontecimentos cívicos, eram espaços privilegiados, cheios de gente e culturalmente vivos. (Pacheco, 1984)

O comércio na cidade do Porto desempenhou desde sempre um papel fundamental. Com “o crescimento demográfico na cidade no século XIX aumentou também a necessidade

114 Para mais informações consultar: <https://www.cm-maia.pt/pages/1124>.

115 Para mais informações consultar: http://www.cm-viana-castelo.pt/newsletters/newsletter_2020-02-20-14-03-16.html.

116 Para mais informações consultar: https://www.municipio-portodemos.pt/pages/1291?news_id=1217.

117 Para mais informações consultar: <https://www.cm-faro.pt/pt/menu/1065/participacao-e-discussao-publica.aspx>.

118 Reabilitação das ruas Mouzinho – Flores já desenvolvida com mais detalhe no capítulo 3.1.



Figura 102. Mercado da Ribeira, 1950.
<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/627647/?q=Mercado>

básica de abastecimento da população”. (Nonell, 1992, p. 87) Este crescimento impactou o espaço urbano, pelo aumento da edificação e pela sua concentração em determinadas áreas da cidade, “acentuando as carências de infraestruturação higiénica e denunciando a caótica situação criada pelo desenvolvimento à margem de qualquer plano global.”. (Nonell, 1992, p. 87)

No entanto, “a partir de 1763, quando a gestão urbanística foi confiada a João de Almada, é que a questão dos mercados urbanos começou a fazer parte do planeamento”. (Nonell, 1992, p. 27) Surgem assim mercados dotados de melhores infraestruturas, localizados e preparados para responder às necessidades da população, como é o caso do Mercado do Anjo (1839), Mercado do Peixe (1874), Mercado da Aguardente na Praça Marques de Pombal (1880), Mercado Campo 24 de Agosto (1880), Mercado Ferreira Borges (1885), Mercado do Bolhão (1914), Mercado da Foz do Douro (1944) e o Mercado do Bom Sucesso (1952), entre muito outros pequenos mercados que surgiram. (Boletim Cultural, 1989-90, pp. 351-365)

Foi então necessário, em 1881, a elaboração de um plano urbanístico, o Plano de Melhoramentos da Cidade do Porto, apresentado pelo Presidente da Câmara, José Augusto Correia de Barros. Esta proposta defendia uma “política de edificação de mercados, mas ao mesmo tempo a sua dispersão pela cidade, pretendendo assim acompanhar o alastramento da edificação já constatado na década de 70.”. (Nonell, 1992, p. 88) A proposta apresentada consistia na edificação de seis mercados fixos que completassem a rede existente, organizados segundo uma hierarquia, entre um grande localizado no antigo convento das Carmelitas e três pequenos mercados em zonas periféricas, nas freguesias de Cedofeita, Bonfim e Paranhos, “tendo em vista a grandíssima distância a que respetivamente se acham do Bolhão”. (Nonell, 1992, pp. 88-90)

De todos os mercados propostos, apenas três foram construídos na década de 1880, o Mercado da Aguardente¹¹⁹, o Mercado do Campo 24 de Agosto e o Mercado Ferreira Borges, com projeto de José Carlos Machado que vinha pôr fim ao Mercado da Ribeira (Figura 102). (Boletim Cultural, 1989-90, p. 363) Estes mercados sobreviveram às mudanças sociais, mantendo o seu importante papel, adaptando-se a novas realidades da sociedade e hábitos de consumo. Contudo, devido à falta de investimento e ao aparecimento de novas formas de comércio, alguns foram esquecidos ou foram-se degradando.

119 Atual Praça do Marquês de Pombal.

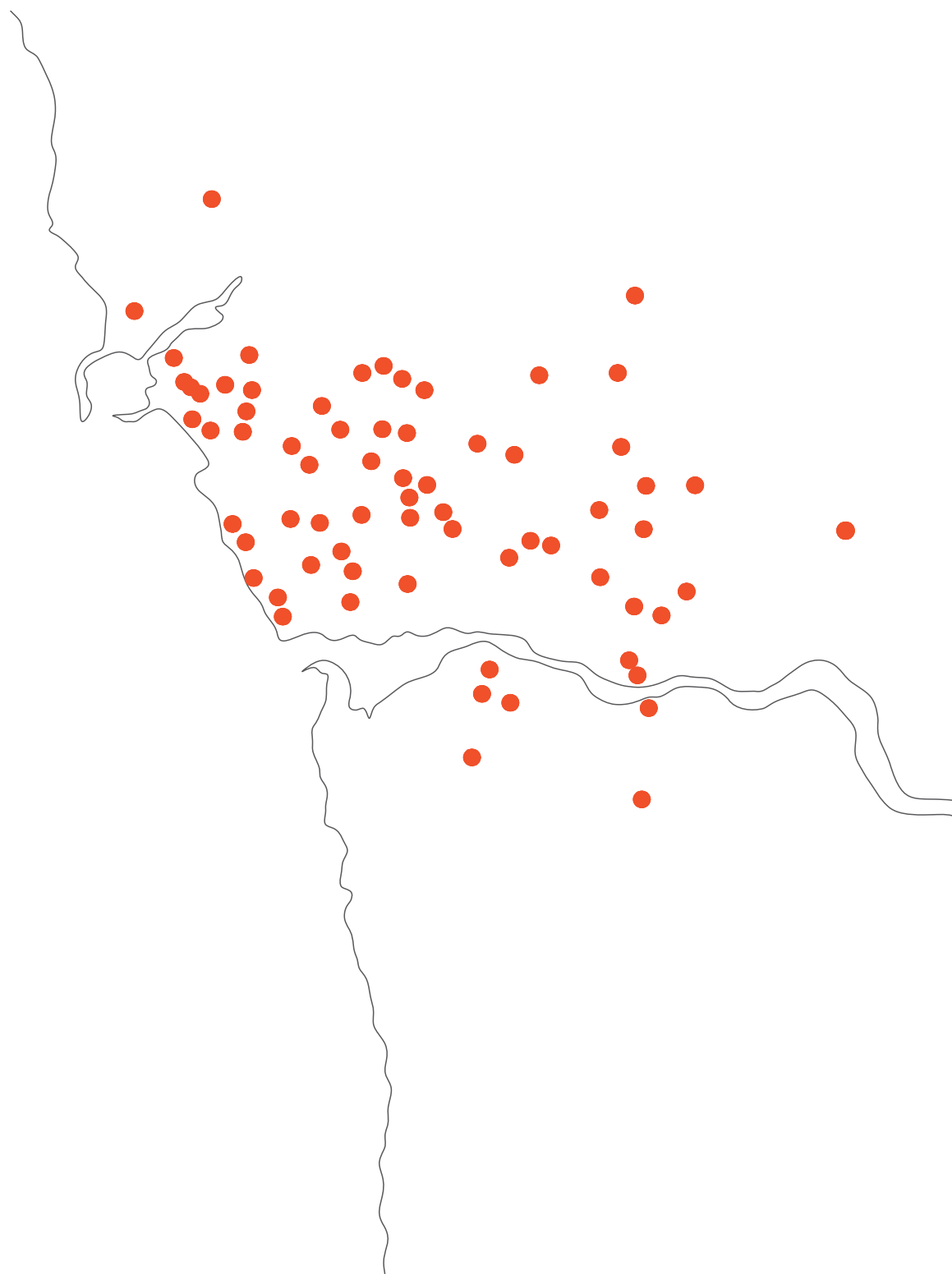


Figura 103. Esquema de localização de super e hipermercados no Porto e Gaia.
Autoria própria



Estes equipamentos eram dotados de um grande valor simbólico, urbano e cultural, logo, a sua implantação na cidade era estratégica. O mercado sempre foi um gerador de urbanidade devido à sua localização nas praças centrais das cidades, funcionando como um elemento agregador de pessoas, daí a necessidade de estarem constantemente a ser adaptados às necessidades dos seus utilizadores.

Com o aparecimento de supermercados, hipermercados (Figura 103) e centros comerciais, estes foram sendo preferidos em detrimento dos tradicionais, devido a toda a panóplia de produtos que oferecem. (Ibrahim, 2015) A falta de necessidade de deslocação ao centro da cidade para a aquisição de produtos alimentares provocou um esquecimento por parte da população na utilização dos mercados tradicionais, “longe da memória, longe do hábito.”. (Ibrahim, 2015) Era assim visível o abandono destes equipamentos tradicionais, daí a necessidade de os adaptar às novas realidades, procedendo a obras de reabilitação, requalificação e reintegração.

O Mercado do Bolhão (1914) e o Mercado do Bom Sucesso (1952), destacam-se dos restantes mercados da cidade pelo seu alcance relativamente ao número de utilizadores e pela dimensão superior. O primeiro devido à sua localização na baixa e à sua escala, consegue albergar mais comerciantes e, por consequência, mais produtos. O segundo também se destaca pela localização, mas serve mais os residentes da área ocidental da cidade e de concelhos vizinhos, como é o caso de Vila Nova de Gaia, Matosinhos e Maia. Este conjunto de mercados não só favorece o contacto entre as pessoas “como continua a merecer a preferência de uma clientela importante.”. (Boletim Cultural, 1989-90, pp. 351-365)

Os mercados escolhidos para casos de estudo pretendem provar a capacidade destes equipamentos de consolidar e gerar a cidade através das suas reabilitações. Importa também verificar se, com as reabilitações e intervenções realizadas, estes mercados passaram a receber um maior número de pessoas, e se efetivamente se tornaram pólos de atratividade tanto para turistas como para os portuenses, ou se incrementaram essa sua qualidade.

Como já referido nesta dissertação, existem diversas formas de participação por parte da comunidade. Para os casos em estudo, interessa analisar a possibilidade de participação na fase de encomenda, do processo de projeto e depois da construção. Após estes momentos de análise, considera-se que os seguintes já são referentes a uma apropriação do espaço. É



Figura 104. Mercado do Bolhão, antes das intervenções.

<https://www.mundoportugues.pt/mercado-do-bolhao-regressa-daqui-dois-anos/>

Figura 105. Mercado do Bom Sucesso, 2020.

Autoria própria

Figura 106. Mercado Ferreira Borges, 2020.

Autoria própria

Figura 107. Mercado da Foz do Douro, 2020.

Autoria própria

Figura 108. Mercado de Matosinhos, 2019.

<https://www.evasoes.pt/comer/6-lugares-para-comer-no-mercado-de-matosinhos/716906/>

aqui, na apropriação, que se estabelecem as mais vincadas relações entre os utilizadores e o espaço que estes habitam. Pretende-se, assim, que a análise dos casos de estudo beneficie com uma comparação detalhada a nível de projeto de reabilitação, de participação em projeto ou através de um uso participado e inclusivo do espaço pela sua apropriação. É necessária uma abordagem similar este si para identificar variáveis a abordar nesta análise e de que forma vão informar a questão de investigação.

Numa proposta inicial os casos de estudo eram apenas dois, o Mercado do Bolhão (Figura 104) e o Mercado do Bom Sucesso (Figura 105). No entanto, com o desenvolvimento do estudo, e introduzindo a apropriação como variável para a participação e dinâmica destes equipamentos, entendeu-se necessário alargar o campo de investigação para os restantes mercados Ferreira Borges (Figura 106), Foz (Figura 107) e Matosinhos (Figura 108). A escolha destes cinco permite estudar as diferentes reabilitações em cada um e perceber as relações dos mercados com a zona da cidade onde estão localizados e com os seus utilizadores. Todos os mercados permitem uma abordagem diferente à participação e à apropriação, pois estas condições nem sempre se verificam em todos os casos de estudo, ou então não se verificam sempre no mesmo momento. Estas relações são exploradas de forma mais detalhada na descrição de cada mercado e mais tarde, na conclusão da dissertação, onde se apura a capacidade de cada mercado de ser um equipamento gerador de urbanidade.

Relativamente aos casos de estudo, a integração do Mercado Ferreira Borges é considerada fundamental, pois o mercado possibilita a existência de eventos culturais em plena baixa da cidade.

O Mercado do Bolhão, com a proposta de reabilitação apresentada, visa trazer a tradição do mercado de frescos à baixa, conjugando com novas lojas e restaurantes, mas nunca perdendo o seu carácter de mercado abastecedor da cidade. O Mercado da Foz do Douro, permite a apropriação do espaço por jovens, através da instalação de pequenos restaurantes e da sua proximidade a escolas, a instalação temporária de um balcão de apoio à Loja do Cidadão, possibilitou também que os habitantes da Foz se deslocassem mais ao mercado, contribuindo para o conforto dos seus utentes. Os mercados de Matosinhos e do Bom Sucesso, destacam-se pela capacidade de introdução de outros serviços no seu interior. O Mercado de Matosinhos, instalou ainda, na galeria, um conjunto de espaços preparados para albergar lojas, *concept-stores* e espaços de *co-working*, atraindo mais consumidores e pessoas ao mercado. O Mercado do Bom Sucesso, com o novo conceito, admite uma

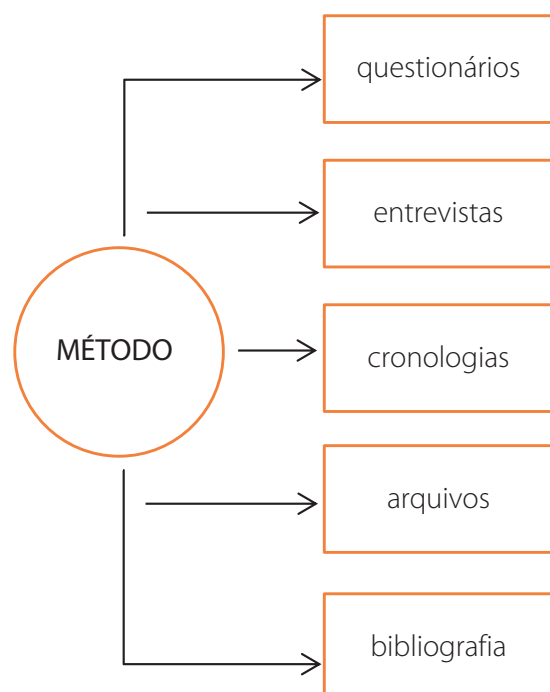


Figura 109. Esquema representativo dos métodos de recolha de informação.
Autoria própria

utilização diversificada em todo o espaço, desde lojas, a zona de restauração e ao hotel e escritórios, provando ser o que possui maior oferta em relação aos casos de estudo escolhidos.

Para suportar as conclusões deste subcapítulo, são importantes os testemunhos individuais dos vários agentes / *stakeholders* envolvidos nos processos de participação, nos casos onde existiu participação, como trabalhadores dos mercados, comerciantes, equipa de arquitetura e habitantes da área, a fim de entender se a participação consegue responder às necessidades dos intervenientes e se o projeto teve em conta estas mesmas necessidades.

No âmbito desta pesquisa foram vários os constrangimentos encontrados, muito devido à situação de pandemia que se instalou durante a presente investigação e que criou obstáculos no acesso a material, mas sobretudo nos contactos com os comerciantes, os utilizadores, as entidades envolvidas e até mesmo os órgãos tutelares. Apesar de tudo, e depois de alguma persistência em muitas situações, foi possível entrevistar os comerciantes do mercado da Foz do Douro, Matosinhos e Bom Sucesso e para obter testemunhos de utilizadores dos mercados foram realizados dois questionários online. Tentou-se também realizar entrevistas aos arquitetos responsáveis pelas intervenções nos mercados, mas apenas foi possível entrevistar via *email* o arquiteto Nelson Ferreira, cujo *atelier* realizou as obras no Mercado do Bom Sucesso. Entende-se, assim, que a análise aos casos de estudo é completa e permite uma comparação entre todos os mercados de forma equilibrada e complementar entre si para o tema em causa.

Para cada mercado foi necessário adaptar os métodos de recolha de informação (Figura 109), uma vez que as restrições impostas pelas entidades responsáveis de cada um eram diferenciadas. Visto que projeto do Mercado do Bolhão se encontra sobre sigilo profissional e ainda em fase de construção, os dados conseguidos para a elaboração desta dissertação passaram pela informação *online* veiculada pelas sessões de esclarecimento promovidas pela CMP, tanto das obras, como do concurso para as novas bancas do mercado, e pela visualização de vídeos disponibilizados na página oficial do Mercado¹²⁰ e na página da CMP¹²¹. Também a bibliografia como *O Mercado do Bolhão – Estudos e Documentos* (Nonell, 1992) serviu para compreender a história do Bolhão e do Mercado Ferreira Borges.

120 <http://www.mercadobolhao.pt>

121 <https://www.cm-porto.pt>



Figura 110. Questionário relativo à reabilitação dos Mercados do Bolhão e Bom Sucesso.

Autoria própria

Figura 111. Questionário relativo à reabilitação dos Mercados da Foz e de Matosinhos.

Autoria própria

Neste último mercado, todos os contactos efetuados via telefone e *email* com as entidades responsáveis pela gestão do mesmo, uma vez que esteve encerrado devido a um surto *Covid-19*, não tiveram retorno. Para a recolha de material gráfico procedeu-se a uma pesquisa *online* de elementos como plantas, cortes e alçados, o mesmo aconteceu com o Mercado do Bolhão.

Relativamente ao Mercado do Bom Sucesso, foi conseguido estabelecer contacto com o *atelier* Ferreira de Almeida, que muito gentilmente se disponibilizou a fornecer todo o material gráfico relativo ao edifício, bem como memória descritiva e entrevista, facilitando o acesso à informação que serviu de base para a construção do texto dedicado a este mercado.

Também no Mercado da Foz do Douro, foi possível contactar o *atelier* encarregue da obra de reabilitação, que prontamente e gentilmente concedeu acesso às plantas, cortes e alçados do edifício, bem como à memória descritiva. No entanto, não foi aceite o pedido de entrevista. Tal como aconteceu no Bom Sucesso, as entidades responsáveis pela gestão do mercado, após alguma persistência, autorizaram a recolha de imagens e também as entrevistas aos comerciantes e lojistas.

Já no Mercado de Matosinhos, após contacto com várias entidades, *ateliers* e Câmara, não foi disponibilizado o acesso ao material gráfico. As entrevistas realizadas aos comerciantes foram gentilmente conseguidas pelo contacto com um comerciante do mercado, e as fotografias foram autorizadas pela equipa de vigilância do edifício.

Uma vez que o contacto com os utilizadores dos mercados não foi autorizado por nenhuma entidade, procedeu-se à realização de dois questionários *online*, para se conseguir a perspetiva do utilizador relativamente às intervenções realizadas. (Figuras 110 e 111)

Foi efetuada também uma linha cronológica que acompanha este trabalho, disponível em anexo, e que permitiu cruzar dados e factos relevantes para a compreensão dos casos abordados no seu conjunto.

O processo de investigação passa por uma reflexão sobre a volumetria do edifício, a sua configuração, o seu programa, uma análise aos acessos e materialidade dos equipamentos e por uma verificação da existência de participação e apropriação em cada um dos casos de estudo através da consulta de fontes diversas, como bibliografia, *webgrafia* e dos testemunhos recolhidos

3.2.
MERCADOS QUE FAZEM CIDADE





Figura 112. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado Ferreira Borges.

Autoria própria

Figura 113. Planta de localização do Mercado Ferreira Borges. Escala 1/1000.

Autoria própria



3.2.1.**O MERCADO FERREIRA BORGES, 1885 | 2010**

O Mercado Ferreira Borges foi construído entre 1885 e 1888, após um concurso público para a edificação de um “mercado coberto na parte ainda não ocupada da longamente cobiçada cerca do Convento de S. Domingos, mais precisamente entre as ruas das Congostas, D. Fernando e Ferreira Borges, e casas adjacentes ao Banco de Portugal.” (Nonell, 1992, p. 89) Este foi construído com o objetivo de substituir o principal mercado abastecedor do Porto, o Mercado da Ribeira, uma vez que já não tinha capacidade de responder às necessidades dos portuenses e encontrava-se numa situação de precariedade. (Pacheco, 1984, p. 147)

Está localizado na baixa do Porto, mais especificamente no quarteirão Ferreira Borges, definido pelas Ruas de Sousa Viterbo, Ferreira Borges, pela Praça do Infante D. Henrique e pelo Largo de São Domingos. (Figura 112) Beneficia da proximidade à Ribeira e à marginal do rio Douro (Figura 113), apresenta-se num eixo importante da baixa do Porto, ligando as zonas urbanas de nascente a poente e beneficia também da proximidade à ponte Luís I, que permite a ligação Porto-Gaia. (Porto Vivo, 2007b) Por se situar no Centro Histórico, está próximo de diversos equipamentos, como teatros, museus e monumentos, como é o caso da Escola Artística do Porto, Cooperativa Árvore, Igreja de São Francisco, Palácio da Bolsa, Palácio das Artes, entre vários restaurantes e lojas.

O edifício original, que juntamente com o Palácio de Cristal (1865), marca a arquitetura de ferro em Portugal, foi projetado em 1885 pelo Arquiteto João Carlos Machado e executado pela Fundação de Massarelos¹²². É constituído por uma estrutura metálica de pilares e vigas, conjugada com vidro e combinado com pedra, que faz a transição entre as duas linguagens, e é marcado também pela cobertura em duas águas. Para resolver a questão do grande desnível no quarteirão, é feito um embasamento de granito. O Mercado encontra-se recuado em relação a esse embasamento, para possibilitar uma circulação à volta:

“Implantado numa plataforma com amplo espaço de circulação em seu redor, a fachada principal, voltada para a Praça Infante D. Henrique, apresenta seis entradas e escadaria de acesso ao primeiro piso. Quanto às fachadas laterais,

122 Antiga Companhia Aliança.

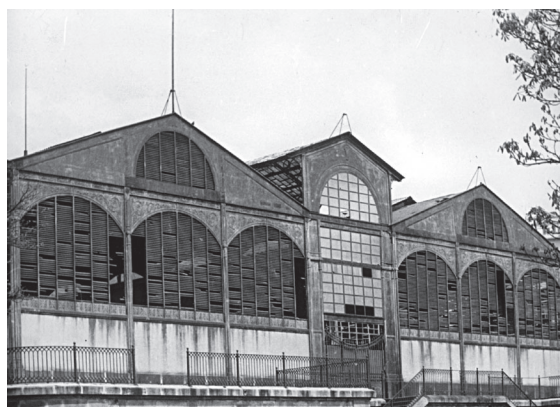


Figura 114. Mercado Ferreira Borges, 1900.

<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/51756/?q=mercado+ferreira+borges>

Figura 115. Mercado Ferreira Borges, 1978.

<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/310790/?q=mercado+ferreira+borges>

Figura 116. Feira do Livro no Mercado Ferreira Borges, 1998.

<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/256111/?q=mercado+ferreira+borges>

elas transmitem-nos uma cadência proporcionada pela própria estrutura metálica, ostentando vãos aprimorados com arco abatido completado com lâminas de vidro tipo “veneziano”, em cuja gramática decorativa, de foro clássico, preponderam as formas vegetais conjugadas a elementos animalistas.”. (Martins, s/d)

A sua tipologia, três naves, duas amplas e a do centro mais estreita, e a planta longitudinal, permitiram diversas alterações ao seu uso original, tendo já servido como garagem, cozinha dos pobres, estufa e mercado de frutas. (Porto Vivo, 2007b) Este mercado nunca serviu o seu propósito original de mercado abastecedor da cidade, devido à relutância dos comerciantes em abandonar o Mercado da Ribeira. Assim, em 1900 (Figura 114), a Câmara Municipal do Porto declarou o edifício incapaz de responder às necessidades e objetivos para os quais tinha sido construído: “A verdade, porém, é que a população nunca frequentou o nóvel “melhoramento”, habituada que estava ao formigar da beira-rio e, assim, o “mercado modernista de ferro e vidro” quase morreu à nascença.”. (Pacheco, 1984, p. 147)

Em 1904, a Câmara considerou a instalação de um Museu, um jardim de inverno e um espaço para exposição e festas, mas estas propostas foram abandonadas (Filipe, 2010):

“Em 1904 propunha-se a mudança de um dos cobertos para a Ribeira “onde há um pequeno mercado de peixe” e, um ano depois, sugeria-se a transferência do mercado para a Foz “a fim de que os terrenos fiquem desafogados para ser mais apreciado o seu valor”, facilitando a sua alienação em “hasta pública” e consequentemente urbanização, de acordo com o projeto que o Sr. Maques da Silva está encarregue de estudar.”. (Nonell, 1992, p. 96)

Em 1939, a Junta Nacional de Frutas instalou-se no Mercado, fazendo com que este recuperasse o objetivo para o qual tinha sido construído. No entanto, após a extinção do Mercado Abastecedor de Frutas em 1978, devido ao estado de degradação do edifício, surgiu a necessidade de o recuperar. (Figura 115) Em 1980 foi considerado Imóvel de Interesse Público e foi nesse ano que a CMP decidiu proceder à sua reabilitação. O objetivo era de o tornar um polo atrativo da cidade, acolhendo diversas atividades culturais. As obras de reabilitação realizadas pelo arquiteto Manuel Huet Furtado e pelo engenheiro António Leitão Borges, permitiram transformar o mercado num espaço que acolhesse diversas iniciativas e atividades (Figura 116) apoiadas pela Câmara. (Quartilho, 2011, p. 107)

Figura 117. Planta do R/C do *Hard Club*. Escala 1/500.

Planta desenhada pela autora com base no material disponível em <http://cargocollective.com/cristinaperes/In-collaboration-with-Arch-Francisco-Aires-Mateus>.

Figura 118. Interior no novo Mercado Ferreira Borges.

<https://guiasdearquitectura.com/pt/produos/packs/new-projects/mercado-ferreira-borges-hard-club>

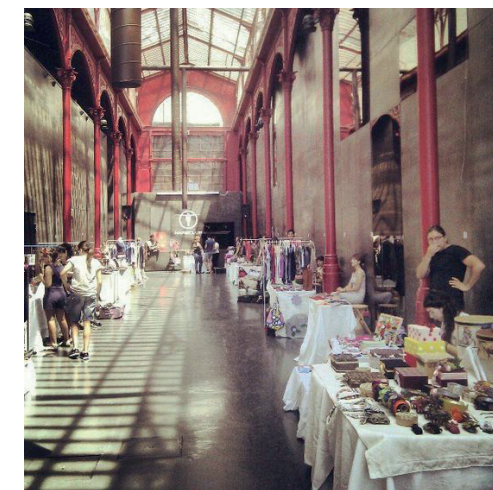
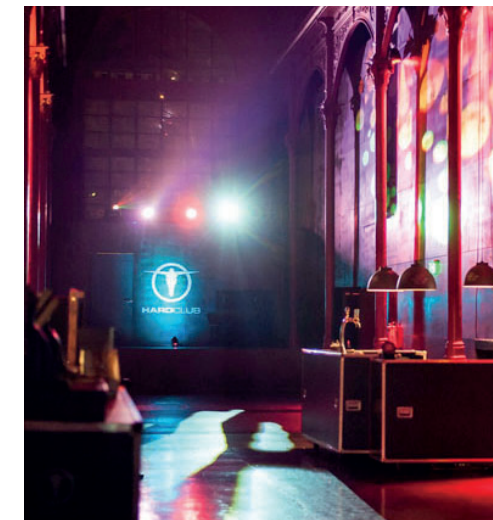
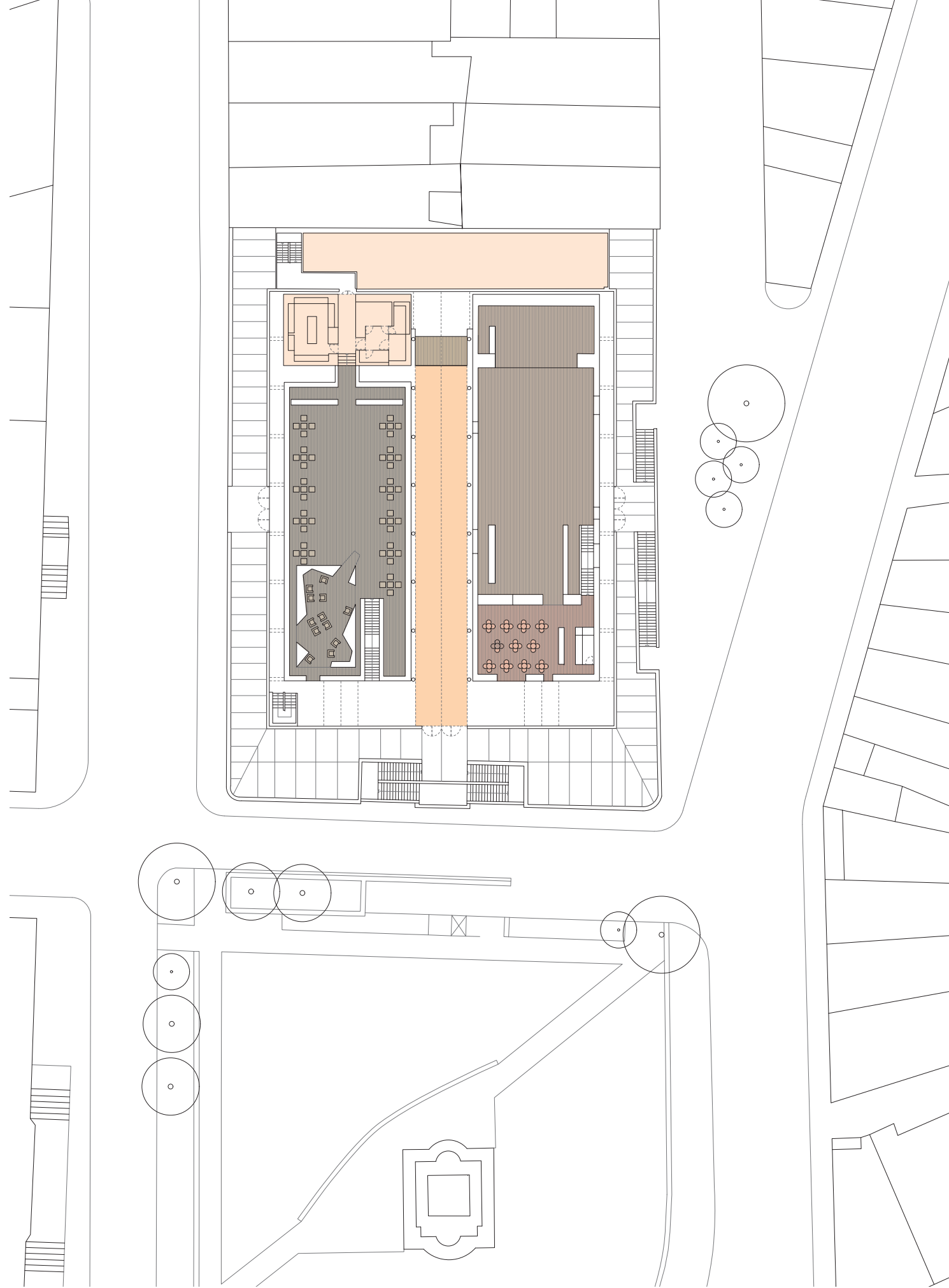
Figura 119. Espaço polivalente do Mercado Ferreira Borges.

<https://www.hardclubporto.com/PT/o-hard-club/>

Figura 120. Pequena Feira no Mercado Ferreira Borges.

<https://www.pinterest.pt/pin/302515299944177907/>





A última reabilitação à qual o mercado foi sujeito realizou-se em 2009, com o projeto da autoria do arquiteto Francisco Aires Mateus. (Figura 117) Esta reabilitação surgiu na sequência de um concurso público realizado pela CMP, inserido numa política de privatização de equipamentos públicos promovida pelo presidente da Câmara Rui Rio.

As obras de reabilitação transformaram o espaço de mercado no atual *Hard Club*¹²³, cuja concessão está entregue por vinte anos. A reabilitação manteve toda a fachada original do edifício, de forma a garantir a sua imagem enquanto equipamento de valor patrimonial da cidade. No interior do mercado são construídos dois corpos de diferentes alturas (Figura 118), o mais alto alberga a sala de concertos, performances e eventos, e a sala principal, apoiada por um bar e instalações sanitárias. O corpo mais baixo é servido por uma cafetaria e é composto por uma sala pequena para concertos intimistas, a solo e projeções de vídeos (Peres, s/d):

“As salas do Hard Club, estão vocacionadas para responder às mais variadas solicitações, desde Congressos, Seminários, Palestras ou Colóquios. Com 1000 lugares, no caso da Sala 1, ou 300 na Sala 2, constituem a solução ideal para quem procura um espaço flexível e de qualidade.”. (Hard Club, 2017)

O corpo principal do Mercado Ferreira Borges é o espaço que circunda os dois corpos e possui um carácter polivalente, acolhe exposições, instalações artísticas (Figura 119) e também dá lugar a pequenas feiras e mercados (Figuras 120), como idealizado no projeto original do edifício. A esplanada beneficia da vista sobre a ribeira e o rio Douro. Procedeu-se ao desenho de um novo anexo localizado a norte, para servir de arrumos, balneários, camarins e arquivos, e que assegura a ligação do palco principal à sala do *Hard Club* e ao estúdio de gravação. (Peres, s/d)

O novo Mercado Ferreira Borges foi inaugurado em 2010, com um novo programa que vai ao encontro das necessidades dos novos utilizadores e da cidade. O projeto foi feito para se adaptar ao espaço já existente e tem o cuidado de ser adaptável, pela inserção dos volumes no interior, não alterando as características do edifício. O Mercado contribui para uma vasta oferta cultural e turística, provando a sua capacidade de regeneração e enquanto gerador de novas vivências:

123 “*Hard Club* – Turismo de Animação Cultural obteve, por 20 anos, o direito de superfície do Mercado Ferreira Borges, inaugurado ao público em Setembro de 2010”. Disponível em <https://hardclubporto.com/PT/o-hard-club/>. Consultado a 9 janeiro 2020.

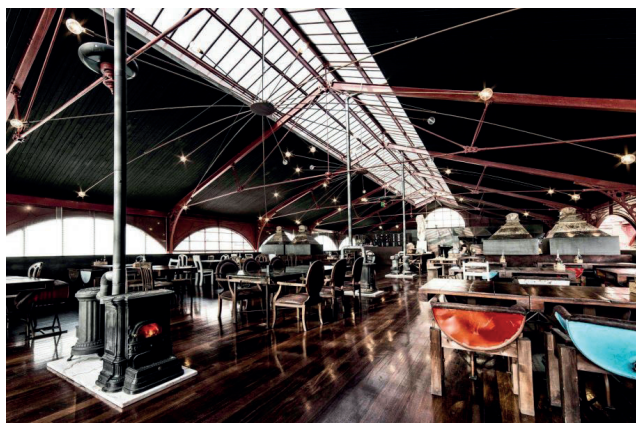


Figura 121. Restaurante do Mercado.
<https://www.hardclubporto.com/PT/o-hard-club/>

Figura 122. Mercado Ferreira Borges, 2020.
Autoria própria

Figura 123. Mercado Ferreira Borges, 2020.
Autoria própria

“Nos 3 primeiros anos de actividade no Mercado Ferreira Borges, o Hard Club recebeu: 1300 eventos, 3000 artistas (dos quais 2400 nacionais e 600 internacionais), 40 nacionalidades, 500 concertos, 350 noites de música electrónica, 200 sessões de cinema, 400 eventos de entrada livre, 120 feiras e exposições, 150 eventos de teatro/dança, 50 eventos educativos e actividades corporativas de grandes empresas nacionais.”. (Hard Club, 2017)

O edifício é dotado ainda de um restaurante no piso superior (Figura 121), envolvido por um ambiente descontraído e acolhedor e com uma vista privilegiada sobre o Douro. Segundo Pedro Bismarck (2008), o êxito do projeto resultou em grande parte do carácter eminentemente urbano, “um processo claro, de intenções objectivas, mas que não fica (e isso é o mais importante) limitado às paredes do mercado Ferreira Borges, mas que vai para além delas, ao encontro da cidade e de um contexto mais alargado.”. (Bismarck, 2008)

Esta área da cidade, essencialmente direccionada a turistas, ganhou um novo polo que não se evidencia apenas pela aparência e memória do lugar, mas também pelo novo programa. Continua a ser um edifício aberto à cidade, é um espaço dedicado à música já (re)conhecido pelos portuenses e ganhou uma nova utilidade quando foi concessionado ao *Hard Club*. (Figuras 122 e 123)



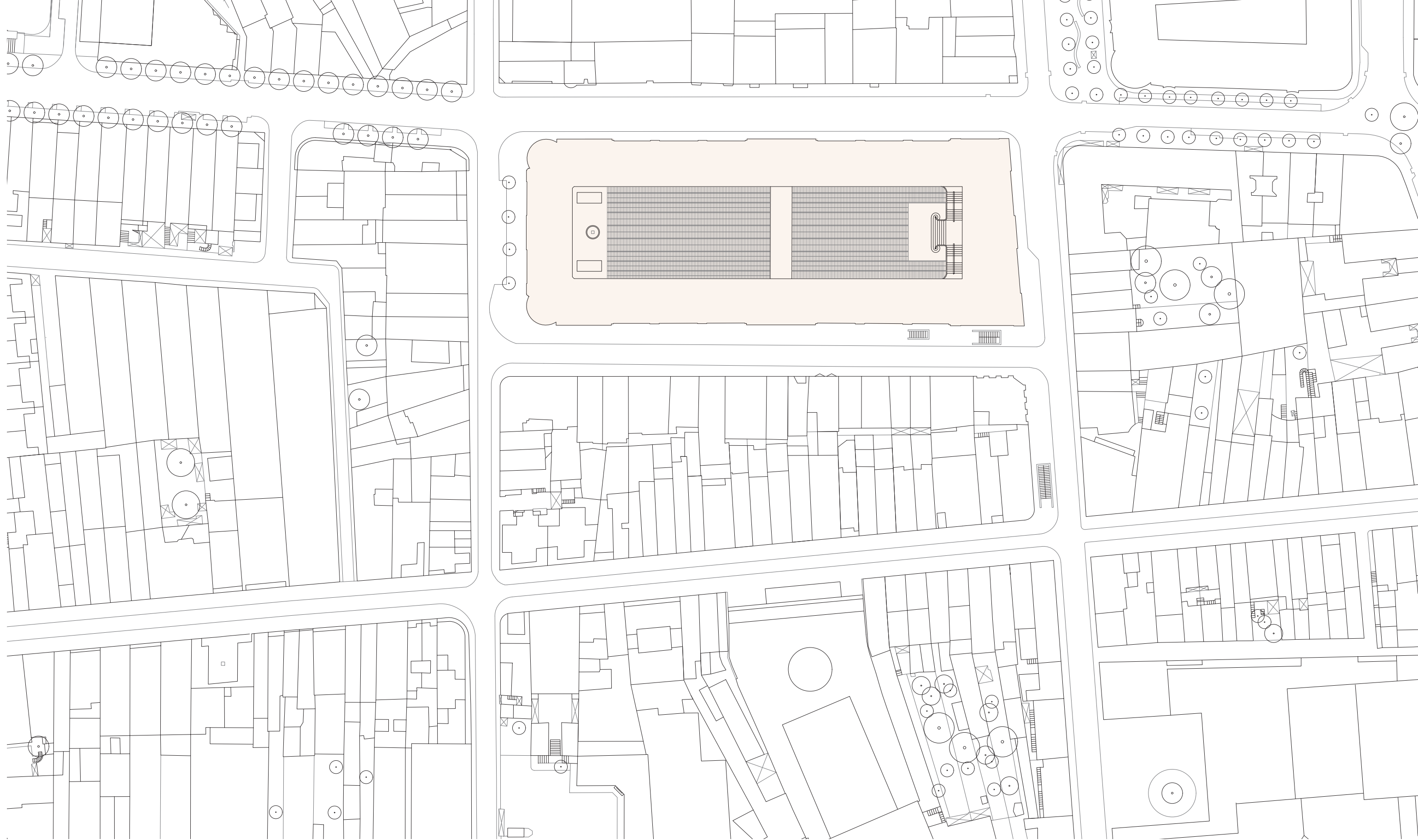


Figura 124. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado do Bolhão.

Autoria própria

Figura 125. Planta de localização do Mercado do Bolhão. Escala 1/1000.

Autoria própria



3.2.2.

O MERCADO DO BOLHÃO, 1914 | 2016

O Mercado do Bolhão foi construído em 1914¹²⁴ pelo Arquiteto António Correia da Silva e é um dos mais antigos e emblemáticos mercados da cidade do Porto. (Figura 124) Sofreu bastantes intervenções no decorrer dos anos, como nos anos de 1990 com a implementação do Plano Geral de Melhoramentos, que veio substituir o Plano de Melhoramentos de 1881¹²⁵.

O edifício original está marcado por uma arquitetura neoclássica, com uma conjugação entre betão e estrutura metálica, cobertura em madeira e cantarias em pedra granítica. Apresenta uma planta retangular que ocupa todo o quarteirão de implantação. (Figura 125) É composto por dois pisos conexos por escadas e por um grande terrado¹²⁶ central onde funcionava o mercado de frescos. Projetado em torno de um chafariz de quatro bicas, o terrado estava dividido em dois espaços através da galeria coberta, que não advinha do projeto original, mas dos anos quarenta do século XX. Os torreões localizados nas extremidades do edifício marcavam a sua monumentalidade. O Bolhão, devido ao terreno inclinado onde está implantado, possui quatro entradas a diferentes cotas, a entrada sul permite ainda o acesso ao piso térreo pela Rua Formosa, as entradas laterais pela Rua de Sá da Bandeira e pela Rua Alexandre Braga dão acesso a um patamar intermédio com escadas que permitem a circulação entre os pisos, e finalmente, a entrada norte pela Rua de Fernandes Tomás, permite o acesso direto ao piso superior. (Serenó, 1996)

Por se localizar num terreno pantanoso que formava um “bolhão de água” (Marçal, 1967), o edifício teve sempre problemas de instabilidade. A primeira tentativa de intervenção decorreu em 1990, no lançamento de um concurso internacional pela Câmara Municipal do Porto.

124 O primeiro projeto para o Mercado foi realizado em 1837 pelo Arquiteto Joaquim da Costa Lima Júnior e aberto ao público em 1839. A construção deste Mercado tinha por objetivo albergar todos os mercados da cidade com exceção do mercado da Ribeira e do Anjo.

Em 1910 surge, da autoria do Arquiteto Casimiro Barbosa, o anteprojeto, que previa o revestimento da praça do mercado existente. Este projeto foi abandonado.

Para efeitos desta dissertação é considerada a data de 1914 como data de construção do Mercado, por se tratar do edifício do atual mercado.

125 Sobre a história do Mercado do Bolhão, consultar: Nonell, A. (org.). (1992). *O Mercado do Bolhão: estudos e documentos*. Porto, Câmara Municipal do Porto, Pelouro dos Mercados Equipamentos e Serviços Técnicos.

126 Piso Térreo. Termo utilizado para fazer referência ao piso térreo do edifício.



Figura 126. Mercado do Bolhão, 1992.

<https://joaquimmassena.com/projeto6258.html?id=21>

Figura 127. Mercado do Bolhão, 1992.

<https://joaquimmassena.com/projeto6258.html?id=21>

Figura 128. Mercado do Bolhão, 1992.

<https://joaquimmassena.com/projeto6258.html?id=21>

Este concurso realizou-se em conjunto com a Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto (FAUP), para a elaboração de um documento que servisse de base aos projetos de reabilitação.

A segunda tentativa decorre em 1992 (Figuras 126 e 127), quando a proposta de projeto do *atelier* Joaquim Massena Arquitetos ganhou o concurso público internacional. (Massena, 2019a) Esta intervenção estava prevista ser desenvolvida entre 1996 e 1998 e pretendia ter articulação com o sistema do Metro do Porto, mantendo o caráter do património e as características de praça aberta.

O projeto previa manter o edifício original intacto, e trabalhar apenas as estruturas degradadas, acessibilidades e acrescentar as infraestruturas necessárias. Pretendia manter o mercado como ícone de comércio tradicional da cidade e a praça aberta com abrigos pontuais, “a galeria existente para o sector de restauração alimentar, apelativa e representativa da gastronomia da região com esplanada coberta e do meio restante a galeria daria apoio a um sector de comércio livre, não alimentar, onde nas paredes envolventes seriam colocados os painéis alegóricos.”. (Massena, 2019a) Ia proceder-se também à construção de uma galeria intermédia destinada a espaços comerciais e o terrado seria mantido com a mesma composição, destinado à venda de produtos alimentares. (Figura 128) Este projeto pretendia dotar o edifício de novas infraestruturas, novos meios de mobilidade, como é o caso de elevadores e escadas rolantes, e finalmente acrescentar uma cave e parque de estacionamento. (Massena, 2019a)

Durante o processo de projeto, o arquiteto montou um gabinete no mercado, por achar que o projeto devia ser um trabalho público, e lá permaneceu durante dois anos. (Massena, 2009c, p. 45-47) Neste espaço, havia exposições permanentes e temporárias, estudos e existia discussão pública com quem lá passava (Massena, 2009c, p. 45), “arquitetura é aquilo que pode dar vida, a arquitetura é para as pessoas. Deve ser pensada em função desses justos interesses que as pessoas têm.”. (Massena, 2009c, p. 46) Existia, assim, a clara vontade de relação entre o arquiteto e quem habitava o mercado e de dar resposta a todas as necessidades dos utilizadores, bem como tornar este mercado um polo atrativo e potenciador de usos. No projeto, estavam também contemplados na parte central e escadaria, espaços culturais destinados a eventos formais e informais:

Holandeses da Tramcrone investem 50 ME no Mercado do Bolhão

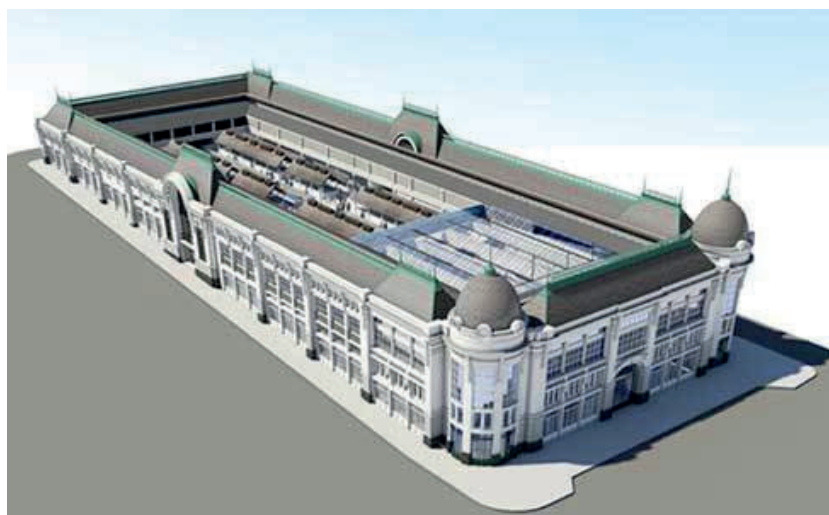


Figura 129. Título de notícia: “Holandeses da Tramcrone investem 50 ME no Mercado do Bolhão”.
https://www.rtp.pt/noticias/economia/holandeses-da-tramcrone-investem-50-me-no-mercado-do-bolhao_n90144

Figura 130. *Render* da proposta apresentada pela TCN.
<https://tvi24.iol.pt/porto/mercado/bolhao-a-maior-derrota-politica-de-rui-rio>

“[...] são dois espaços tratados como espaços teatrais, de eventos ligados à música, ao cinema, ao teatro, são pólos atractivos extra comércio. Todo aquele cenário é muito importante, podendo recriar espaços excelentes. Na parte baixa da rua Sá da Bandeira localizar-se-á o museu que pode albergar exposições permanentes/temporárias. Ao lado existirão lojas âncoras, onde iriam estar ateliers ligados ao cinema, ao teatro, ao design etc. do um conjunto de espaço que pretendiam criar e puxar a si momentos sociais e culturais.” (Massena, 2009c, p. 47)

No entanto, o projeto nunca chegou a ser construído, devido à falta de financiamento da CMP. Com o passar dos anos, o nível de degradação do edifício foi-se intensificando pela falta de manutenção, tendo sido considerado em 2006, obsoleto e desatualizado. Nesse mesmo ano, a CMP, sob presidência de Rui Rio, abre novo concurso público internacional, “para a concepção, construção e exploração do Mercado do Bolhão, a que concorreram o Grupo Amorim e a empresa holandesa TramCroNe (TCN).

A proposta do grupo holandês foi aprovada pela Assembleia Municipal a 21 de Janeiro de 2008, numa votação disputada¹²⁷ e, dois dias depois, foi assinado o contrato entre a Câmara do Porto e a TCN.” (Lusa, 2008) (Figura 129)

Esta empresa teria a concessão do mercado durante 50 anos, em linha com as políticas de privatização já referidas nesta dissertação¹²⁸. O novo projeto previa um maior impacto no interior do edifício, tanto a nível estrutural como funcional (Figura 130):

“O “novo” Mercado do Bolhão vai manter a traça original e partilhar a área comercial tradicional com novas lojas, cerca de metade das quais de cultura, lazer e restauração. A Tramcrone vai construir dois pisos subterrâneos para cargas e descargas e estacionamento, com capacidade para 216 automóveis, e um piso intermédio entre os dois actuais pisos comerciais. A restauração e o comércio tradicional vão ficar instalados no segundo piso, com entrada pela Rua Fernandes Tomás, a céu aberto, mas com cobertura amovível “para os dias de maior invernia”. Os pisos zero e um, ambos cobertos, vão receber lojas “âncora” e de conveniência. Nos torreões do edifício, vão ser criadas pequenas

127 Contando com 27 votos a favor e 26 contra. (Lusa, 2008)

128 Conferir, por exemplo, o caso de estudo do Mercado Ferreira Borges.

Bolhão: Câmara do Porto anula adjudicação à TCN

20 milhões de euros para reabilitar o Bolhão. Projeto mantém a traça original e mercado de frescos



Figura 131. Título de notícia: “Bolhão: Câmara do Porto anula adjudicação à TCN”.

<https://expresso.pt/feeds/lusa/lusaeconomia/bolhao-camara-do-porto-anula-adjudicacao-a-tcn-actualizada=f406805>

Figura 132. Título de notícia: “20 milhões de euros para reabilitar o Bolhão. Projeto mantém a traça original e mercado de frescos.

<https://www.porto.pt/pt/noticia/20-milhoes-de-euros-para-reabilitar-o-bolhao--o-projeto-mantem-a-traca-original-e-mercado-de-fresco>

Figura 133. Apresentação do novo projeto para o Mercado do Bolhão, 2015.

<https://www.porto.pt/pt/noticia/20-milhoes-de-euros-para-reabilitar-o-bolhao--o-projeto-mantem-a-traca-original-e-mercado-de-fresco>

habitações complementares ou serviços compatíveis, nomeadamente para utilização pelos comerciantes.” (Lusa, 2007)

Esta proposta não foi bem aceite pelos comerciantes, uma vez que a empresa previa a demolição de todo o interior do edifício para proceder à construção de um hipermercado, *shopping* e zona de restauração. Isto implicava que os comerciantes perdessem o lugar no mercado e que um dos mais antigos mercados abastecedores do Porto deixasse de existir. Também muitos portuenses, entre eles muitos arquitetos, acompanharam a visão dos comerciantes: “O Mercado do Bolhão é um ícone para a cidade. Esta intervenção que está a ser feita de restauro profundo é, na verdade, uma demolição profunda.” (Massena, 2019b) Em virtude da pressão pública e do programa apresentado não respeitar a função principal do mercado, nem salvaguardar os direitos dos comerciantes, em 2008 a Câmara Municipal do Porto decide assim romper o contrato com a TCN. (Figura 131)

Em 2009, o projeto de reabilitação foi entregue ao Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico (IGESPAR), que defendia o resgate da proposta de Joaquim Massena. É, no entanto, no ano de 2015, sob presidência de Rui Moreira, que é lançado o convite ao *atelier* Nuno Valentim Arquitectos para a reabilitação. (Figuras 132 e 133)

Este projeto foi aprovado por unanimidade, sendo a obra que está atualmente a decorrer no Mercado:

“O projecto para o Bolhão surgiu a partir de um convite da Câmara Municipal do Porto, com todas as limitações que o facto de ser um convite impõe. Eu sou apenas o autor do projecto geral de arquitectura. A câmara manteve-se como coordenadora do projecto. Foram sensivelmente dois anos de desenvolvimento do projecto em que um dos temas mais difíceis foi precisamente o acesso a uma cave logística que foi necessário fazer no centro do terrado, sem tocar na colunata periférica existente, para permitir as cargas e descargas, a oxigenação e o funcionamento do mercado de frescos municipal. A partir do momento em que o presidente da câmara, Rui Moreira, corajosamente assume manter radicalmente o mercado de frescos municipal a funcionar ali, sem nenhuma concessão, nós não podemos falhar com este objectivo.”. (Valentim, 2018)

Sendo um edifício histórico, classificado em 2006 como Imóvel de Interesse Patrimonial e, em 2013, como Monumento de Interesse Público, a abordagem consiste em modernizar sem



Figura 134. Conjunto de *Renders* do projeto para o novo Mercado do Bolhão.
<https://www.porto.pt/pt/noticia/20-milhoes-de-euros-para-reabilitar-o-bolhao--o-projeto-mantem-a-traca-original-e-mercado-de-fresco>

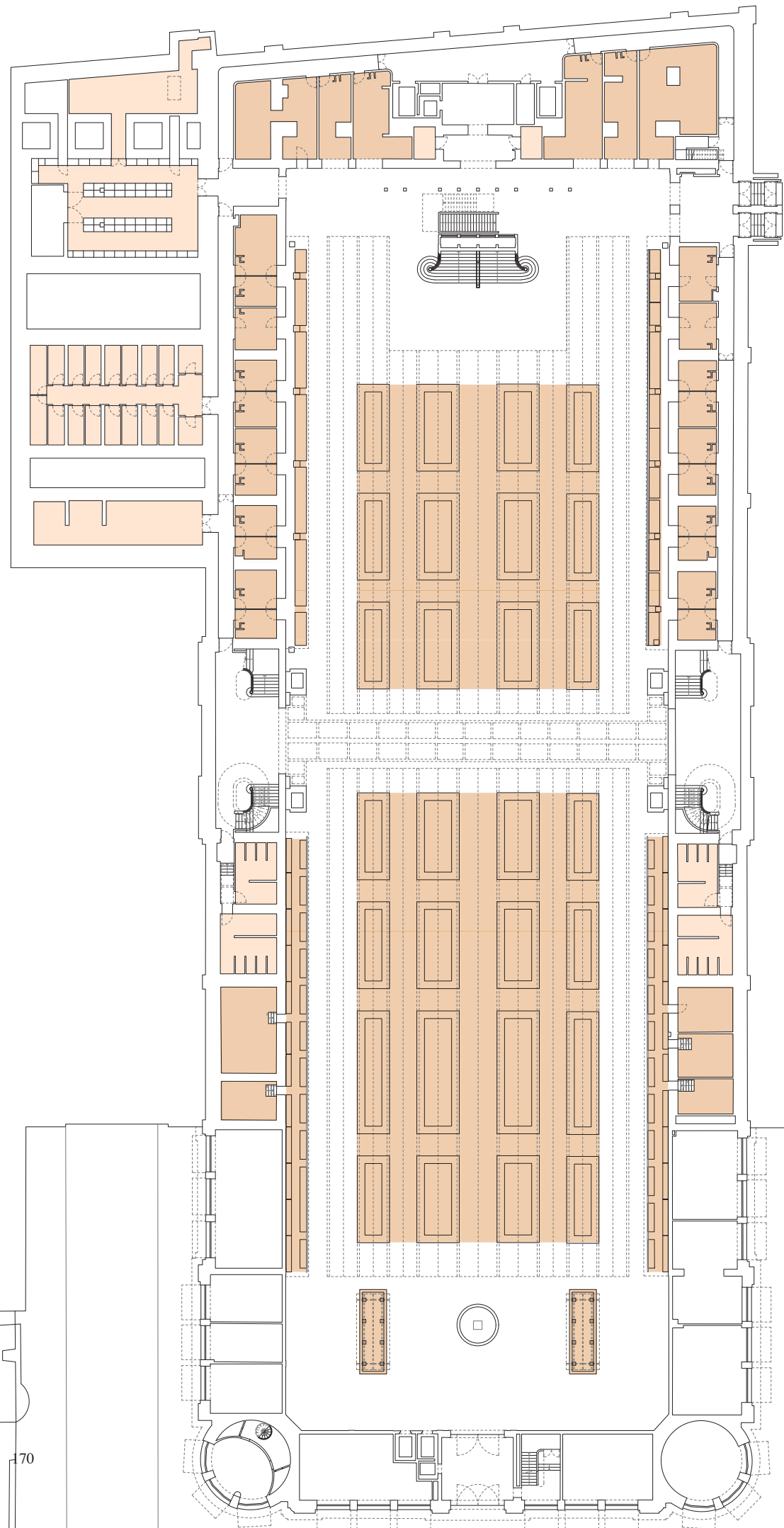
Figura 135. Planta Piso 0 do novo Mercado do Bolhão.

<http://abanca-tebolhao.goporto.pt/bancas/documentos-do-concurso-bancas>

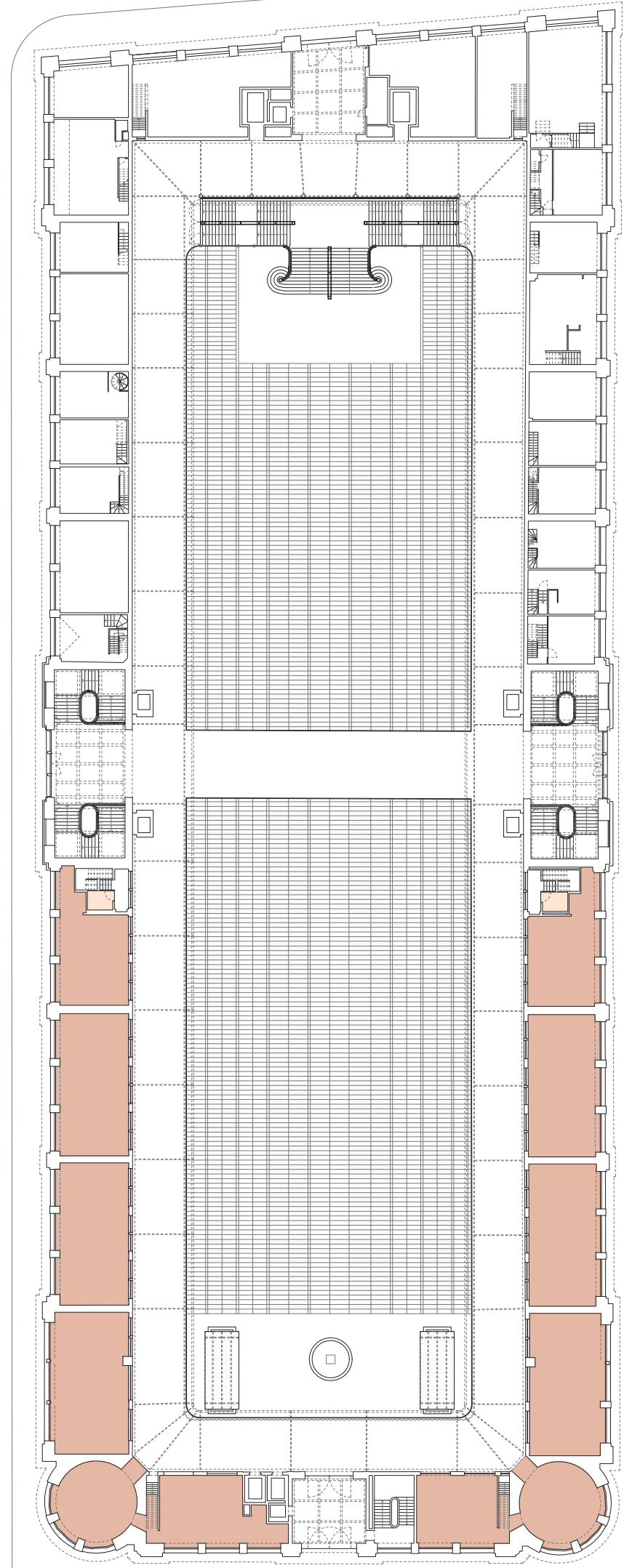
Figura 136. Planta Piso 2 do novo Mercado do Bolhão.

<http://abanca-tebolhao.goporto.pt/restaurantes/documentos-do-concurso-restaurantes>





- Polivalente
- Escitórios
- Lojas
- Hotel
- Sala de Concertos
- Restaurantes/Cafetarias
- Bancas de Frescos
- Serviços



retirar qualquer característica ao edifício. As obras de reabilitação passam primeiramente por assegurar a estrutura e estabilizá-la, com o desvio da linha de água, seguindo as obras no túnel de acesso ao Mercado e, finalmente, a reabilitação do edifício.

O arquiteto reforça que, com a atual intervenção, o edifício ganha a dignidade que tinha outrora, em diálogo com os arruamentos e com a cidade envolvente e respeita a linguagem original. O Bolhão desde a sua praça aberta tem cinco ruas de comércio, que este projeto mantém de anfiteatro para expor os seus produtos. (Valentim, 2016)

O novo projeto do Bolhão prevê a instalação de infraestruturas que respondem às exigências dos seus trabalhadores, de modo a garantir a sua segurança e conforto. A instalação de aquecimento é uma medida fundamental e prevista também na obra, como a instalação de coberturas no piso inferior para os produtos, comunicação direta com o metro e cave técnica com acesso para cargas e descargas a partir da Rua de Alexandre Braga. Estas intervenções têm como objetivo devolver ao mercado o seu valor patrimonial e dignidade. Assim, esta intervenção pretende reabilitar o edifício e não construir ou desconstruir. (Figura 134)

A intenção de manter a imagem original do edifício é evidente na proposta de projeto apresentada. A estrutura foi toda alterada, uma vez que a pré-existente se encontrava em grande estado de degradação, mas a materialidade do edifício foi mantida e preservada e os novos elementos coexistem com os originais.

A nível programático, o objetivo principal é que este seja o mercado de frescos municipal, fornecendo os seus habitantes e os restaurantes que se localizam nas imediações, e passa a contar com 111 bancas, todas transferidas para o piso inferior. (Figura 135) O piso superior conta com trinta e oito lojas e dez restaurantes com entrada pela Rua de Fernandes Tomás, e pretende-se que estes possam ser consumidores dos produtos do mercado. (PortoPonto, 2019) (Figura 136)

São programadas novas ligações com as ruas da cidade e com o Metro, para uma melhor articulação com o terrado. O projeto contempla ainda novas acessibilidades, como o caso de elevadores nos torreões do edifício.

Para verificar que o Mercado responde a todas as necessidades dos seus comerciantes, estes foram considerados uma prioridade no decorrer do projeto e da obra, através de reuniões com o Gabinete do Mercado do Bolhão. Foi necessário conhecer os comerciantes para que



Figura 137. Mercado Temporário do Bolhão, 2020.

Autoria própria

Figura 138. Interior do Mercado Temporário do Bolhão, 2020.

Autoria própria

a regeneração do mercado começasse (Meirinhos, 2016), iniciando-se assim um processo participado por todos e com todos, pois, tal como a CMP afirma, o “Bolhão é: Manuela, Emília, Marília, Ermelinda, Arminda, Lucinda, Rosa, Carlos, Manuel...e outros tantos, e mais... é o Porto Ponto.”. (CMP, 2015).

Foi decidido, desde o início do projeto, que o Bolhão continuaria um mercado de frescos, que todos os comerciantes que o desejassem iriam ficar e que estaria assegurada a sua continuidade no mercado. O processo passou, assim, por entrevistas individuais a cada comerciante, de forma a explicar as transformações do mercado. Após dois meses de trabalho, o Gabinete do Mercado do Bolhão instalou-se no edifício para garantir que todo este trabalho era realizado de forma serena para todos. A CMP, através do Gabinete do Mercado do Bolhão, fez um trabalho exaustivo para promover a comunicação entre os comerciantes e as entidades responsáveis pelas intervenções e promoveu a discussão pública em vários momentos do projeto:

“O processo de negociação com os comerciantes e inquilinos do Mercado do Bolhão está concluído. Envolveu, desde setembro de 2014, a realização de mais de 740 reuniões individuais, conduzidas pelo Gabinete do Mercado do Bolhão, sem contabilizar as reuniões organizadas em grupo.”. (Meirinhos, 2016).

Segundo Francisco Rocha do Gabinete do Mercado do Bolhão (2016), o processo foi estruturado de modo a garantir a continuidade de todos os comerciantes, e a prioridade foi dada aos residentes e não aos turistas, provando que o objetivo principal era responder às necessidades das pessoas do Porto. (Rocha, 2016)

Foi criado um Mercado Temporário do Bolhão para garantir que durante o tempo de obra no mercado os comerciantes tivessem oportunidade de continuar a trabalhar (CMP, 2017c), no centro comercial *La Vie*, próximo do Bolhão e da estação de Metro. (Figura 137) A localização permitiu a fácil deslocação, tanto dos comerciantes como dos utilizadores, de um mercado para o outro. Neste mercado são efetuadas iniciativas aos sábados, de forma a atrair os portuenses ao local e a promover o consumo de produtos nacionais e frescos, e contribui também para o não esquecimento do Mercado Bolhão original. (Figura 138)

A CMP preocupou-se ainda em manter os direitos históricos dos comerciantes, a fim de lhes garantir estabilidade durante a reabilitação e, mais tarde, no regresso ao Bolhão.



Figura 139. Imagem do concurso público para os espaços livre do Mercado do Bolhão.
<http://abanca-tebolhao.goporto.pt>

Assim, procurou manter os vendedores que lá estavam, alargando os direitos sucessórios aos descendentes diretos, procedendo a reuniões individuais com cada comerciante. (CMP, 2017c) Porém, alguns comerciantes não vão continuar no mercado tradicional quando este reabrir. No total, cerca de 100 comerciantes (incluindo as bancas do interior e inquilinos do exterior) querem regressar ao restaurado Mercado do Bolhão, o que corresponde a uma taxa de adesão de 84%. Apenas 40 comerciantes optaram pela não continuidade. (CMP, c2017c)

Como se pode verificar, tanto no projeto de Joaquim Massena, como no projeto de Nuno Valentim, existiu diálogo, tanto entre o arquiteto e os comerciantes, como entre o Gabinete do Mercado do Bolhão e os seus comerciantes, respetivamente. Há uma preocupação em colaborar e manter os comerciantes a par de todo os processos, revitalizar o mercado e torná-lo num elemento central da cidade, recuperando a sua importância como elemento estruturador da malha urbana.

Ainda não se pode refletir sobre o mercado do Bolhão atualmente, uma vez que este ainda se encontra em obras de reabilitação e restauro. No entanto, em outubro deste ano de 2020, foi lançado o concurso público *abanca-te ao bolhão*¹²⁹ (Figura 139) para atribuição de licenças de utilização de bancas, contratos de utilização de restaurantes e de arrendamento comercial de lojas no mercado restaurado e modernizado. (GO Porto, 2020) Este concurso pretende atribuir os espaços disponíveis, de forma a garantir a sua ocupação total. Durante este processo foram realizadas sessões de esclarecimento abertas a todos os interessados, e divulgadas na internet como meio para chegar ao máximo número de potenciais utilizadores.



129 Para mais informações sobre este tema consultar: <http://abanca-tebolhao.goporto.pt>





Figura 140. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado da Foz do Douro.

Autoria própria

Figura 141. Planta de localização do Mercado da Foz do Douro. Escala 1/1000.

Autoria própria



3.2.3.

O MERCADO DA FOZ DO DOURO, 1944 | 2020

O Mercado da Foz do Douro distingue-se pela sua escala, que é significativamente menor, quando comparado com os restantes casos de estudo, sendo que o seu número de comerciantes e lojistas é também menor. (Figura 140) Foi contruído em 1944 e localiza-se na Foz do Douro, a poucos metros do mar e da Praça do Império. (Figura 141) A sua relação privilegiada com o mar e a proximidade a antigos campos agrícolas fez que este fosse, durante muitos anos, o mercado abastecedor daquela área da cidade permitindo “os agricultores escoarem os produtos.” (Alves, Monteiro, 2018)

Este mercado surge da necessidade de dotar a cidade de mais mercados nas periferias “na perspectiva de ordenamento urbano da cidade” (Boletim Cultura, 1989-90, p. 364) com “a construção de mercados na proximidade da Praça da Ribeira e na Foz e «a seu tempo outro na Boavista».”. (Boletim Cultura, 1989-90, p. 364) Devido à sua escala, favorece o contacto próximo entre comerciantes e clientes e prova ser um edifício fundamental para a animação e revitalização daquela zona da cidade, numa altura em que começam a surgir as grandes superfícies e outras formas de comércio (Figura 142):

“Quando a palavra de ordem na Europa é a da revitalização do centro da cidade, importa entender a defesa do aparelho comercial duma forma integral, que passa pela peatonização das vias, pela animação dos espaços, pela flexibilização comercial favorecedora do mercado, da feira, do comércio ambulante.”. (Boletim Cultura, 1989-90, p. 365)

No entanto, devido à construção de super e hipermercados, e pelo facto de campos agrícolas terem dado lugar a novas construções na Foz, o Mercado da Foz do Douro vê-se em 1953 com uma diminuição do fluxo de clientes. Nesse ano, o edifício é entregue à Junta de Freguesia em regime de concessão, com o objetivo de ser evitado o seu encerramento. (Lusa, 2014)

Em 2014, o *atelier* AT MOMO, ganha o concurso para a reabilitação do mercado e este é alvo de intervenções de manutenção e revitalização. (Figura 143 e 144) Atualmente, tem um programa híbrido entre mercado de frescos e outros negócios, como restauração



Figura 142. Mercado da Foz do Douro, 1945.

<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/266224/?q=mercado+foz+do+douro>

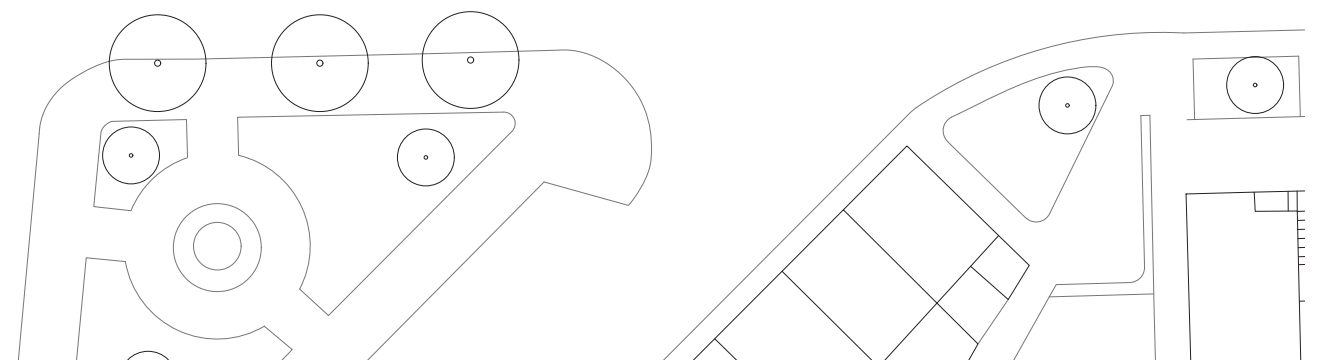
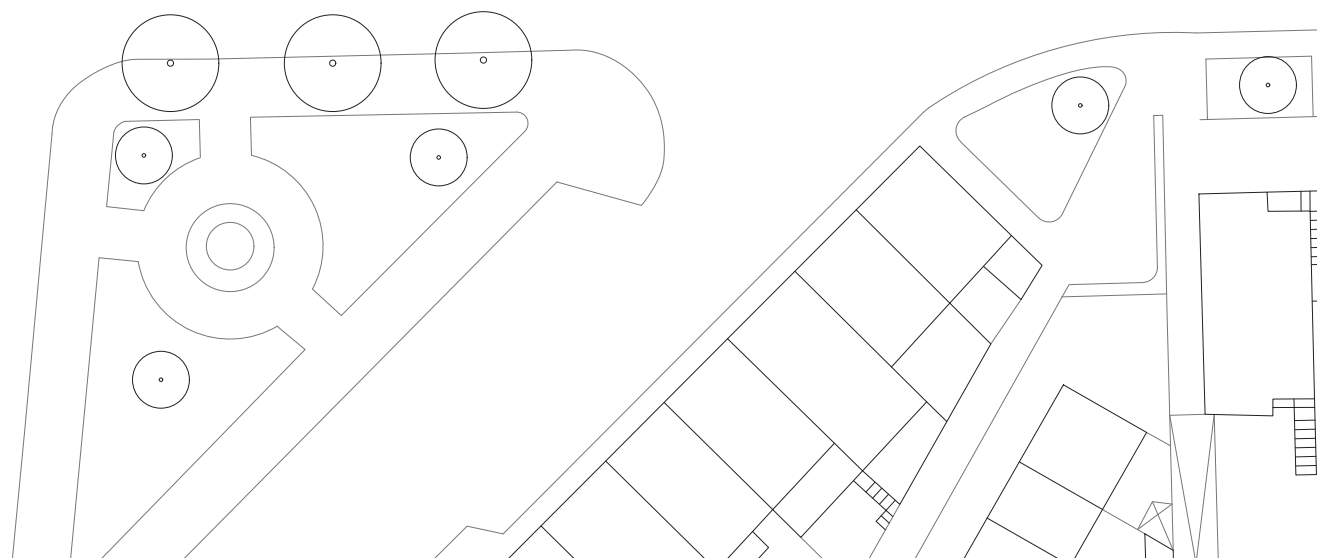
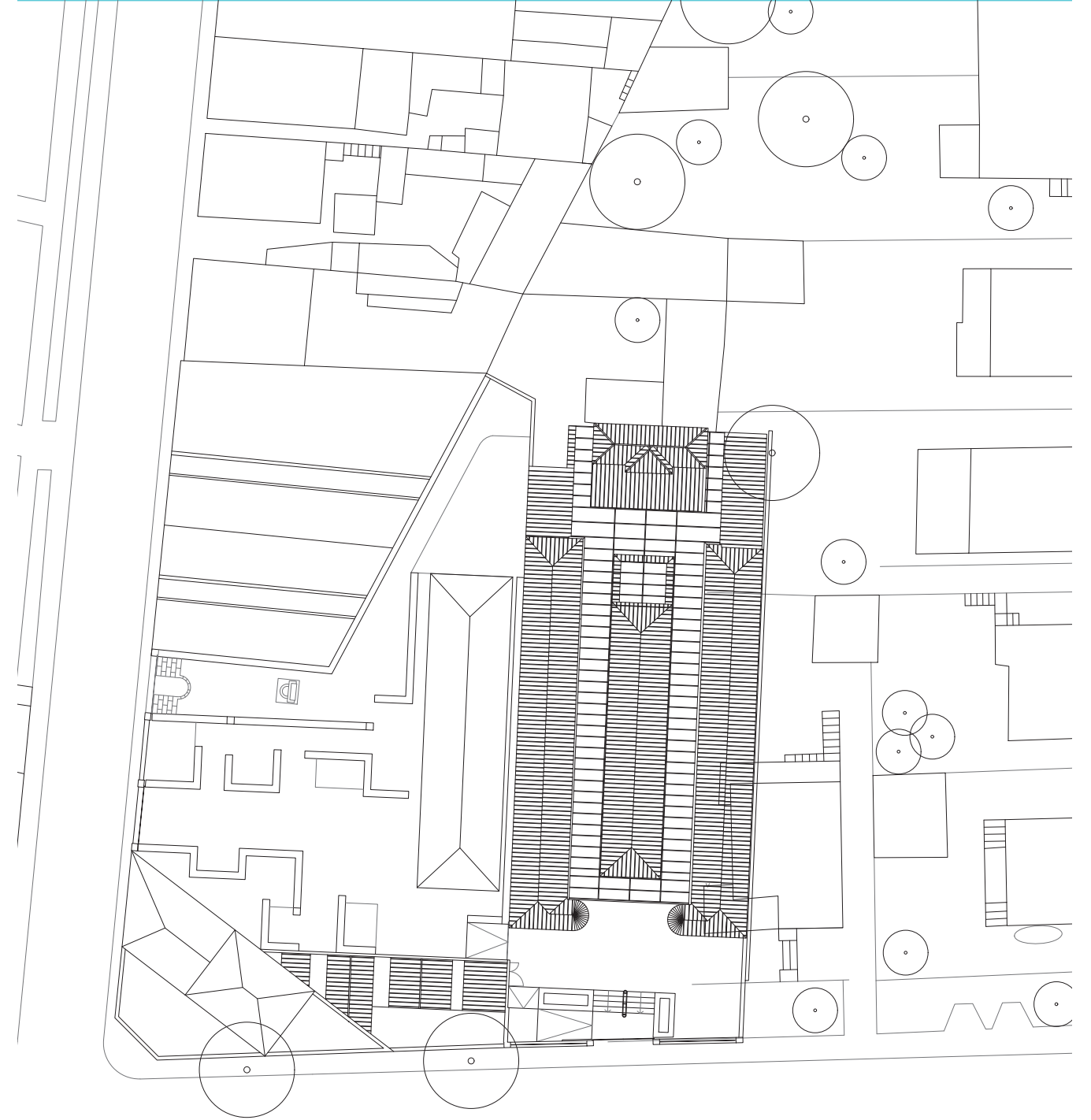
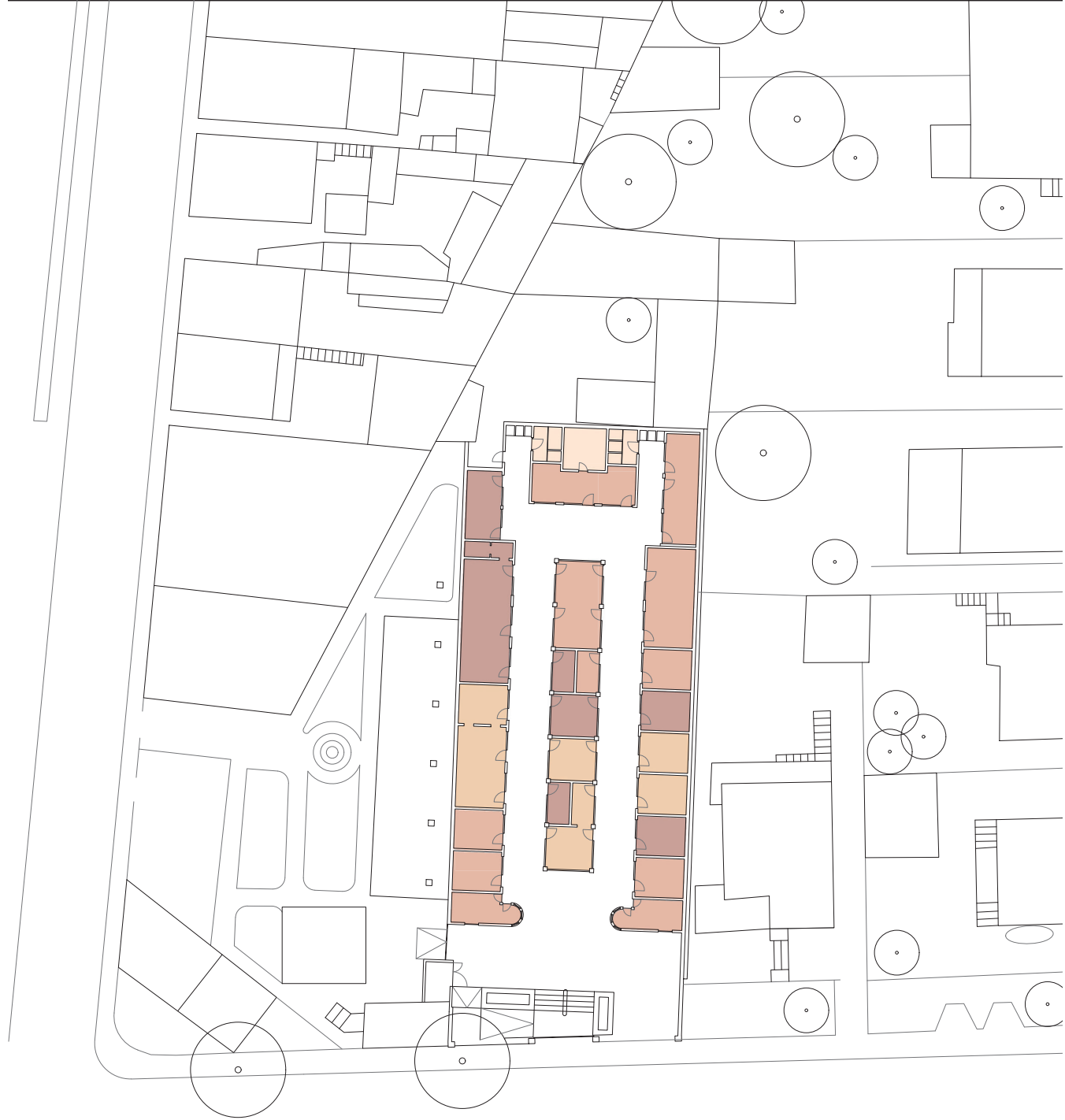
Figura 143. Mercado da Foz do Douro, com projeto de reabilitação apresentado.

<https://www.viajecomigo.com/2016/11/20/mercado-da-foz-porto/>

Figura 144. Mercado da Foz do Douro antes das obras de reabilitação.

Imagem gentilmente cedida pelo Arquiteto Luís Moreira





- Polivalente
- Escit6rios
- Lojas
- Hotel
- Sala de Concertos
- Restaurantes/Cafetarias
- Bancas de Frescos
- Servi7os

Figura 145. Planta do Mercado da Foz do Douro ap6s interven76es. Escala 1/500.

Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquitecto Luis Moreira

Figura 146. Planta do novo projeto para o Lavadouro da Ervilha. Escala 1/500.

Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquitecto Luis Moreira

e pequenas lojas de comércio e serviços. As obras dotaram o mercado de uma nova rede de saneamento, foi ainda construída uma nova cobertura e efetuou-se a alteração da rede elétrica existente.

Para Nuno Ortigão, presidente da União de Freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde, este mercado tinha que se manter como mercado de frescos, “com preferência para pequenos negócios familiares, alguns deles já existentes na União de Freguesias, de modo a privilegiar os negócios de pequenos empreendedores”. (Ortigão, 2014) Deve assim tornar-se um espaço mais urbano, onde seja possível a coexistência de um mercado tradicional com lojas de produtos *gourmet*, pequenos restaurantes e outros serviços. (Figura 145) Interessa com esta reabilitação, atrair novos clientes e outro público, porque antes da intervenção, os clientes que se deslocavam ao mercado eram clientes já fidelizados:

“Um dos principais objetivos sempre foi tornar o mercado mais apelativo, isto porque havia um problema de abandono. [...] Algumas lojas estavam vazias e muitos negócios não estavam a funcionar. Alterou-se também a entrada, com o desmantelamento do varandim, para que o mercado ficasse mais visível do exterior. [...] Montaram-se duas esplanadas, tirou-se o amianto dos telhados, as fachadas foram modernizadas e criou-se uma nova galeria técnica para substituir o quadro elétrico que estava completamente obsoleto. Da lista das alterações, espaço ainda para construção de novos cacifos, melhores e mais funcionais e alargamento do horário de funcionamento (aberto todos os dias até às 22 horas e às sextas e sábados até à meia-noite)”. (Vieira, 2018)

Após esta fase de intervenções, a Junta de Freguesia, juntamente com o *atelier* AT MOMO, responsável pelas primeiras alterações, propôs a expansão do Mercado para o Lavadouro da Ervilha, (Figura 146) para a instalação de duas novas instalações sanitárias e uma nova área de restauração, uma vez que a existente se encontra sempre bastante cheia. No entanto, é assegurada a continuidade do funcionamento do lavadouro:

“Salvaguardado ficará o funcionamento dos tanques que lá existem e que ainda são usados. A missão passa por continuar a fazer do Mercado um espaço multi-serviços como sempre foi, sem perder a identidade e preservando a área de frescos.”. (Ortigão, 2018)



Figura 147. Interior do Mercado da Foz do Douro, 2020.

Autoria própria

Figura 148. Entrada para o Lavadouro da Ervilha, 2020.

Autoria própria

Figura 149. Novo restaurante e esplanada do Mercado da Foz do Douro, 2020.

Autoria própria

Nuno Ortigão acredita que estas obras foram um passo importante, uma vez que sem elas o mercado teria perdido a sua vida. (Monteiro, 2018) As intervenções continuaram no ano de 2019, e foi possível concluir a requalificação de instalações sanitárias e iniciar o novo projeto de instalação elétrica, uma vez que a que existia não tinha a potência necessária para as exigências do Mercado atual. Em 2020, foi concluída a requalificação das fachadas das lojas, de modo a trazer uniformidade a todo o mercado. (Figura 147)

A última intervenção desenvolvida foi a substituição da cobertura, que já se encontra em construção, e a extensão do Mercado para o Lavadouro da Ervilha. (Figura 148) Esta obra, cujo projeto é do *atelier AT MOMO*, conta com a colaboração da CMP e da Domus Social. (GOP, 2019)

Este mercado é sinónimo de tradição, uma vez que não perdeu o seu carácter e função original, apenas se tornou num modelo híbrido, juntando os frescos à restauração. Algumas das lojas mais antigas ainda continuam em funcionamento e há espaço para novas. (Figura 149) Para além dos novos negócios que encontramos agora no mercado, este continua a dispor de uma “peixaria, talho, duas floristas e mercearias com produtos frescos.” (Monteiro, 2018)

Verifica-se que as novas intervenções cumpriram os objetivos desejados visto que o espaço se encontra sempre com gente e atraiu um novo público, mais jovem, como é o caso de alunos das escolas das próximas, do Colégio Inglês, do CEBES, da escola Francisco Torrinha e da Universidade Católica. O funcionário do restaurante Hamburgueria do Mercado, no testemunho que nos deu para efeitos da presente dissertação, afirma que¹³⁰:

“É evidente que o movimento cresceu, mas penso que são modas, agora toda a gente quer ter qualquer coisa no mercado e há uns anos as pessoas diziam que isto cheirava a peixe, agora já é *cool* vir para os mercados. O tipo de clientes aqui neste mercado é mais jovens, porque temos as faculdades, colégios e escolas aqui à volta.”. (Hamburgueria do Mercado, 2020)

Há uma relação saudável entre todos os comerciantes do mercado, uma vez que é possível a coexistência entre o mercado tradicional de frescos e os novos serviços. Esta simbiose permite também que vários dos novos restaurantes se abasteçam no mercado, possibilitando

130 Entrevista realizada pela autora ao funcionário do Mercado da Foz, Alexandre Brandão, no dia 8 de Junho de 2020. Disponível em anexo.



Figura 150. Espaço do Cidadão.

<https://www.porto.pt/pt/noticia/espaco-cidadao-da-foz-fez-um-ano>

Figura 151. Espaço do Cidadão.

<https://www.porto.pt/pt/noticia/espaco-cidadao-da-foz-fez-um-ano>

Figura 152. Entrada do Mercado da Foz do Douro, 2020.

Autoria própria

que os próprios comerciantes sejam também utilizadores. Neste sentido, o proprietário da mercearia do Mercado da Foz testemunhou na entrevista que se, que:

“As pessoas dão se todas bem de uma forma geral [...]. [...] Há lojas que vivem praticamente de uma forma exclusiva do que o mercado fornece, estes senhores [da Hamburgueria] fornecem-se no talho, fornecem-se aqui em termos de batatas embora vão buscar depois algumas coisas fora, mas eu sou cliente do mercado e o mercado é meu cliente. Antes de ser comerciante também sou cliente individual.”¹³¹. (Mercearia da Foz, 2020)

Devido à revitalização do Mercado, a procura por espaços tem sido cada vez maior. A integração temporária de um Espaço Cidadão (Figura 150), com alguns serviços da Loja do Cidadão disponíveis, contribuiu também para o aumento de afluência de pessoas. (Vieira, 2018) Esta integração foi temporária, uma vez que o local original do Espaço Cidadão é na Junta de Freguesia, que esteve em obras durante dois anos. Um comerciante afirma que “houve uma quebra de movimento com a saída do espaço do cidadão”¹³², provando que a integração deste espaço no mercado potenciava visitas e, conseqüentemente, comércio. (Figura 151) Especula-se ainda que o antigo espaço do cidadão venha a dar lugar a uma padaria, para servir o mercado e os seus utilizadores.

Este mercado veio revitalizar toda a zona da Foz do Douro, tornou-se um ponto de passagem para turistas, trouxe de volta muitos clientes e cativou novos. Os comerciantes deste mercado, confirmam que as obras eram de grande necessidade e que agora o espaço é mais vivido por todos, provando a sua capacidade como elemento agregador de vivências. É um mercado de freguesia, permitindo um conceito de proximidade e a sua escala também potencia isso.

Dos casos de estudo apresentados neste capítulo, este mercado é, juntamente com mercado de Matosinhos, o modelo de programa híbrido mais bem-sucedido. Este conceito novo é apropriável a uma cidade também com dinâmicas diferentes, e consegue abrigar um mercado de frescos juntamente com restaurantes e pequenas lojas de comércio local. (Figura 152)

Relativamente à participação, segundo alguns comerciantes, esta foi pontual, ou seja, apenas nos momentos que antecederam as obras é que houve diálogo com as entidades

131 Entrevista realizada pela autora a um comerciante do Mercado da Foz, no dia 8 de Junho de 2020. Disponível em anexo.

132 Entrevista realizada pela autora a um comerciante do Mercado da Foz no dia 8 de Junho de 2020. Disponível em anexo.

responsáveis. O diálogo estabelecido foi apenas para dar conhecimento das intervenções que se iriam realizar e dos possíveis constrangimentos que poderiam existir no normal funcionamento do mercado. O proprietário da Florista, afirma em entrevista realizada para efeitos desta dissertação, que: “Sim, estive sempre informado. Mas não disseram nada sobre a minha loja em específico. O Presidente comunica tudo e mudou muitas coisas para melhor.”¹³³ Contudo, outros comerciantes afirmam que a Junta de Freguesia fazia visitas regulares ao mercado e promovia momentos de discussão para entender quais as principais alterações que seriam realizadas no mercado: “Todas as obras que foram feitas aqui em todas as lojas, o executivo sempre que tinha uma palavra a dizer vinha falar com os locatários para ver a melhor altura para se conseguir fazer as obras o melhor possível, para não prejudicar muito o negócio.”¹³⁴.



133 Entrevista realizada no dia 8 de Junho de 2020 no Mercado da Foz do Douro. Disponível em anexo.

134 Entrevista realizada no dia 8 de Junho de 2020 no Mercado da Foz do Douro. Disponível em anexo.





Figura 153. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de Matosinhos.

Autoria própria

Figura 154. Planta de localização do Mercado de Matosinhos. Escala 1/1000.

Autoria própria



3.2.4.

O MERCADO DE MATOSINHOS, 1952 | 2012

Localizado no cruzamento da Rua Heróis de África com a Rua França Júnior e junto à Ponte Móvel de Matosinhos e ao Metro de superfície, o edifício de planta retangular ocupa, tal como o Mercado do Bolhão, o quarteirão todo na sua implantação. (Figuras 153 e 154) O edifício original do mercado foi construído em 1884, contudo, devido à falta de utilizadores, encontrava-se num avançado estado de degradação. Em 1928, foi intervencionado “com a pavimentação geral a cimento, construção de bancas modernas para a venda de peixe e outros géneros, com a colocação de vasos com flores, passou a ter um maior fluxo de compradores, desenvolvendo também a zona envolvente.” (CMM, s/d) No entanto, acabou por ser demolido anos mais tarde.

Após a demolição do edifício, a CMP, lançou um concurso público para a construção de um novo Mercado Municipal de Matosinhos. Em 1936 (Figura 155), o concurso foi ganho pelo *atelier* de Arquitetura ARS - Arquitetos Fortunato Cabral, Cunha Leão e Morais Soares¹³⁵. (Costa, 2001) A obra teve início em 1944 e o novo Mercado Municipal foi inaugurado em 1952.

O novo edifício é construído em betão (Figura 156) com arcos abobadados com estrutura em madeira “que deslizava sobre carris, que servia de molde (cofragem), a revestir de ferros e de cimento, arco a arco, perante algum espanto dos técnicos.” (CMM, 2012) O eixo do mercado foi colocado perpendicularmente ao “bordo da doca de Leixões, frente à qual se levanta a fachada principal do Mercado.” (Costa, 2001) É composto por dois pisos, o piso térreo destinado ao mercado de peixe e o superior para os restantes produtos frescos. (Figura 157) Possui ainda uma cave, que foi construída para aproveitar o declive do terreno:

“Marginando todo o edifício foram dispostas lojas independentes e abertas ao exterior. No piso inferior (destinado ao mercado de peixe) foram dispostas lojas circundantes, abertas ao interior e destinadas a lugares fixos. No pavimento superior a concepção espacial segue a mesma regra. Tendo em linha de conta

135 A data de saída dos resultados do Concurso para o Mercado é 1936. A data em que se procedeu à primeira revisão do projeto é 1939. (Delgado, 2015)



Figura 155. Anteprojeto do Mercado de Matosinhos, 1936.

<https://www.cm-matosinhos.pt/servicos-municipais/comunicacao-e-imagens/noticias/noticia/camara-assinala-60-anos-do-mercado-de-matosinhos>

Figura 156. Fachada principal do Mercado de Matosinhos.

https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/galeria?image_gallery_id=mercado-de-matosinhos

Figura 157. Interior do Mercado de Matosinhos.

https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/galeria?image_gallery_id=mercado-de-matosinhos



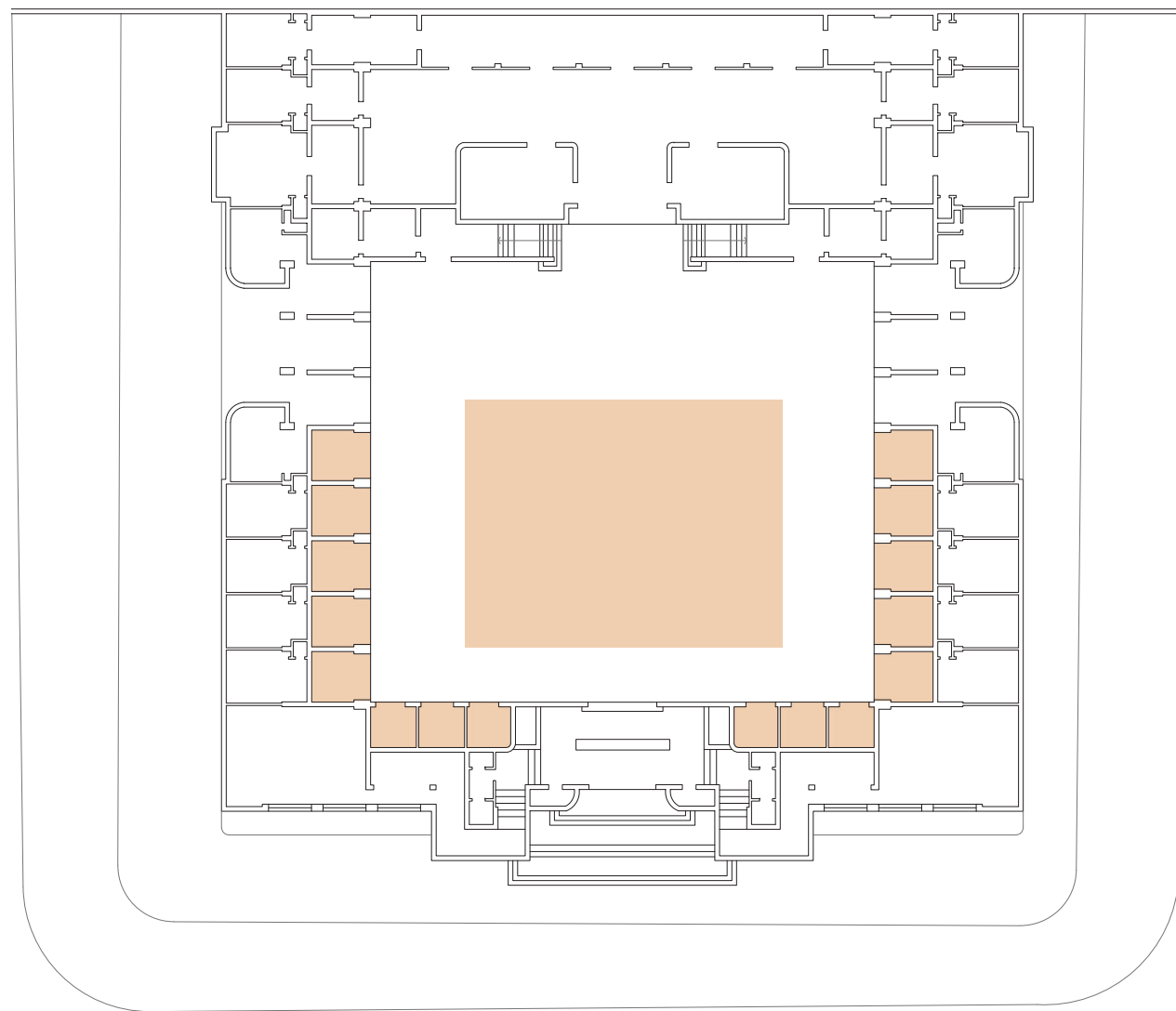
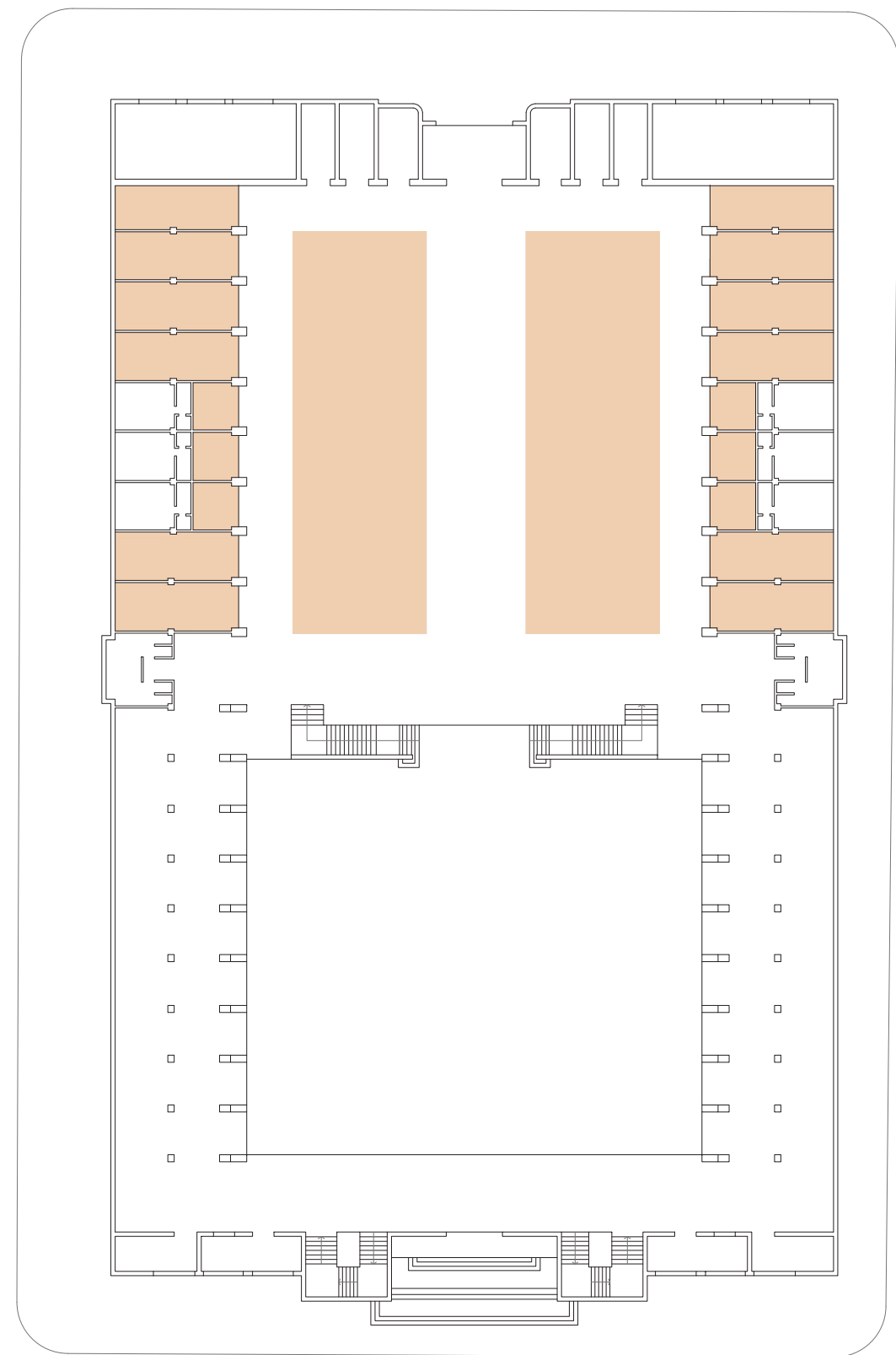


Figura 158. Planta do R/C do Mercado de Matosinhos após intervenções de 2009. Escala 1/500.

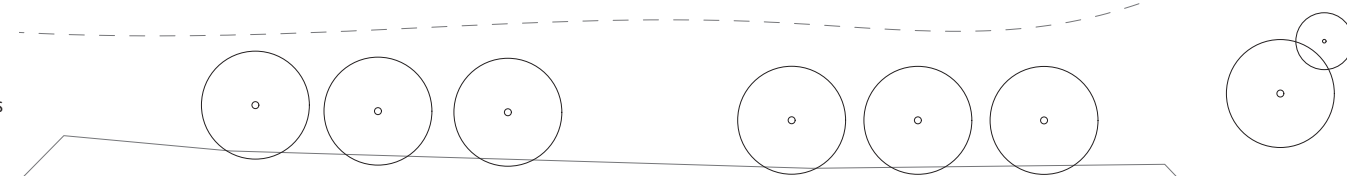
Planta desenhada pela autora com base no material consultado em Delgado, 2015.

Figura 159. Planta do primeiro piso do Mercado de Matosinhos após intervenções de 2009. Escala 1/500.

Planta desenhada pela autora com base no material consultado em Delgado, 2015.



- Polivalente
- Escitórios
- Lojas
- Hotel
- Sala de Concertos
- Restaurantes/Cafetarias
- Bancas de Frescos
- Serviços



o grande vão que abre todo o edifício, a cobertura foi concebida em cimento. A abóbada e os terraços de cimento que a rodeiam são independentes e os lanternins alternam com chaminés de ventilação.”. (Costa, 2001)

É uma obra bastante famosa em Portugal pelo trabalho em betão realizado, pelas acessibilidades, iluminação e pelas linhas arquitetónicas modernas. (CMM, 2012) Apesar de os mercados se afirmarem como uma mais-valia para a dinamização do centro da cidade, uma vez que são uma referência, a falta de apoios a este mercado tem, no entanto, inviabilizado o seu crescimento e provocado um decréscimo no fluxo dos clientes:

“A imagem do Mercado de Matosinhos dificilmente se poderá dissociar do centro tradicional da cidade e do concelho de Matosinhos, sendo desde sempre um ponto de referência incontornável, não só para a população residente bem como para o visitante ocasional entre os quais se encontram em particular os turistas. Particularmente o Mercado de Matosinhos, devido à sua localização, terá que ser perspetivado enquanto espaço âncora para a revitalização urbanística e comercial do centro histórico da cidade de Matosinhos.”. (WBF, s/d)

Este mercado não foi exceção na diminuição de utilizadores, tendo sido necessário proceder à sua reabilitação em 2007 (Figuras 158 e 159), com um projeto do Engenheiro Vítor Abrantes. Houve o cuidado, por parte da autarquia, em ir ao encontro das necessidades dos comerciantes e utilizadores do mercado, nomeadamente das suas solicitações. A principal preocupação estava na reabilitação da envolvente exterior e de zonas degradadas e na reabilitação do interior. (CMM, 2007) Foram ainda realizadas intervenções na cobertura do edifício, fachadas, foi feita a substituição de toda a caixilharia e as instalações sanitárias foram também alteradas. Procedeu-se também à construção de “barreiras guarda-vento junto às entradas a Nascente e Poente, de forma a proteger os ocupantes do edifício das correntes de ar formadas.”. (CMM, 2007)

Nos arranjos exteriores foi procurado reforçar a segurança contra os intrusos e foram instalados dois elevadores, um de pessoas e outro de cargas. Foi necessária a reabilitação das montras dos estabelecimentos comerciais a partir do acesso das ruas envolventes ao Mercado. Tal como aconteceu no Mercado da Foz, foi feita uma candidatura para a instalação de um Espaço do Cidadão numa das laterais do Mercado, devido à centralidade

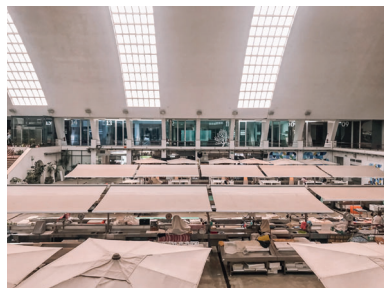
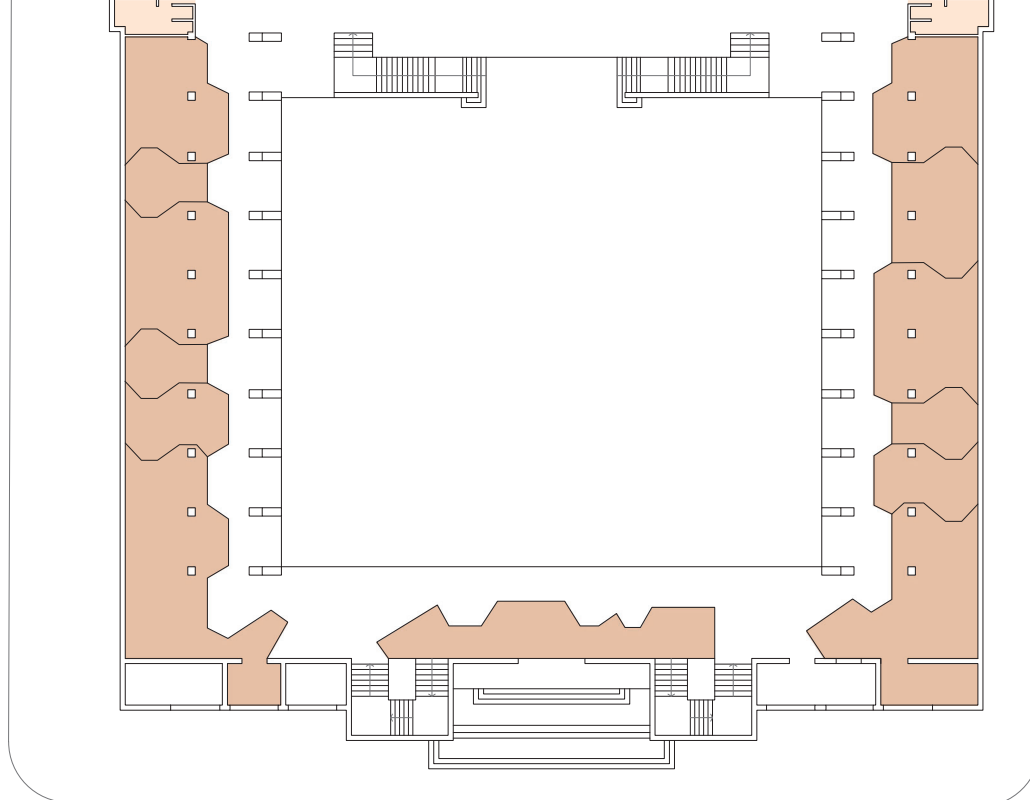


Figura 160. Planta da zona das Incubadoras de Empresas. Escala 1/500.

Planta desenhada pela autora com base no material consultado em Delgado, 2015 e <https://www.cm-matosinhos.pt/servicos-municipais/apoio-as-atividades-economicas-e-investidor/espaco-quadra>

Figura 161. Zona de Peixaria no Mercado.

Autoria própria

Figura 162. Relação dos dois pisos do Mercado.

Autoria própria

Figura 163. Restauração e Incubadoras de Empresas no Mercado.

Autoria própria

Figura 164. Zona de produtos frescos no Mercado.

Autoria própria



do edifício, que nunca aconteceu, apesar de alguns comerciantes afirmarem que a inserção deste espaço potenciaria a visita de mais utilizadores e potenciais clientes.¹³⁶

Em 2012, na tentativa de atrair novos clientes e tornar o mercado um polo atrativo, é projetado um novo programa para o piso superior. Este piso é transformado, em 2015, numa Incubadora de Empresas de Indústrias Criativas (CMM, 2017) (Figura 160), pensada para acolher cerca de trinta projetos e empresas, com o objetivo de se transformar num núcleo de inovação, empreendedorismo e promoção social e económica. (CMM, 2012):

“Numa primeira fase, será como um banco de ideias e projetos, permitindo aos empreendedores o acesso a um espaço infraestruturado, à utilização de serviços comuns e à orientação e acompanhamento na implementação e gestão dos projetos, desde a ideia de negócio até à sua criação. Ainda no Mercado Municipal será criado um espaço de *Co-Working*, envolvendo empresas e entidades ligadas à prestação de serviços nas áreas do design, arquitetura e artes aplicadas que possam corresponder à identidade associada à marca “Quadra”.”. (CMM, 2012)

Este projeto permite que o Mercado Municipal de Matosinhos continue a ser um local de compra de produtos frescos (Figuras 161 e 162) e, à semelhança de outros mercados nacionais e europeus, tenha outros serviços que promovem a dinâmica do espaço e a abertura à comunidade. Pretende-se que seja também um ponto de passagem para o turismo, uma vez que este tem um grande impacto na economia da cidade. O facto de ter sido classificado como Monumento de Interesse Público em 2013, contribui para as novas iniciativas e preocupação com a vida do mercado.

O edifício torna-se assim um exemplo de modernidade, diferenciado e diversificado. A CMM prova a capacidade do espaço em acolher outros programas (Figura 163), sem perder o carácter tradicional pelo qual é conhecido (Figura 164), permitindo a revitalização e diversificação de atividades instaladas e a captação de novos clientes:

“A incubadora de empresas de design inaugurada há três anos, a nova imagem institucional adotada no ano passado e o novo mobiliário contribuíram, assim, para o sucesso de uma estratégia que atrai cada vez mais visitantes ao mercado e a Matosinhos.”. (CMM, 2017)

¹³⁶ Afirmação dita pelos comerciantes aquando da realização da entrevista que está disponível em anexo.

Uma década após o início do processo de reabilitação, o Mercado de Matosinhos alberga três novos espaços, o restaurante *Al Mercato*, do chef Sergio Crivelli, a Azeitoneira do Porto no Mercado e a Padaria Pão da Terra. (CMM, 2017) Para além destas iniciativas, o mercado conta também pontualmente com desfiles de moda e festivais de cinema, mostrando a vontade constante da Câmara em manter o mercado atrativo à população.



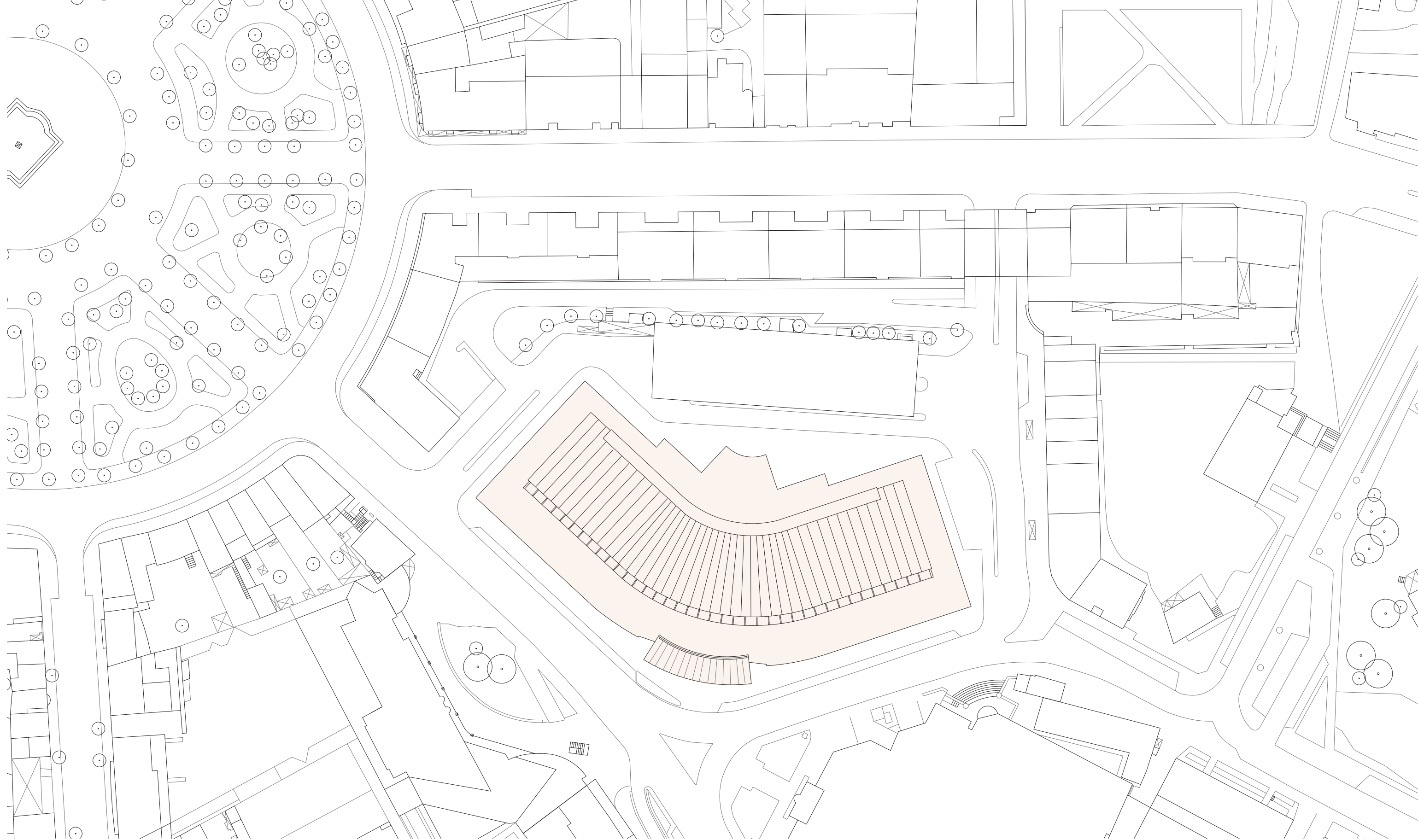


Figura 165. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado do Bom Sucesso.

Autoria própria

Figura 166. Planta de localização do Mercado do Bom Sucesso. Escala 1/1000.

Autoria própria



3.2.5.

O MERCADO DO BOM SUCESSO, 1952 | 2013

O Mercado do Bom Sucesso foi projetado em 1949 pelo *atelier* ARS - Arquitetos Fortunato Cabral, Cunha Leão e Moraes Soares, o mesmo *atelier* que construiu o Mercado de Matosinhos. (Figura 165) Em 1951, iniciaram-se as obras de um espaço com 10 000m² e passado um ano procedeu-se à sua inauguração. Foi construído para responder às necessidades dos habitantes daquela zona do Porto e para albergar os comerciantes do Mercado do Anjo (1839) e do Peixe (1874). (Boletim Cultura, 1989-90, p. 364) Não sofreu tantas tentativas de reabilitação como o Mercado do Bolhão, também pelo facto de ter sido construído quase 40 anos depois.

Possui uma forma irregular, constituído por betão, com uma pala característica suportada por *pilotis*. O edifício desenhava “um paralelepípedo desmaterializado quer pela planta em curva, de modo a moldar um espaço exterior, quer pela cobertura total em meia abóbada.” (Teixeira, 2007, p. 42) (Figura 166) Tal como nos Mercados Ferreira Borges, Bolhão e de Matosinhos, encontra-se num terreno com algum declive, surgindo a necessidade de ser projetado e construído em três níveis para aproveitar a inclinação do terreno.

Enquanto mercado de frescos, era composto, no interior, por uma praça (Figura 167) que podia ser acedida pela entrada principal, onde se situava a pala e também pelo acesso das cargas e descargas. No piso inferior, por ser o mais fresco, situava-se o mercado do peixe. O piso da galeria era composto por lojas independentes (Figura 168) e o central destinava-se ao mercado tradicional de frescos.

Apesar de ser um mercado importante na zona da Boavista, verificou-se uma diminuição na afluência de pessoas, pelos mesmos motivos que no Bolhão, contribuindo para a sua degradação. No entanto, tal como no Mercado do Bolhão e Ferreira Borges, a Câmara Municipal do Porto, sob presidência de Rui Rio, abriu em 2008, o concurso público para conceção, construção, exploração e reabilitação do mercado. Este concurso foi ganho com o projeto da Mercado Urbano, subsidiária da bracarense Eusébios & Filhos, AS. (Almeida, 2014 b, p. 25)



Figura 167. Mercado do Bom Sucesso, 1952.

<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/676618/?q=mercado+bom+sucesso>

Figura 168. Mercado do Bom Sucesso, 1966.

<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/297001/?q=mercado+bom+sucesso>

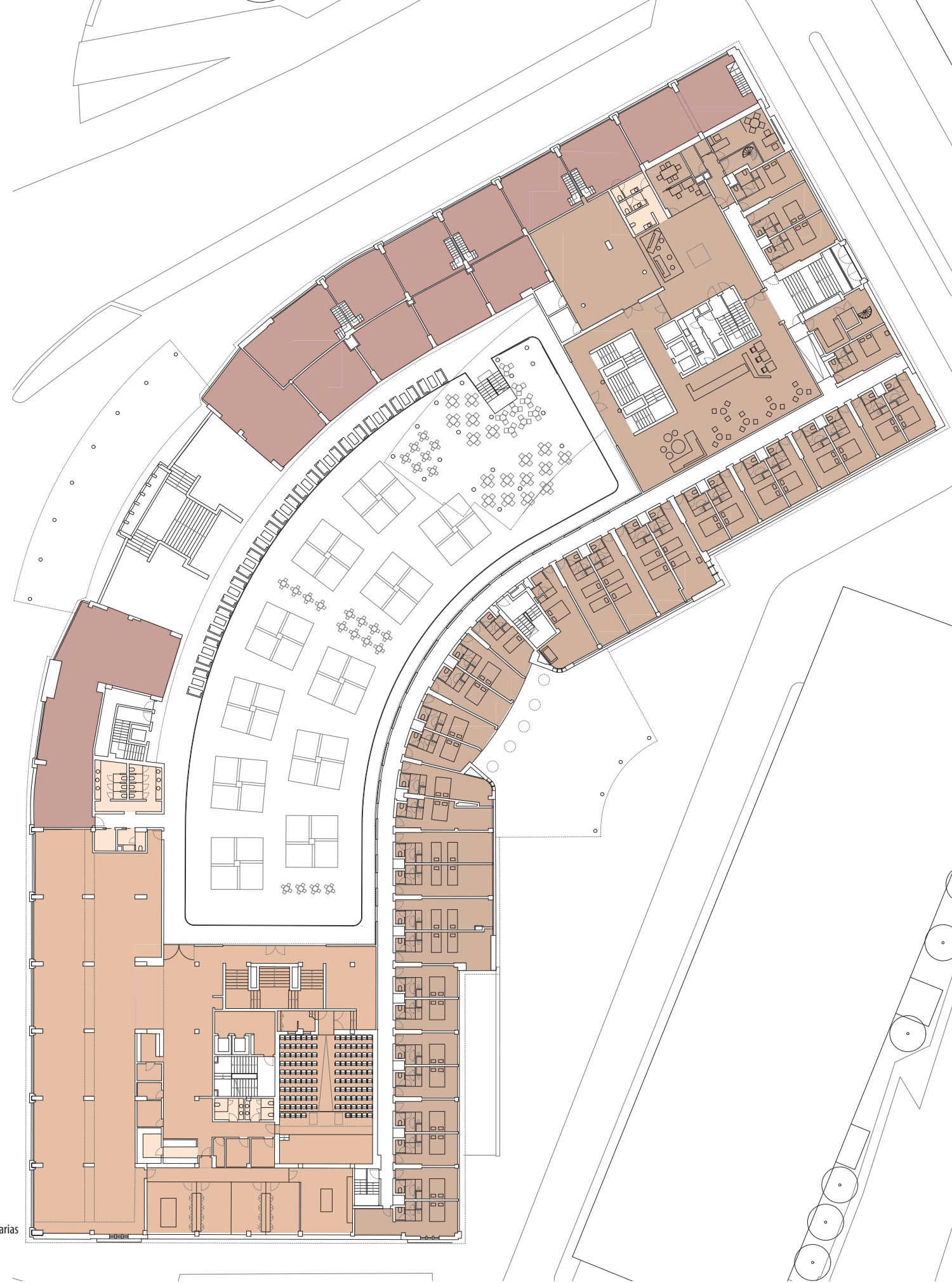
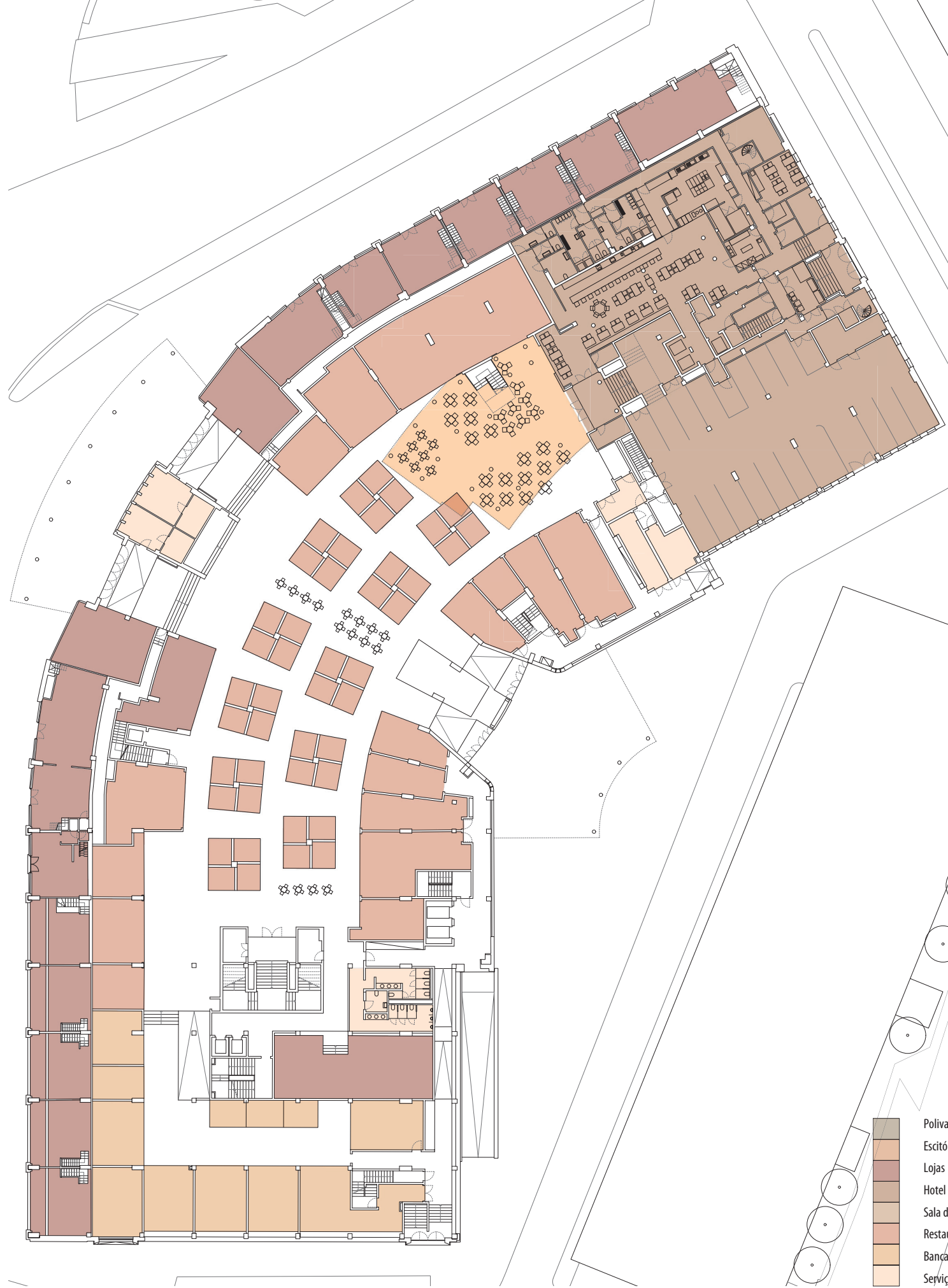
Figura 169. Planta do R/C do Mercado do Bom Sucesso, 2012.

Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquiteto Nelson Almeida

Figura 170. Planta do primeiro piso do Mercado do Bom Sucesso, 2012.

Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquiteto Nelson Almeida





- Polivalente
- Escitórios
- Lojas
- Hotel
- Sala de Concertos
- Restaurantes/Cafetarias
- Bançás de Frescos
- Serviços

Segundo Nelson Almeida (2014) em *Mercado do Bom Sucesso*, o caderno de concurso salientava ideias e expressões como: comerciantes, mercado, comércio velho, novos conceitos de comércio e parque de estacionamento localizado no piso 0, e era segundo estas premissas que se deveria desenvolver o projeto para o novo mercado. Era necessário responder às normas do caderno de encargos e apresentar um conceito e projeto que “permitisse a sua comercialização e ocupação máxima aos valores suficientemente elevados para remunerar o investimento e por outro lado que correspondesse às exigências legais exigíveis pela CMP e demais organismos envolvidos.”. (Almeida, 2020)¹³⁷

Surgiu, assim, a proposta de um novo conceito para o Mercado, para ir ao encontro das palavras-chave do concurso. O novo conceito contou com a construção de dois novos corpos no interior do edifício – o Hotel da Música e os Escritórios - e com a implementação de restaurantes e lojas:

“[...] o MBS deveria ser um novo destino, com ADN Mixology e com uma forte vocação de eventos. Perante as premissas circunstanciais sabíamos que não deveríamos tocar no essencial do edifício original. [...] Como resultado, surgiram dois objetos pousados no interior do MBS. Uma unidade hoteleira, [...] e um corpo para serviços [...]”. (Almeida, 2014 b, p. 28).

Em maio de 2009, tanto o proprietário como a Câmara Municipal do Porto, decidiram que este seria o projeto ganhador. Em 2011, no mesmo ano em que se reuniram as condições para a concretização do projeto, o edifício foi classificado como Monumento de Interesse Público pelo Ministério da Cultura e IGESPAR,

Devido ao interesse despertado pelo novo conceito e localização, foram várias as empresas hoteleiras que quiseram tirar disso benefício. O Grupo Mota-Engil procurava também um edifício para instalar a sede da Fundação Manuel António da Mota e decidiu “tomar participação com posição de relevo, reforçando o número de entusiastas” (Almeida, 2014b, p. 28). Foram então construídos dois corpos para albergar os novos programas: o hotel e os escritórios, que se localizam nos topos do edifício, soltos da estrutura. A sua linguagem arquitetónica contrasta com o edifício original e permite identificar as várias funções e serviços presentes no projeto, procurando ainda demarcar claramente o que é novo e o que é pré-existente. (Almeida, 2014a, p. 33) (Figuras 169 e 170)

137 Entrevista realizada via *email* pela autora a Nelson Almeida no dia 23 de Abril de 2020. Disponível em anexo.



Figura 171. Novos quiosques, 2020.

Autoria própria

Figura 172. Zona do Mercado de Frescos, 2017.

<https://sempreentreviagens.com/2017/04/o-novo-mercado-do-bom-sucesso/>

Figura 173. Espaço destinado a diversos eventos, 2020.

Autoria própria

O corpo do hotel encosta-se à fachada principal, toda envidraçada, e assume a inclinação para beneficiar da luz poente. O edifício de escritórios localiza-se no lado oposto ao hotel, “avançando apenas o suficiente sobre a galeria para anunciar a entrada da Fundação Manuel António da Mota.” (Almeida, 2014a, pp. 33-34) Os escritórios beneficiam de uma vista privilegiada para o interior do mercado através de uma grande vão.

Relativamente ao local onde se localizavam as bancas de produtos frescos, este alberga agora um conjunto de quiosques constituídos por quatro bancas cada. (Figura 171) Procurou-se que a forma dos quiosques lembrasse as tradicionais tendas do mercado, permitindo uma permeabilidade visual para os clientes. (Almeida, 2014a, p. 34)

Segundo Rosário Almeida (2014) em *Mercado do Bom Sucesso*, os novos elementos são classificados por três modelos diferentes: a galeria com lojas de artigos variados, as bancas que reinterpretem o modelo das feiras, e o mercado de frescos. (Figura 172) O rés do chão é composto por um conjunto de lojas na periferia e 44 bancas na nave central, é ainda constituído por uma área de mesas de apoio à zona de restauração.

O espaço marcado pelos pilares vermelhos, que se localiza sob o corpo do hotel está destinado a acontecimentos culturais realizados no mercado. (Figura 173) Do lado oposto, encontra-se o mercado de frescos que promovia a venda de carne, peixes, flores, frutas, legumes. Este espaço é possível ser encerrado separadamente do resto do edifício, devido ao seu horário reduzido e às características dos produtos aí vendidos (Almeida, 2014c, p. 35). No piso superior, ao longo de um dos lados da galeria, desenvolvem-se as lojas, “[n]o lado oposto o percurso acompanha o corredor de acesso aos quartos de hotel, permitindo ao longo da sua extensão a visualização entre os espaços” (Almeida, 2014c, p. 35). Nos segundo e terceiro pisos do novo edifício do mercado foram criados escritórios e este corpo beneficia ainda de uma área de estacionamento:

“Toda esta intervenção veio ainda regular as lojas voltadas para o exterior, repondo as montras originais, retirando todas as sinaléticas luminosas da fachada que foram colocadas ao longo dos anos sem qualquer critério de conjunto e uniformizando os toldos e o mobiliário das esplanadas exteriores. Agora, é “um só mercado” com uma oferta mais variada.” (Almeida, 2014 c, p. 36).



PORTO

Cinco anos depois, pouco resta do antigo Bom Sucesso no novo mercado

Figura 174. Manifestação à entrada do Mercado do Bom Sucesso, 2011.

<https://www.viveroport.com/2011/05/mercado-do-bom-sucesso/>

Figura 175. Título da notícia: “Cinco anos depois, pouco resta do antigo Bom Sucesso no novo mercado.”, 2018.

<https://www.publico.pt/2018/06/13/local/noticia/cinco-anos-depois-o-bom-sucesso-1834252>

A obra foi terminada e inaugurada em 2013, com uma nova imagem e conceito. O novo Mercado do Bom Sucesso foi vencedor do *Global Awards for Excellence da Urban Land Institute*, no ano de 2014. O projeto recebeu também o Prémio Nacional de Reabilitação Urbana em 2014 na categoria de Serviço e Comércio, o Prémio Nacional do Imobiliário 2015 – Comércio, e o Prémio Nacional do Imobiliário 2015 – Melhor Empreendimento.

É indiscutível que o novo Mercado do Bom Sucesso se tenha tornado num ponto de encontro e referência para muitos habitantes do Porto e para os turistas. Segundo Nelson Almeida, “A taxa de frequência do MBS durante o dia é elevada, sendo sobre-elevada à hora de almoço. Está no roteiro turístico, cultural e gastronómico da cidade e funciona muito como ponto de encontro e partida para a “noite”.”. (Almeida, 2020)¹³⁸ Procura ter, semanalmente, programas culturais e de entretenimento, como concertos e exposições, para dinamizar e atrair as pessoas. Entre espetáculos de música, teatro, dança e exposições e é possível também assistir a um conjunto de atividades que visam revitalizar o mercado e chamar novos clientes.

Contudo, estas mudanças trouxeram grandes revoltas nos comerciantes mais antigos. (Figura 174) Este novo programa surge em detrimento do mercado de frescos, que diminuiu significativamente de tamanho comparativamente à área original, acabando em 2019 por ser fechado.

Muitos lojistas afirmam que, ainda hoje, há quem se desloque ao mercado em busca dos frescos, mas que este espaço não tinha um fluxo grande de clientes. Muitos dos comerciantes que tinham lá uma banca, tiveram que encontrar um novo espaço fora do mercado, e especula-se que o antigo espaço de frescos, dê lugar a um mercado *gourmet*. Para muitos, “este é só mais um shopping. (Figura 175) Não é para servir os pobres, é para servir os ricos”, afirma Arménia Pinto ao JPN no dia da inauguração do Mercado, a qual se realizou por convite. (Pinto citada por JPN, 2013)

Na verdade, os comerciantes mostraram o seu descontentamento durante todo o processo de reabilitação, sendo apontado como um dos principais problemas, o facto de não ter sido disponibilizado um espaço temporário para os albergar durante as obras, o qual tinha sido acordado: “ao longo deste processo sempre foi dito que, quando o mercado encerrasse para obras, estaria disponível um mercado provisório.”. (Ferreira, 2011) A redução do número

138 Entrevista realizada no dia 23 de Abril de 2020 via email, disponível em anexo – uniformizar como dizes isto.

de bancas também preocupou os comerciantes, porque das 140 bancas iniciais, passaram a existir apenas 44 que se destinavam a um comércio *gourmet* e com rendas menos acessíveis e apenas 25 destinadas a venda de produtos tradicionais.

Foi assim apresentada uma providência cautelar para evitar o encerramento do mercado, na qual participaram 10 dos 120 comerciantes do mercado. O objetivo desta medida era assegurar um mercado provisório, contudo, segundo Manuel Sampaio Pimentel, vereador da Proteção Civil, Controlo Interno e Fiscalização da Câmara do Porto, “não foi criado nenhum mercado provisório porque “95 por cento dos comerciantes do Mercado assinaram um acordo” que lhes deu direito a uma “compensação” mediante a “renúncia imediata da licença””. (Manuel Sampaio Pimentel citado por JN, 2011) Sequeiros (2011) refere que a maioria dos 140 comerciantes do Mercado Bom Sucesso concluiu as negociações com a Mercado Urbano, subsidiária da bracarense Eusébios & Filhos, SA, e que o mercado foi desocupado por vários comerciantes que não encontraram outra opção senão aceitar a proposta de indemnização imposta, e não negociável, da nova concessionária. (Sequeiros, 2011)

Perante o descontentamento dos cidadãos do Porto e dos comerciantes relativamente às decisões que estavam a ser tomadas, foi criado pelo Movimento Bom Sucesso Vivo¹³⁹, um manifesto pela defesa dos comerciantes, apoiando um processo participado entre todos e defendendo também uma reabilitação e valorização do espaço interior do edifício.

Entende-se, assim, que houve uma clara falta de comunicação entre os comerciantes e os agentes que estavam a intervir no mercado. No entanto, havia interesse da parte do *atelier* em que a participação fosse promovida, “ao longo do processo de projecto estivemos sempre na expectativa porque sempre acreditamos que havia espaço [para participação] e que seria excelente para o MBS recuperar o máximo dos antigos comerciantes até para os reconverter, modernizando e re-inventando os seus negócios.”. (Almeida, 2020)

A participação poderia ter sido promovida pela CMP, de modo a garantir que as necessidades dos comerciantes do Bom Sucesso seriam respondidas e para assegurar uma fácil transição para os mesmos. Os comerciantes sentiram-se esquecidos e afirmaram que as compensações

139 Site criado por um grupo de cidadãos que pretendem uma participação ativa no destino do Mercado do Bom Sucesso e defende a importância de um comércio de proximidade e a necessidade de requalificar e preservar o edifício. Sobre esta iniciativa, consultar <https://mercadobomsucesso.wordpress.com/quem-somos/>



Figura 176. Hotel da Música.

<https://www.fa-arquitectos.pt/portfolio/hotel-da-musica/>

Figura 177. Concerto de música no Mercado do Bom Sucesso.

<https://www.facebook.com/Mercadobomsucesso/photos>

Figura 178. *Workshop* de cozinha no Mercado do Bom Sucesso.

<https://www.facebook.com/Mercadobomsucesso/photos2>

não foram suficientes, nem para compensar os anos de trabalho ou uma reforma digna, nem para recomeçar noutra local.

No entanto, após a reabilitação do Mercado do Bom Sucesso, assiste-se a um aumento da sua afluência, tanto por parte dos portuenses como por parte de turistas. Ana Gomes, gerente do Mercado do Bom Sucesso, referiu que: “aqui no mercado ainda temos fila de espera para entradas ao nível da restauração e das bancas. Desde a abertura do mercado que a procura comercial tem aumentado cada vez mais”. (Gomes, 2015) A existência do Hotel da Música (Figura 176) permitiu também trazer turistas ao mercado e acolher músicos e artistas com espetáculos na Casa da Música. A zona da cidade onde está localizado o mercado beneficia também da proximidade ao Polo Universitário, ao *Shopping Cidade do Porto*, ao Península *Boutique Centre*, ao *Shopping Brasília* e a um conjunto de escritórios que rodeiam o edifício.

O novo espaço potencia a existência de eventos, organizados por parte da direção do mercado e por vários lojistas, como é o caso de concertos (Figura 177), teatros, espetáculos de dança, exposições e *workshops*. (Figura 178) Estas iniciativas pretendem dar uma nova vida ao edifício e envolver os clientes e visitantes. O seu ambiente convidativo permite também, que vários estudantes se reúnam no piso da galeria, e que usufruam de vários serviços existentes, como é o caso da reprografia e livraria. Segundo os lojistas, vários são os hóspedes do hotel que se deslocam às bancas do mercado para fazer refeições e compras, provando que a instalação do hotel dentro do edifício foi uma mais-valia para os pequenos negócios locais. Entende-se, assim, que o novo Mercado do Bom Sucesso “é feito para as pessoas, e por isso, prima pelos espaços e por uma oferta comercial que apela ao convívio, à conversa e à troca de experiências.”. (MBS, 2020) A reabilitação foi direcionada para uma cidade cada vez mais movimentada, com muita afluência de turistas, pois beneficiou do *boom* turístico, e a sua vocação já não surge em volta do mercado de frescos.

	PARTICIPAÇÃO			APROPRIAÇÃO	
	Fase de Encomenda	Processo de Projeto	Depois da Construção	Uso Programado	Uso Espontâneo
MERCADOS					
FERREIRA BORGES				X	X
BOM SUCESSO				X	X
MATOSINHOS		X		X	
FOZ		X		X	X
BOLHÃO		X			

Figura 179. Esquema representativo da análise da participação e apropriação nos casos de estudo.
 Autoria própria

O MERCADO COMO EQUIPAMENTO GERADOR DE URBANIDADE

Concluídas as análises aos casos de estudo, seguem-se as reflexões sobre os resultados obtidos de modo a encontrar variáveis de correlação nas estratégias de reabilitação, métodos de participação e apropriação (Figura 179), entender de que forma estas foram condicionadas, e se existem outras características que possam ter influenciado a apropriação dos espaços pelos utilizadores.

O Mercado Ferreira Borges é hoje um ponto de paragem na visita à baixa do Porto e um espaço bastante apropriado pelas pessoas, tanto no seu interior como exterior. Os novos espaços projetados e adaptados às necessidades de uma cidade em constante mudança e transformação permitem a existência de vários programas, como é o caso de mercados artesanais temporários, concertos musicais e espetáculos. No exterior, com a esplanada de apoio ao restaurante, é possível aproveitar o espaço ao ar livre com vista para o Douro. A reabilitação deste edifício e da sua envolvente permitiram que a área da cidade onde está implantado ganhasse uma nova vida, acabando por tornar o edifício num polo atrativo, que não se evidencia apenas pela aparência e memória do lugar, mas também pelo novo programa. Continua a ser um edifício aberto à cidade, e é um espaço dedicado à música, já (re)conhecido pelos portuenses.

O caso do Mercado do Bom Sucesso, é o mais distinto dos cinco mercados apresentados. Em primeiro lugar, por não ter tido qualquer tipo de participação no processo de projeto da sua reabilitação. Mas, muito pela localização numa zona de serviços – hotéis, escritórios, lojas, equipamentos públicos e de grande densidade populacional – e pelo *boom* turístico, é um caso de sucesso. Para tristeza de muitos antigos utilizadores e comerciantes, a sua vocação já não é o mercado de frescos, mas uma enorme praça de alimentação de conceito *gourmet*, que torna o local atrativo do ponto de vista de utilizadores locais e turistas. Por ser um edifício que agora alberga várias bancas gastronómicas no piso principal e no primeiro piso ter algumas lojas, promove a circulação de utilizadores no seu interior. Entende-se, assim, que o novo conceito do Mercado do Bom Sucesso contribui mais para a dinamização

da cidade do que para a permanência de um mercado de frescos. A sua reabilitação foi direcionada para uma cidade cada vez mais movimentada, com muita afluência de turistas e a sua vocação já não surge em volta do programa inicial.

A reabilitação do Mercado de Matosinhos, promove o conceito de um mercado híbrido, tal como o da Foz do Douro. No entanto, em Matosinhos foi possível a integração de mais programas para além da restauração, como é o caso das incubadoras de empresas e restauração no interior e lojas de comércio no exterior. Para além destes programas, o mercado proporciona ainda vários eventos ao longo do ano, de modo a atrair novos clientes e turistas, como é o caso de mercados de natal, concertos de música e sessões de cinema. Este modelo híbrido permite que os próprios *chefs* dos restaurantes se abasteçam dos produtos frescos do mercado e proporciona uma dinâmica que tanto beneficia o mercado tradicional como a restauração. Tal como acontece no *Time Out Market*, no Mercado de Campo de Ourique e no Mercado da Foz do Douro, e no que está proposto para o Mercado do Bolhão, os próprios lojistas, comerciantes e *chefs*, tornam-se consumidores e utilizadores do que o mercado vende, criando uma relação de confiança e proximidade entre todos. Relativamente à participação, apesar das tentativas da CMM em ir ao encontro das solicitações feitas pelos comerciantes e utilizadores do mercado, muitos são os que sentem que o edifício necessita de mais iniciativas para o tornar mais movimentado. A inclusão das incubadoras de empresas no primeiro piso gera mais movimento no sentido de mais gente habitar o espaço, no entanto, não são programas atrativos que potenciem mais fluxo de utilizadores, uma vez que são essencialmente escritórios e não lojas de venda ao público. Segundo alguns comerciantes, o que faz agora falta no mercado, são espaços que chamem as pessoas ao edifício, como é o caso de uma Loja do Cidadão, que já foi solicitada várias vezes pelos comerciantes.

O Mercado da Foz promoveu sessões de discussão com os seus comerciantes, de modo a torná-los parte do processo. No entanto, vários foram aqueles que afirmaram que não foi uma participação ativa e que as conversas eram generalizadas às intervenções que se iam realizar e não específicas a cada loja e comerciante. Apenas momentos antes das intervenções diretas a cada loja é que os comerciantes eram contactados individualmente. Apesar disso, a sua reabilitação foi muito bem conseguida, uma vez que atraiu novos clientes ao mercado. Tal como aconteceu no Mercado de Matosinhos, este modelo híbrido conseguiu que um edifício até esquecido, voltasse a ganhar vida, conjugado também ao facto que, nos dias

de hoje, os mercados são considerados espaços apelativos e na moda. A criação de espaços âncora também contribui para a geração de movimento e experiências dentro do mercado, como é o caso da Loja do Cidadão, que esteve temporariamente dentro do edifício. Este programa levou muitos habitantes da zona, que já não se deslocavam ao mercado, a reutilizar o espaço e a consumir os seus produtos, pela facilidade em encontrarem tudo no mesmo local. A proximidade a várias escolas e escritórios é fundamental para o movimento do mercado, há muitos estudantes, trabalhadores e habitantes que se veem sentados nas esplanadas dos novos espaços de restauração.

O caso do Mercado do Bolhão é distinto do anterior, na medida em houve participação em projeto e que esta foi promovida pela CMP, através da instalação do Gabinete do Mercado do Bolhão, que permitiu um contacto mais direto com os comerciantes. No projeto apresentado procura-se conjugar o mercado tradicional de frescos com zonas de restauração e lojas, promovendo as dinâmicas que se criam entre todos os que habitam o mercado diariamente. No entanto, não se consegue apurar se resultou num espaço apropriável, uma vez que a obra ainda está em execução. Uma das constatações efetuadas na reabilitação deste edifício, foram as consequências positivas na construção de um mercado temporário. Dos cinco casos de estudo analisados, este foi o único que foi transferido para um local alternativo, de modo a garantir a continuação de trabalho aos seus comerciantes durante as obras de reabilitação. A proximidade do mercado temporário ao original, permite que quem já se deslocava ao mercado, pudesse continuar a fazê-lo, uma vez que todas as paragens de transportes públicos continuam a ser as mesmas e a curta distância entre os dois é conveniente para todos os utilizadores.

Esta dissertação pretende dar relevo à importância da reabilitação dos mercados do Porto, edifícios que são marcos e património da cidade, e da importância da inclusão da participação no processo de projeto até ao momento da construção, e também na participação efetiva das pessoas no espaço na cidade através da sua apropriação.

Refletiu-se e fez-se a análise de mercados reabilitados e estudou-se o impacto da relação destes edifícios com a cidade e com os seus habitantes. Este estudo foi feito através de cinco casos de estudo distintos em relação à problemática de investigação. A escolha destes casos, com reabilitações e contextos distintos, possibilitou respostas diversificadas e, assim, mais pertinentes.

Uma conclusão a que se chega é que todos os casos de estudo apresentados, são de certa maneira, participados e apropriados, no sentido em que, tanto a participação no processo de projeto e durante a construção, como a apropriação no uso do edifício, são duas formas de participação, promovidas em momentos diferentes da vida do edifício e conseqüentemente da cidade. Não é, contudo, possível afirmar que, quanto maior foi a participação, mais o mercado responde às necessidades de quem o utiliza e conseqüentemente maior é a apropriação. Uma das razões parece ser o facto de a participação ser feita quase exclusivamente com os comerciantes e não com o público. Na realidade, são as pessoas que geram urbanidade e se apropriam dos espaços, e em nenhum caso, se verificou o envolvimento ou a consulta aos utentes nem dos potenciais utilizadores.

De uma forma geral, estes cinco mercados representam parte de uma variada oferta do que existe na cidade do Porto e são complementos evidentes uns dos outros, pelas várias experiências que oferecem aos utilizadores, sendo muito diferentes entre si quanto ao programa atual e quanto à abordagem participativa.

Cumprindo os objetivos propostos para esta dissertação, respondeu-se às questões de investigação, chegando às conclusões que se apresentam. Em resposta à primeira questão de investigação, *1. De que forma é que a reabilitação pode potenciar o mercado com elemento agregador urbano?* As reabilitações e conseqüentes integrações de novos programas nos mercados, permitem gerar mais movimento e potenciam novas experiências através de iniciativas culturais que visam levar mais pessoas ao mercado, sem ser exclusivamente para a compra e consumo. Isto é visível não só nos casos de estudo apresentados, como também nas referências apresentadas no capítulo um. As referências dos mercados espanhóis, de *Sant Josep* e *Santa Caterina*, são modelos representativos de mercados que geram cidade e urbanidade. É provada aqui a capacidade de serem abastecedores da cidade, polos atrativos e agregadores urbanos. Nestas duas referências é perceptível a capacidade do mercado reabilitado de integrar novos programas sem nunca perder o seu conceito original, permitindo a coexistência dos espaços, que valoriza tanto o mercado como a cidade. Num contexto nacional, as referências do Mercado *Time Out* e de Campo de Ourique, também são representativas de mercados que, através da sua reabilitação, regeneraram zonas da cidade. É importante refletir, que nas quatro referências apresentadas, não foi só o edifício que sofreu intervenção, mas o espaço público também, o que contribuiu para que os mercados tenham este papel de geradores de urbanidade.

Em todos os casos de estudo apresentados, Mercado Ferreira Borges, Bolhão, Foz do Douro, Matosinhos e Bom Sucesso, são promovidas atividades, como *workshops*, oficinas, exposições e concertos, que potenciam a utilização do mercado e, conseqüentemente, o tornam um elemento de agregação e dinamismo. Isto faz com que o mercado seja mais que um mercado de frescos, e passe a ser um local de encontro entre os seus utilizadores. O facto de as reabilitações preservarem a fachada do edifício permite também manter a memória do espaço e o seu valor patrimonial, não deixando que se perca a identidade do mercado e que as pessoas continuem a ver o edifício como marco da cidade.

Em resposta à segunda questão de investigação, 2. *É necessário o projeto ser participado para gerar um espaço participado e apropriável?*, conclui-se que não é necessário. De facto, nos mercados cujos projetos foram participados – dos quais nos casos de estudo¹⁴⁰ os Mercados da Foz do Douro, de Matosinhos e Bolhão, e nas referências os Mercados de Caminha e de *Halle Secrétan* - o espaço projetado atende mais às necessidades de quem o habita, e promove uma grande apropriação dos espaços. Mas também nos projetos em que não existiu participação em projeto, dos quais nos casos de estudo do Mercado Ferreira Borges e Bom Sucesso, e nas referências os Mercados de *Covent Garden* e do Carandá, o espaço é apropriável pelos utilizadores. Isto verifica-se através da existência de espaços que possam ser adaptados a vários programas. Dentro destes programas está a inclusão de espaços âncora, como é o caso da Loja do Cidadão ou um posto dos Correios, de iniciativas culturais como concertos, da criação de zonas de estar e da conjugação de conceitos tradicionais, como os mercados de frescos e modernos, como restauração e lojas. Na realidade, o facto de existir ou não participação em projeto não é fator decisório para um espaço ser apropriado pelas pessoas.

Relativamente à participação, esta verificou-se através de discussões com os comerciantes, tanto na fase de projeto como na fase de obra, e foi distinta em todos os casos. O Mercado Ferreira Borges, tal como o Mercado do Bom Sucesso, são representativos de intervenções sem quaisquer tipos de participação em nenhum dos momentos da sua reabilitação. Nos casos do Mercado de Matosinhos e do Mercado da Foz existiu alguma participação, que se verificou através de conversas com os comerciantes. Já no caso do Mercado do Bolhão, além das conversas com os comerciantes, promoveram-se momentos de discussão pública e disponibilizou-se um gabinete no mercado para agilizar o processo de participação.

140 Não é considerado para esta reflexão o Mercado do Bolhão, pois ainda não se consegue verificar se a participação gerou um espaço apropriado, uma vez que a obra ainda não está terminada.

Conclui-se, assim, que os mercados onde existiu participação dos comerciantes, se tornaram mais direcionados às necessidades de quem os habita, potenciando vivências, tanto dos comerciantes como dos habitantes e turistas, como foi demonstrado pelos casos de estudo analisados, que representam as diferenças entre um espaço pensado para e pelas pessoas, de um espaço sem essa consideração.

No Mercado Ferreira Borges, apesar da inexistência de participação no processo de projeto, como já referido, o espaço foi pensado para as pessoas e para uma cidade em constante movimento, que permitiu que mais tarde se tornasse apropriável pelos portuenses e até pelos turistas que o visitam, uma vez que faltava na baixa um espaço de grande dimensão para albergar concertos e outros eventos. O edifício não foi pensado para os seus trabalhadores tradicionais, mas para os seus futuros utilizadores.

O Mercado da Foz do Douro, com a pequena participação que teve, possibilitou a coexistência de vários serviços de forma equilibrada, sem que se perdesse as características que o tornam um mercado, que é a parte de frescos, e tornou-se um ponto de passagem para todos os que visitam a Foz. Foi pensado no público a que se queria chegar e que existia na área envolvente ao mercado, e assim criaram-se espaços para atrair esses possíveis utilizadores.

Tal como o mercado anteriormente referido, a participação no Mercado de Matosinhos foi pouca, no entanto, entende-se que a sua reabilitação foi pensada para os comerciantes no sentido de proporcionar melhores condições de trabalho, e para os potenciais utilizadores do espaço, através da criação de mais oferta e programas que tornam este edifício um polo atrativo de pessoas.

Por último, tal como acontece com o primeiro mercado referido, o Mercado do Bom Sucesso não foi pensado para os seus comerciantes, mas para os potenciais utilizadores e turistas. A inclusão de vários programas permite que seja um ponto de referência na cidade e um edifício capaz de servir as pessoas. À exceção do Bolhão, por ainda estar em execução, os mercados apresentados são espaços apropriados e apropriáveis pelas pessoas.

Tanto nos casos de estudo como nas referências, é comum a inserção de novos programas no interior dos edifícios que alteram a oferta original, e é notório que alguns funcionam melhor que outros. Disso é exemplo a integração de espaços de restauração, espaços dedicados a eventos culturais e lojas, no entanto, em alguns casos, estes espaços servem

apenas como complemento do mercado tradicional de frescos e não como substitutos do programa original. Apesar das diferenças entre os casos, pode afirmar-se que todos, em diferentes escalas e com diferentes intensidades, geram urbanidade e são elementos agregadores urbanos e geradores de cidade.

Conclui-se que só com a reabilitação e conseqüente inserção de novos conceitos e programas é que o mercado potencia novas experiências, atrai utilizadores, revitaliza a envolvente e gera urbanidade. Também se valida a ideia de que, quanto maior for a capacidade de adaptabilidade dos espaços do mercado, maior será a sua capacidade de apropriação. Porque, como já referido, permite eventos variados, como é exemplo as oficinas para as famílias, *workshops* de culinária, desfiles de moda e concertos.

Em suma, com este estudo conseguiu responder-se às questões de investigação e percebeu-se que há outras variáveis, além de um projeto participado, que potenciam um espaço apropriável pelos seus utilizadores e tornam os mercados elementos agregadores urbanos. Assim, não é necessário o projeto ser participado para gerar um espaço apropriável, basta conter uma variada oferta de serviços e espaços. Considera-se, no entanto, benéfica a existência de participação, uma vez que permite uma resposta mais apontada às necessidades e vontade dos seus utilizadores e potencia o envolvimento dos cidadãos, tanto na definição do projeto como na apropriação do espaço construído, através de um maior sentido de pertença.

Também a relação com o Metro e os transportes públicos, tornam o mercado um local de passagem por todos, tanto habitantes como turistas. A transformação destes edifícios tem grande potencial para enriquecer a cidade, e promover a fruição de pessoas para outras áreas da cidade, uma vez que, quando se reabilita o mercado, também se reabilita a sua envolvente. Por se relacionarem com a envolvente exterior, promovem dinâmicas e usos variados, constituindo-se como espaço urbano fruído pelos seus habitantes. Globalmente, as reabilitações destes mercados não só criaram novos espaços, como revitalizaram as zonas e promoveram outros negócios.

Este modelo funciona, assim, como um exemplo de inovação que atrai a procura pela oferta diferente e diversificada. A forma como as pessoas se apropriam destes espaços define também a sua qualidade enquanto peças arquitetónicas, uma vez que a arquitetura só tem sentido quando apropriada, usada e vivida pelas pessoas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, L.** (2014a). A Nova Arquitectura do Mercado do Bom Sucesso. In J. Ferreira (Ed.). (2014). *Mercado do Bom Sucesso. Bom Sucesso Market*. (pp. 33-34). Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Almeida, N.** (2014b). Formulação do Conceito. In J. Ferreira (Ed.). (2014). *Mercado do Bom Sucesso. Bom Sucesso Market*. (pp. 27-30). Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Almeida, N.** (2020). *Entrevista realizada pela autora a Nelson Almeida*. Disponível em Anexo.
- Almeida, R.** (2014b). Os Elementos que compõem o Mercado do Bom Sucesso. In J. Ferreira (Ed.). (2014). *Mercado do Bom Sucesso. Bom Sucesso Market*. (pp. 35-36). Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Alves, F.; Monteiro, L.** (2018). *Pelos caminhos da Foz do Porto*. Disponível em: <https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2018-05-31-pelos-caminhos-da-foz-do-porto/>. Consultado em 22.05.2020
- Agarez, R.** (Coord.). (2018). *Habitação: 100 anos de políticas públicas em Portugal, 1918-2018*. Lisboa: Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana.
- Ágora.** (2014-2019). *Princípios estratégicos*. Porto: Ágora Cultura e Desporto. Disponível em: <http://www.agoraporto.pt/empresa/principios-estrategicos>. Consultado em 17.05.2020
- Arnstein, S. R.** (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, Vol. 35, Nr. 4, 216-224. Londres: Routledge
- Arquivo Municipal do Porto.** (s/d). *CRUARB. 1974-2003*. Disponível em: <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941/>. Consultado em: 17.05.2020
- Architecturepatrickmauger.** (s/d). *HALLE SECRETAN, Paris. SECRETAN COVERED MARKET*. Disponível em: <http://www.patrickmauger.com/project/8/44/104>. Consultado em 21.11.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d a). *Markets*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/mercats>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d b). *History of the markets*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/content/history-markets>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d c). *Remodelling*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/remodelacions>. Consultado em: 10.12.2020

- Ajuntament de Barcelona.** (s/d d). *Food markets*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/mercats-alimentaris>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d e). *Non-food markets*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/mercats-no-alimentaris>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d f). *Institut Municipal de Mercats de Barcelona*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/institut-municipal-de-mercats-de-barcelona>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d g). *Model Mercat Barcelona*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/canal/model-mercat-barcelona>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (s/d h). *Boqueria Market*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/content/boqueria-market-1>. Consultado em: 10.12.2020
- Ajuntament de Barcelona.** (2015). *The renovation of the Santa Caterina market opened the neighbourhood up to the city*. Disponível em: https://ajuntament.barcelona.cat/ecologiaurbana/en/noticia/the-renovation-of-the-santa-caterina-market-opened-the-neighbourhood-up-to-the-city_196447. Consultado em: 10.12.2020
- Bandeirinha, J. A.** (2011). *O processo SAAL e a arquitetura no 25 de Abril de 1974*. Coimbra: Imprensa da Universidade. Edição original de 2007.
- Barcelona.** (s/d a). *La Boqueria*. Disponível em: https://guia.barcelona.cat/en/detall/mercat-de-sant-josep-la-boqueria_92086009447.html. Consultado em: 10.12.2020
- Barcelona.** (s/d b). *El Mercado de Santa Caterina*. Disponível em: https://www.barcelona.cat/es/conocebcn/pics/atractivos/el-mercado-de-santa-caterina_92086009448.html. Consultado em: 10.12.2020
- Barreta, J.** (2002). *Organização e Gestão dos Mercados Municipais. Mudar e Inovar para Competir*. Lisboa: GEPE-Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia
- Barreta, J.** (s/d). *Mercados Municipais em Portugal – Cenários para 2030*. Disponível em: <https://www.cecoa.pt/custompage/crcarticles?aid=74>. Consultado em 10.12.2020
- Barros, R.** (2014). Porto deve consolidar ganhos do ‘boom’ turístico. In Lusa. (2014). *Porto deve consolidar ganhos do ‘boom’ turístico*. Porto: Porto Canal. Disponível em <http://portocanal.sapo.pt/noticia/28066>. Consultado em: 25.05.2020
- Barthes, R.** (1977). The Death of the Author. In R. Barthes. (1977). *Image, Music, Text*. (pp. 142- 248). Trad. Stephen Heath. London: Fontana Press. 1ª. Edição de 1967.
- Bismarck, P.** (2008). *Mercado ‘Hard Club’ Ferreira Borges ou como escapar à crise de criatividade*. Disponível em: <https://porto.taf.net/dp/htmlnode/4038.html>. Consultado em: 20.05.2020

- Boqueria** (s/d a). *Mercado La Boqueria*. Disponível em: <http://www.boqueria.barcelona/historia-boqueria>. Consultado em: 10.12.2020
- Boqueria** (s/d b). *Aula Boqueria*. Disponível em: <http://www.boqueria.barcelona/aula-boqueria-p-11227-es>. Consultado em: 10.12.2020
- Borges de Araújo, P.** (2003). Conceptualização e estratégias do projecto. In M. L. Sampaio (coord.). *Actas do Colóquio de Museologia Industrial “Reconversão e Musealização de Espaços Industriais”* (pp. 89-99). Porto: Associação para o Museu da Ciência e Indústria.
- Brandão, A.** (2020). *Entrevista realizada pela autora a Alexandre Brandão*. Disponível em anexo.
- Burgess, J.** (1978). Conflict and Conservation in Covent Garden. In: *Espace géographique, tome 7, n°2*, 93-107. Disponível em https://www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1978_num_7_2_1783. Consultado em 21.11.2020
- Câmara Municipal de Lisboa.** (1995). *Mercado de Campo de Ourique*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.
- Câmara Municipal de Lisboa.** (2016). *Plano Municipal dos Mercados de Lisboa 2016-2020*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.
- Câmara Municipal de Matosinhos.** (2012). *Câmara assinala 60 anos do Mercado de Matosinhos*. Disponível em: https://www.cm-matosinhos.pt/pages/242?news_id=2115. Consultado em 25.05.2020
- Câmara Municipal de Matosinhos.** (2017). *Três novos espaços no Mercado de Matosinhos*. Disponível em: https://www.cm-matosinhos.pt/pages/242?news_id=4993. Consultado em: 25.05.2020
- Câmara Municipal de Matosinhos.** (s/d). *Mercado Municipal de Matosinhos*. Disponível em: https://www.cm-matosinhos.pt/uploads/writer_file/location/319/20070726190710948984.pdf. Consultado em: 25.05.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2014-2018a). *Urbanismo*. Disponível em: <http://www.cm-porto.pt/urbanismo/cidade-historica-referencias-arquiteticas>. Consultado em: 14.04.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2014-2018b). *Património Mundial*. Disponível em: <http://www.cm-porto.pt/cultura/patrimonio-cultural/patrimonio-da-humanidade>. Consultado em: 14.04.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2014-2018c). *Como participar*. Disponível em: <http://www.cm-porto.pt/como-participar/como-participar>. Consultado em: 14.04.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2015). *Os Comerciantes do Bolhão*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q53igCFVAyY>. Consultado em: 14.04.2020

- Câmara Municipal do Porto.** (2017a). *Centro Histórico abre-se a visita pela história moderna da reabilitação urbana*. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/centro-historico-abre-se-a-visita-pela-historia-moderna-da-reabilitacao-urbana>). Consultado em: 14.04.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2017b). *Reabilitação Urbana no Porto disparou em três anos*. Porto: Câmara Municipal do Porto. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/reabilitacao-urbana-no-porto-disparou-em-tres-anos>. Consultado em: 14.04.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2017c). *Direitos históricos dos comerciantes do Mercado do Bolhão são preservados*. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/direitos-historicos-dos-comerciantes-do-mercado-do-bolhao-sao-preservados>. Consultado em: 14.04.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2018a). *Porto estreia-se na lista das 100 cidades mais visitadas*. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/porto-estreia-se-na-lista-das-100-cidades-mais-visitadas>. Consultado em: 21.05.2020
- Câmara Municipal do Porto.** (2018b). *Porto foi eleita a cidade da Europa mais interessante para visitar em 2019*. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/porto-foi-eleita-a-cidade-da-europa-mais-interessante-para-visitar-em-2019s>. Consultado em: 21.05.2020
- Campos, J.** (1997). *Porto: Património e Paradigmas*. Porto: Porto Património Mundial
- Cerejo, D.** (2013). *Porto: Um Bom Sucesso de “cara lavada”*. Porto: JPN – Jornalismo Porto Net. Disponível em: <https://www.jpn.up.pt/2013/06/15/porto-um-bom-sucesso-de-cara-lavada/>. Consultado em: 14.04.2020
- Costa, L.** (1996). *O Mercado*. Prova Final em Arquitetura motivado pelo projeto de recuperação do Mercado Engenheiro Silva. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
- Costa, S.** (2001). *Mercado Municipal de Matosinhos*. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/330042/>. Consultado em: 25.05.2020
- Cunha, M.** (2011). *Mercado Bom Sucesso: Comerciantes À Porta Do Desemprego*. RTV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GTjrfoE9thg>. Consultado em: 14.04.2020
- Cunha, P.** (2002). Requalificar a Cidade. In J. Oliveira; L, Pereira. (2002). *Registos de uma transformação*. (p. 33-38). Porto: Porto 2001, S.A.,
- Caminha Município.** (s/d a). *Mercados Municipais*. Disponível em: <https://www.cm-caminha.pt/pages/1080>. Consultado em: 20.11.2020
- Caminha Município.** (s/d b). *Reuniões Descentralizadas*. Disponível em: <https://www.cm-caminha.pt/pages/1183>. Consultado em: 22.11.2020

- Caminha Município.** (2017). *Câmara acorda com os privados extinção da PPP e compra das piscinas por menos de um terço do valor fixado*. Disponível em: https://www.cm-caminha.pt/pages/1281?news_id=1629. Consultado em: 22.11.2020
- Caminha Município.** (2018). *Mercado municipal de Caminha*. Disponível em: https://www.cm-caminha.pt/pages/1265?news_id=165. Consultado em 21.11.2020
- Catalunya.** (s/d). *Mercat de Santa Caterina*. Disponível em: <http://www.catalunya.com/mercat-de-santa-caterina-17-21001-17?language=en>. Consultado em: 09.12.2020
- Catré, M.** (2017). *Conhecer a Realidade Social do Lugar de Projeto em Contexto Académico*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
- CCI Paris.** (s/d). *La nouvelle Halle Secrétan inaugurée*. Disponível em: https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/cci75/actualites-commerce-la-nouvelle-halle-secretan-inauguree/-/asset_publisher/kJOS/content/la-nouvelle-halle-secretan-inauguree/20152/pop_up?_com_liferay_asset_publisher_web_portlet_AssetPublisherPortlet_INSTANCE_kJOS_viewMode=print&_com_liferay_asset_publisher_web_portlet_AssetPublisherPortlet_INSTANCE_kJOS_languageId=fr_FR. Consultado em 22.11.2020
- Civitatis.** (s/d a). *Mercado de San Miguel*. Disponível em: <https://www.tudosobremadrid.com/mercado-san-miguel>. Consultado em: 10.12.2020
- Civitatis.** (s/d b). *Mercado de la Boqueria*. Disponível em: <https://www.tudosobrebarcelona.com/mercado-boqueria>. Consultado em: 10.12.2020
- Coelho, C.** (2013). Designing and assessing the living experience from brief to use. In E. Morello, B. Piga (Org.). *Envisioning Architecture: Design, Evaluation, Communication - Proceedings of the 11th conference of the European Architectural Envisioning Association*. (pp. 183-191). Milano: Edizioni Nuova Cultura
- Coelho, C.** (2015). The Living Experience as a design content: from concept to appropriation. *Ambiances Review, International Journal of Sensory Environment, Architecture and Urban Space*, v. 2015, n. 1, 1-20. Disponível em: <https://journals.openedition.org/ambiances/606>. Consultado em 23.11.2020
- CGCA.** (2020). *The CGCA – a short history*. Disponível em: <https://www.coventgarden.org.uk/about/cgca-history/>. Consultado em: 20.11.2020
- Correio do Minho.** (2011). *Câmara inaugura Escola de Música do Carandá*. Disponível em: <https://www.correiodominho.pt/noticias/camara-inaugura-escola-de-musica-do-caranda/40863>. Consultado em: 23.11.2020
- Covent Garden.** (2019). *History of The Market Building*. Disponível em: <https://www.coventgarden.london/whats-on/history-market-building>. Consultado em: 20.11.2020
- Covent Garden.** (2019). *Street Performers*. Disponível em: <https://www.coventgarden.london/street-performers>. Consultado em: 22.11.2020

- Covent Garden Market Authority.** (2017). *Our story so far*. Disponível em: <https://www.newcoventgardenmarket.com/about/history>. Consultado em: 22.11.2020
- Cupers, K.** (2013). *Use Matters: An Alternative History of Architecture*. London: Routledge
- De Carlo, G.** (2005). Architecture's Public. In P. B. Jones, D. Petrescu, J. Till. (2005). *Architecture and Participation* (pp. 3-18). London: Spon Press. Original edition from the text from 1992.
- Diário Imobiliário.** (2020). *Construção do novo mercado municipal de Caminha arranca 40 anos depois*. Disponível em: <https://www.diarioimobiliario.pt/Actualidade/Construcao-do-novo-mercado-municipal-de-Caminha-arranca-40-anos-depois>. Consultado em: 22.11.2020
- Diário de Notícias.** (2010). Mercados: extinção ou revitalização?. *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/portugal/mercados-extincao-ou-revitalizacao-1553322.html>. Consultado em: 10.12.2020
- DinheiroVivo.** (2019). *Mercado Time Out Porto espera autorização da UNESCO há mais de 1 ano*. Disponível em: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/mercado-time-out-porto-espera-autorizacao-da-unesco-ha-mais-de-1-ano-12804768.html>. Consultado em: 09.12.2020
- Dias, L.** (1997). O caminho da reabilitação do centro histórico do Porto. In J. Campos. (1997). *Porto: Património e Paradigmas*. (pp. 9-10). Porto: Porto Património Mundial
- Dinis, R.** (2014). *Boom de turistas em Lisboa e Porto*. Disponível em: <https://observador.pt/2014/06/08/moda-de-lisboa-e-porto-veio-para-ficar/>. Consultado em: 20.05.2020
- Domingues, A.** (2002). Modo de Ver. In J. Oliveira; L, Pereira. (2002). *Registos de uma transformação*. (p. 51-56). Porto: Porto 2001, S.A.,
- Domingues, A.** (2003). Património Industrial e Requalificação Urbana. In M. L. Sampaio (cord.). *Actas do Colóquio de Museologia Industrial "Reconversão e Musealização de Espaços Industriais"* (pp. 121-130). Porto: Associação para o Museu da Ciência e Indústria.
- Domus Social.** (2020). *Projectos Sociais ConDomus*. Disponível em: <http://www.domussocial.pt/projetos-sociais/condomus-1>. Consultado em: 23.11.2020
- Eberhard, J.** (1988) Forewod. In W. Preiser, E. White, H. Rabinowitz. (1988). *Post-Occupancy Evaluation*. (pp. vii - x) New York: Van Nostrand Reinhold.
- ESG.** (s/d). *O Nosso Mercado*. Disponível em: https://www.esg.pt/rmmc/images/p4/projeto_4.pdf. Consultado em: 20.11.2020
- Espey, N.** (2012). *Covent Garden. A short history*. Disponível em: http://www.coventgardenmemories.org.uk/page_id__33_path__0p36p.aspx. Consultado

- España.** (s/d). *La Boqueria*. Disponível em: <https://www.spain.info/en/places-of-interest/boqueria/>. Consultado em: 10.12.2020
- EMBT.** (s/d). *Santa Caterina Market*. Disponível em: <http://www.mirallestagliabue.com/project/santa-caterina-market-renovation/>. Consultado em 09.12.2020
- Fathy, H.** (2009). *Arquitetura para os Pobres. Uma Experiência no Egito Rural*. Chicago: The University of Chicago Press. Edição original de 1973.
- Ferreira, F.** (2011). Mercado do Bom Sucesso deve encerrar hoje ao público. *Jornal de Notícias*. 31.05.2011. Disponível em: <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/porto/mercado-do-bom-sucesso-deve-encerrar-hoje-ao-publico-1865950.html>. Consultado em: 14.04.2020
- Ferreira, J. (Ed.).** (2014). *Mercado do Bom Sucesso. Bom Sucesso Market*. Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Figueira, J.** (2009) - *A periferia perfeita – pós-modernidade na arquitectura portuguesa, anos 60-anos 80*. Tese de Doutoramento em Arquitetura. Coimbra: Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra. Disponível em [https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/10228/5/Tese%20Jorge e%20Figueira.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/10228/5/Tese%20Jorge%20Figueira.pdf). Consultado em 23.11.2020
- Filipe, A.** (2010). *Mercado de Ferreira Borges*. Disponível em: http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=5550. Consultado em: 20.05.2020
- Gomes, A.** (2015). Mercados de cara lavada - e com muito mais gente. In: Lusa. (2015). *Mercados de cara lavada - e com muito mais gente*. Lisboa: Observador. Disponível em: <https://observador.pt/2015/08/05/mercados-cara-lavada-gente/>. Consultado em: 14.04.2020
- GOP.** (2019). *Grandes Opções do Plano*. Disponível em: http://www.aldoarfoznevogilde.pt/uploads/document/file/494/GOP_e_Or_amento_2019_-_final.pdf. Consultado em: 23.05.2020
- GO Porto** (2020). *abanca-te no Bolhão! No coração do Porto cabe sempre +1*. <http://abanca-tebolhao.goporto.pt>. Consultado em: 02.11.2020
- Goodwin, M.** (2016). *Photo-essays 28 in 28 in 4*. Disponível em: http://www.domusweb.it/en/photo-essays/2016/04/05/marc_goodwin_28_in_28_in_4.html, consultado em 28/08/2017. Consultado em: 12.12.2020
- GOP.** (2004). *Escola de Música do Mercado Cultural do Carandá*. Disponível em: <http://www.gop.pt/projecto-detalle.php?projecto=302&catProj=6&ordem=7>. Consultado em: 23.11.2020
- GTAAC.** (1976). *Memória Descritiva*. Arquivo Distrital de Viana do Castelo: Gabinete Técnico de Apoio a Agrupamentos de Concelhos.

- Guardia, M., Oyon, J.** (2007). Los mercados públicos en la ciudad contemporánea: el caso de Barcelona. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. vol. XII, nr. 744, 1-11. Barcelona: Universidad de Barcelona. Disponível em: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/18808/165_guardia.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Consultado em: 12.12.2020
- Hall, E.** (1990). *The Hidden Dimension*. New York: Anchor Books. Original edition from 1966.
- Hard Club.** (2017). *O Hard Club*. Disponível em: <https://www.hardclubporto.com/PT/o-hard-club/>. Consultado em: 24.05.2020
- Hill, J. (Ed.)**. (1998). *Occupying architecture: between the architect and the user*. London: Routledge.
- IHRU.** (2019). *Pémio Reabilitação de Edifício de Equipamento Mercado Cultural do Carandá*. Disponível em: http://www.ihru.pt/web/guest/-/mercado-cultural-caranda?re-direct=%2Fweb%2Fguest%2Fp-ihru_2012. Consultado em: 23.11.2020
- Ibrahim, R.** (2015). Mercado e Cidade. In M. Roque. (ed.). (2015). *Morfema Revista de Ensaio sobre o Espaço N.º 1. 4-10* Disponível em <http://rasa.pt/morfema>. Consultado em: 14.04.2020
- Inside Lisboa.** (2020). *Mercado da Ribeira – Time Out*. Disponível em: <https://insidelisbon.com/pt/package/guia-de-lisboa-restaurant-petiscos-mercado-ribeira-time-out/>. Consultado em: 09.12.2020
- Jencks, C.** (2006). *The iconic building is here to stay*. *City, 10, 1*, 3-20. London: Routledge
- Jenkins, P.; Forsyth, L.** (2010). *Architecture, Participation and Society*. London: Routledge
- Jenkins, P.; Forsyth, L.; Sharpe, T.; Edge, M.** (2010) Preface. In P. Jenkins; L. Forsyth. (2009) *Architecture, Participation and Society*. (pp.xiii-xvi) Londres: Routledge. Disponível em: <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781135264406/>. Consultado a 21 de Janeiro de 2020.
- Jenkins, P.; Forsyth, L.** (Eds.). (2010). *Architecture, Participation and Society*. London: Routledge. Disponível em: <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781135264406/>. Consultado a 21 de Janeiro de 2020.
- Jenkins, P.; Pereira, M.** (2010). International Experience. In P. Jenkins; L. Forsyth. (2010) *Architecture, Participation and Society*. (pp. 39-59) Londres: Routledge. Disponível em: <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781135264406/>. Consultado a 21 de Janeiro de 2020.
- Jenkins, P.; Milner, J.; Sharp, T.** (2010). Origins of community technical aid and architecture. In P. Jenkins; L. Forsyth. (2010) *Architecture, Participation and Society*. (pp. 24-38) London: Routledge. Disponível em: <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781135264406/>. Consultado a 21 de Janeiro de 2020.

- JN.** (2011). Mercado do Bom Sucesso deve encerrar hoje ao público. *Jornal de Notícias*. 31.05.2011. Disponível em: <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/porto/mercado-do-bom-sucesso-deve-encerrar-hoje-ao-publico-1865950.html>. Consultado em: 14.04.2020
- Jones, P.; Petrescu, D.; Till, J.** (2005). *Architecture and Participation*. London: Spon Press.
- Lago, T.** (2002). Apresentação. In J. Oliveira; L, Pereira. (2002). *Registos de uma transformação*. (pp. 7-9). Porto: Porto 2001, S.A.
- Lago, T.** (2020). *Porto Capital da Cultura 2001 foi “pretexto” para “mudar tudo” na cidade*. Notícias ao Minuto. 29.01.2020. Disponível em: <https://www.noticiasao minuto.com/cultura/1403156/porto-capital-da-cultura-2001-foi-pretexto-para-mudar-tudo-na-cidade>. Consultado em: 14.04.2020
- Le Parisien.** (2015). *Paris (XIXe): découvrez la nouvelle halle Secrétan*. Disponível em: <https://www.leparisien.fr/paris-75/paris-75019/paris-les-habitants-decouvrent-la-nouvelle-halle-secretan-04-10-2015-5153711.php>. Consultado em: 21.11.2020
- Lourenço, J.** (2009). *O processo de participação pública no Grande Porto no dealbar do séc. XXI*. In A. Monteiro (dir.). (2009). *Revista Obra Nascente nº6*, 17-25. Porto: Edições Fernando Pessoa. Disponível em <http://arquitectura.ufp.pt/docs/2013/06/aobranasce06.pdf>. Consultado em: 01.11.2020
- Lusa.** (2007). *Holandeses da Tramcrone investem 50 ME no Mercado do Bolhão*. RTP Notícias. Disponível em: https://www.rtp.pt/noticias/economia/holandeses-da-tramcrone-investem-50-me-no-mercado-do-bolhao_n90144. Consultado em: 14.04.2020
- Lusa.** (2008). *TCN divulga primeira imagem tridimensional do `novo` Mercado do Bolhão*. Lusa Disponível em: https://www.rtp.pt/noticias/pais/tcn-divulga-primeira-imagem-tridimensional-do-novo-mercado-do-bolhao-c-foto_n58721. Consultado em: 22.05.2020
- Lusa.** (2014). *Aos 70 anos, Mercado da Foz, no Porto, quer renovar-se*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2014/01/14/local/noticia/aos-70-anos-mercado-da-foz-no-porto-quer-renovarse-1619672>. Consultado em: 24.05.2020
- Lusa.** (2015). *Mercados de cara lavada - e com muito mais gente*. Disponível em: <https://observador.pt/2015/08/05/mercados-cara-lavada-gente/>. Consultado em: 10.12.2020
- Marçal, H.** (1967). O Sítio do Bolhão. *O Tripeiro*. (1967). *Série VI, ano VII*. Porto
- Marmelo, J.** (2011). Dez anos depois do arranque da programação da capital europeia da cultura Porto 2001 mexeu, mas pouco. *Jornal Público*. 09.01.2011. Disponível em: <https://www.publico.pt/2011/01/09/local/noticia/porto-2001-mexeu-mas-pouco-1474321>. Consultado em: 14.04.2020

- Marques, M.** (2014). *Ainda há lugar para os Mercados Municipais? Repensar o consumo, as sociabilidades e as centralidades urbanas. Os casos de Barcelona e Lisboa*. Dissertação de Mestrado em Arquitetura. Instituto Superior Técnico, Lisboa, Portugal
- Martins, A.** (s/d). *Mercado de Ferreira Borges*. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/74815>. Consultado em: 23.05.2020
- Massena, J.** (2019a). *Reabilitação Do Mercado Do Bolhão*. Porto. Disponível em <http://www.joaquimmassena.com/atelier.php>. Consultado em: 14.04.2020
- Massena, J.** (2019b). *Arquiteto Joaquim Massena critica “descaracterização total” do mercado do Bolhão*. SIC Notícias. Disponível em: <https://sicnoticias.pt/pais/2019-12-27-Arquiteto-Joaquim-Massena-critica-descaracterizacao-total-do-mercado-do-Bolhao>). Consultado em: 14.04.2020
- Massena, J.** (2019c). O Mercado do Bolhão: Entrevista a Joaquim Massena. In C. Foyedo, F. Cunha, G. Sepúlveda, M. Simões, M. Tavares, R. Leal. (ed.). (2019). *Dédalo #5 Centripetação*. (pp. 40-57). Porto: A.E.F.A.U.P. Disponível em <https://issuu.com/revista.dedalo/docs/dedalo5>. Consultado em: 02.11.2020
- MBS.** (2020). *O Conceito*. Porto: Mercado Bom Sucesso. Disponível em: <https://www.mercadobomsucesso.pt/o-conceito/>. Consultado em: 02.11.2020
- Meirinhos, C.** (2016). *Obras de restauro e modernização do Mercado do Bolhão arrancam a 1 de agosto*. Porto: Câmara Municipal do Porto. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tUgzkG9Knus&list=PLiBty8yTFL2WYwov_dXvpLaJHFWyPRxOO&index=5. Consultado em: 14.04.2020
- Melo, R.** (2016). *Mercados Municipais. Origem, Património, Desenvolvimento*. Dissertação de Mestrado em Arquitetura. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
- Mercado de Campo de Ourique.** (s/d). O manifesto do Mercado de Campo de Ourique. Disponível em: <https://www.mercadodecampodeourique.com>. Consultado em: 09.12.2020
- Mercado de La Encarnación.** (2017). *Historia del mercado de la Encarnación. Un Mercado De Larga Tradición*. Disponível em: <https://mercadodelaencarnacion.es/historia-del-mercado/>. Consultado em: 12.12.2020
- Mercearia da Foz.** (2020). *Entrevista realizada pela autora a David Santos*. Disponível em anexo.
- Monteiro, S.** (2018). *Mercado Municipal da Foz: Aqui respira-se tradição e inovação*. Disponível em: <https://jpn.up.pt/2018/06/01/mercado-municipal-da-foz-aqui-respira-se-tradicao-e-inovacao/>. Consultado em: 20.05.2020
- Moreira, R.** (2014). Prefácio. In P. Valença. (2014). *Mouzinho/Flores – Um Eixo de Mudança para o Centro Histórico*. (pp. 9-10). Porto: Porto Vivo, SRU Sociedade de Reabilitação Urbana da Baixa Portuense, S.A.

- Moreira, R.** (2017). O “Claim” mais pequeno do Mundo”. In E. Aires. (2017). *Porto. Manual de Identidade*. (p. 3). Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Moreira, R.** (2019). *Rui Moreira explica adiamento da obra do Mercado do Bolhão*. Porto: Câmara Municipal do Porto. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=7_TiTF7XTNQ. Consultado em: 14.04.2020
- Minho Digital.** (2015). *Mãos à obra em Caminha*. Disponível em: <https://www.minhodigital.com/news/maos-obra-em-caminha>. Consultado em: 22.11.2020
- Município de Braga.** (s/d). *Mercado do Carandá*. Disponível em: <https://www.cm-braga.pt/pt/1201/viver/cultura-e-patrimonio/dinamizacao-cultural/espacos-culturais/item/item-1-496>. Consultado em 23.11.2020
- MUHBA.** (s/d). *MUHBA Santa Caterina*. Disponível em: <https://ajuntament.barcelona.cat/museuhistoria/es/muhba-santa-caterina>. Consultado em; 09.12.2020
- MVRDV.** (s/d). *MARKTHAL*. Disponível em: <https://www.mvrdv.nl/projects/115/markthal>. Consultado em: 10.12.2020
- Nonell, A.** (org.). (1992). *O Mercado do Bolhão: estudos e documentos*. Porto, Câmara Municipal do Porto, Pelouro dos Mercados Equipamentos e Serviços Técnicos.
- O Minho.** (2020). *Construção do novo mercado municipal de Caminha arrancará em setembro*. Disponível em: <https://ominho.pt/construcao-do-novo-mercado-municipal-de-caminha-arrancara-em-setembro/>. Consultado em: 21.11.2020
- Oliveira, J.; Pereira, L.** (2002). *Registos de uma transformação*. Porto: Porto 2001, S.A., Departamento de Renovação Urbana
- Ortigão, N.** (2014). *Aos 70 anos, Mercado da Foz, no Porto, quer renovar-se*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2014/01/14/local/noticia/aos-70-anos-mercado-da-foz-no-porto-quer-renovarse-1619672>. Consultado em: 25.05.2020
- Ortigão, N.** (2018). *Mercado Municipal da Foz: Aqui respira-se tradição e inovação*. Disponível em: <https://jpn.up.pt/2018/06/01/mercado-municipal-da-foz-aqui-respira-se-tradicao-e-inovacao/>. Consultado em: 20.05.2020
- Pacheco, H.** (1984). *Porto*. Lisboa: Editorial Presença, LDA
- Pacheco, H.** (2003). *Porto: Da Cidade e da Gente*. Porto: Edições Afrontamento. Edição consultada n.º. 864
- Pacheco, H.** (2018). *Hélder Pacheco defende que o Porto tem no turismo grande oportunidade e deve afastar o saudosismo*. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/helder-pacheco-defende-que-o-porto-tem-no-turismo-grande-oportunidade-e-deve-afastar-o-saudosismo>. Consultado em: 23.05.2020
- Paris.** (2020). *Les ludothèques*. Disponível em: <https://www.paris.fr/pages/les-ludothèques-2383>. Consultado em: 23.11.2020

- Pechberty, M.** (2015). *Halle Secrétan, pari ambitieux*. Disponível em: <https://www.lejdd.fr/JDD-Paris/Halle-Secretan-pari-ambitieux-752929>. Consultado em: 21.11.2020
- Peres, C.** (s/d). *Recuperação e Adaptação do Mercado Ferreira Borges*. Disponível em <http://cargocollective.com/cristinaperes/In-collaboration-with-Arch-Francisco-Aires-Mateus>. Consultado em: 23.05.2020
- Pinelli, P.** (2015). *L'âme de la halle Secrétan a-t-elle été bradée ?*. Disponível em: <https://www.telerama.fr/sortir/l-ame-de-la-halle-secretan-a-t-elle-ete-bradee,132861.php>. Consultado em: 21.11.2020
- Pinto, C.** (2015). *Arquitetura social participada: contributos para uma nova metodologia*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura. Instituto Superior Técnico, Lisboa Portugal.
- Portas, N.; Domingues, A.; Cabral, J.** (2014). *Políticas urbanas: Tendências, estratégias e oportunidades*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- PortoPonto.** (2019). *Mercado do Bolhão*. Câmara Municipal do Porto. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=85mQgaVEv4g>. Consultado em: 14.04.2020
- Porto Vivo.** (2014). *Apresentação*. Porto: Porto Vivo, SRU. Disponível em: <http://www.portovivosru.pt/pt/centro-historico/plano-de-gestao>. Consultado em: 14.04.2020
- Porto Vivo.** (2005). *Unidade de intervenção no quarteirão Mouzinho Flores. Documento estratégico*. Porto: Porto Vivo, SRU
- Porto Vivo.** (2007a). *Unidade de Intervenção do Quarteirão das Cardosas Projecto Base De Documento Estratégico*. Porto: Porto Vivo, SRU
- Porto Vivo.** (2007b). *Unidade de Intervenção do Quarteirão Ferreira Borges. Documento Estratégico*. Porto: Porto Vivo, SRU
- Porto Vivo.** (2007c). *Unidade de Intervenção do Quarteirão das Cardosas. Documento Estratégico*. Porto: Porto Vivo, SRU
- Preiser, W. F. E.; Rabinowitz, H. Z.; White, E. T.** (1988). *Post-occupancy evaluation*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Preiser, W. F. E.; Visher, J. C.** (2005). *Assessing Building Performance*. Oxford: Elsevier.
- Público.** (2014). *Renovado Mercado de Campo de Ourique recebeu 530 mil visitas no primeiro ano*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2014/11/24/p3/noticia/renovado-mercado-de-campo-de-ourique-recebeu-530-mil-visitas-no-primeiro-ano-1821996>. Consultado em: 09.12.2020
- Quartilho, A.** (2011). *Factos Urbanos. Os Mercados na cidade do Porto*. Dissertação de Mestrado em Arquitetura. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal

- Ramos, L.** (1994). *A História do Porto*. Porto: Porto Editora.
- Rodrigues, F.; Silva, M.** (2015). *Cidade, Habitação e Participação. O Processo SAAL na Ilha da Bela Vista 1974/76*. Porto: Edições Afrontamento.
- Romão, T.** (2018). *Entre Estratégia e Forma: O Papel do Arquiteto na Prática da Arquitetura Participada*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal.
- Ross, D.** (s/d). *Covent Garden Market. History, tourist information, and nearby accommodation*. Disponível em: <https://www.britainexpress.com/attractions.htm?attraction=3297>. Consultado em: 20.11.2020
- Rodrigues, F.; Silva, M.** (2015). *Cidade, Habitação e Participação. O Processo SAAL na Ilha da Bela Vista 1974/76*. Porto: Edições Afrontamento
- Rocha, F.** (2016). *Obras de restauro e modernização do Mercado do Bolhão arrancam a 1 de agosto*. Câmara Municipal do Porto. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tUgzkG9Knus&list=PLiBty8yTFL2WYwov_dXvpLaJHFwyPRxOO&index=5. Consultado em: 14.04.2020
- Roque, M.** (ed.). (2015). Mercados. In M. Roque. (Ed.). (2015). *Morfema Revista de Ensaios sobre o Espaço N.º. 1*. Disponível em <http://rasa.pt/morfema> Consultado em: 14.04.2020
- Rudofsky, B.** (1964). *Architecture without Architects. A short Introduction to Non- Pedigreed Architecture*. New York: Doubleday and Company, Inc.
- SAAL Conselho Nacional.** (1976). *Livro branco do SAAL, 1974-1976: Vol. 1*. Lisboa: Conselho Nacional do SAAL.
- Salvadó, I.** (s/d). *El proceso proyectual de la Rehabilitación del Mercado de Santa Caterina. Una aproximación al modo de operar de Enric Miralles*. Disponível em: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/115235/6_02_Ignasi%20Navas_FINAL.pdf. Consultado em: 09.12.2020
- Sanoff, H.** (2000). *Community Participation Methods in Design Planning*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Santos, T.** (2014). *Who decides? Who provides? Um contributo para a compreensão da obra de John Turner*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
- Sequeiros, P.** (2011). In S. Cunha. (2011). *Bom Sucesso: A maior parte dos comerciantes não regressa ao mercado*. Porto. JPN – Jornalismo Porto Net. Disponível em: <https://www.jpn.up.pt/2011/04/19/bom-sucesso-a-maior-parte-dos-comerciantes-nao-regressa-ao-mercado/>. Consultado em: 14.04.2020

- Sereno, I.** (1996). *Mercado do Bolhão*. In. SIPA Sistemas Informáticos para o Património Arquitectónico. Sacavém: SIPA. Disponível em http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=5473. Consultado em: 14.04.2020
- Sardo, D.** (2014). Espaços Reais. O processo de uma utopia programática. In J. A. Bandeirinha. *O Processo SAAL. Arquitectura e Participação 1974-1976*. (pp. 25-41) Porto: Fundação de Serralves
- SIPA.** (2011). *Mercado Municipal do Carandá / Mercado Cultural do Carandá*. Disponível em: http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=26455. Consultado em: 23.11.2020
- Teixeira, S.** (2007). *Mercados abertos: 1949-1974*. Prova Final de Mestrado Integrado em Arquitectura. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
- The Pritzker Architecture Prize.** (2020). *Alejandro Aravena Biography*. The Hyatt Foundation. Disponível em: <https://www.pritzkerprize.com/laureates/2016>. Consultado a 21 Janeiro de 2020.
- Till, J** (2009). *Architecture depends*. Cambridge: The MIT Press.
- Till, J** (2010). Foreword. In P. Jenkins; L. Forsyth. (2010) *Architecture, Participation and Society*. (pp.xi-xii) Londres: Routledge. Disponível em: <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781135264406/>. Consultado a 21 de Janeiro de 2020.
- Time Out.** (2020). *Conceito*. Disponível em: <https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>. Consultado em: 09.12.2020
- Time Out.** (2021). *Mercado de Campo de Ourique*. Disponível em: <https://www.timeout.pt/lisboa/pt/restaurantes/mercado-de-campo-de-ourique>. Consultado em: 03.01.2021
- Till, J** (2010). Foreword. In P. Jenkins; L. Forsyth. (2010) *Architecture, Participation and Society*. (pp. xi-xii) Londres: Routledge. Disponível em: <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9781135264406/>. Consultado a 21 de Janeiro de 2020. Consultado em: 14.04.2020
- Tostões, A.** (2005). *Obra aberta: Entre experimentalismo e contexto, um sentido de escola*. In N. Pereira. *Arquitectura e cidadania: Atelier Nuno Teotónio Pereira*. (pp. 20-41) Lisboa: CCB e Quimera.
- Urbact Markets.** (2015). *Urban markets: heart, soul and motor of cities*. Barcelona: IMMT - Institut Municipal de Mercats de Barcelona Disponível em: https://urbact.eu/sites/default/files/urbact_markets_handbook_250315.pdf. Consultado em: 03.01.2021
- Voordt, T.; Wegen, H.** (2005). *Architecture in Use: An Introduction to the Programming, Design and Evaluation of Buildings*. Oxford and Burlington: Architectural Press, Elsevier.

- VOTE.** (s/d). *Vote no seu mercado propostas para a reabilitação e requalificação do mercado municipal de caminha*. Disponível em: <https://www.esg.pt/rmmc/#projeto4>. Consultado em: 20.11.2020
- Valença, P.** (2014). *Mouzinho/Flores – Um Eixo de Mudança para o Centro Histórico*. Porto: Porto Vivo, SRU Sociedade de Reabilitação Urbana da Baixa Portuense, S.A. Disponível em: www.portovivosru.pt. Consultado em: 26.05.2020
- Valentim, N.** (2018). Ao nível do desenho, quais foram as grandes opções da vossa intervenção?. In P. Baía. Nuno Valentim: uma apologia do real na arquitectura. *Jornal Público*, 22.04.2018. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/04/22/culturaipsilon/entrevista/nuno-valentim-uma-apologia-do-real-na-arquitectura-1810508>. Consultado em: 14.04.2020
- Valentim, N.** (2016). *Obras de restauro e modernização do Mercado do Bolhão arrancam a 1 de agosto*. Câmara Municipal do Porto. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tUgzkG9Knus&list=PLiBty8yTFL2WYwov_dXvpLaJHFWyPRxOO&index=5 Consultado em: 14.04.2020
- Vieira, A.** (2018). Da Foz de outros tempos perdura um mercado que quer juntar o velho com o novo. *Jornal Público*, 12.02.2018. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/02/12/local/noticia/da-foz-de-outros-tempos-perdura-um-mercado-que-quer-juntar-o-velho-com-o-novo-1802682>. Consultado em: 19.05.2020
- Voordt, T.; Maarleveld, M.** (2006). *Performance of office buildings from a user's perspective*. *Ambiente Construído*. Porto Alegre. v.6. n.3., 7-20, Jul./Set.
- Voordt, T.; Wegen, H.** (2005). *Architecture in Use: An Introduction to the Programming, Design and Evaluation of Buildings*. Oxford and Burlington: Architectural Press, Elsevier.
- WBF.** (s/d). *Mercado Municipal de Matosinhos*. Disponível em: https://www.matosinhoswbf.pt/pages/326?geo_article_id=28. Consultado em: 25.05.2020

SUMÁRIO DE FIGURAS

Figura 1. Esquema representativo das possibilidades de um mercado. Autoria própria	xii
Figura 2. Esquema representativo da matriz de análise. Autoria própria	6
Figura 3. Esquema representativo dos critérios para a escolha das referências. Autoria própria	6
Figura 4. Mercado de <i>La Encarnacion</i> . https://sevilla.abc.es/gurme/reportajes-bares-y-restaurantes/sevilla/un-mediiodia-en-el-mercado-de-la-encarnacion-del-guiso-a-la-calle-jamon/	14
Figura 5. Mercado de Roterdão. https://www.mvrdv.nl/projects/115/markthal	14
Figura 6. Mercado de <i>San Miguel</i> . https://mut.cl/blog/mercado-urbanos-que-inspiran/	14
Figura 7. Esquema representativo do modelo de gestão do IMMB. Autoria própria	18
Figura 8. Esquema representativo do modelo de gestão do IMMB. Autoria própria	22
Figura 9. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de <i>Sant Josep La Boqueria</i> . Autoria própria	25
Figura 10. Entrada do Mercado de <i>Sant Josep La Boqueria</i> . https://www.skillshare.com/projects/Mercat-de-Sant-Josep-de-la-Boqueria-Barcelona/85239	26
Figura 11. Interior do Mercado de <i>Sant Josep La Boqueria</i> . https://www.eurocheapo.com/blog/right-way-see-la-boqueria-market-barcelona.html	26
Figura 12. Sala de aula <i>La Boqueria</i> . http://www.boqueria.barcelona/presentada-la-nueva-aula-boqueria-n-58-es	26
Figura 13. Banca de venda de produtos do Mercado <i>La Boqueria</i> . https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercat_de_Sant_Josep_-_La_Boqueria_(31867148700).jpg	28

Figura 14. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de <i>Santa Caterina</i> .	30
Autoria própria	
Figura 15. Coberuta do Mercado de <i>Santa Caterina</i> .	31
https://www.barcelona.com/barcelona_directory/monuments/mercat_santa_caterina	
Figura 16. Interior do Mercado de <i>Santa Caterina</i> .	31
https://www.publicspace.org/works/-/project/d141-rehabilitacio-del-mercat-de-santa-caterina	
Figura 17. Interior do Mercado de <i>Santa Caterina</i> .	31
http://www.boqueria.barcelona/presentada-la-nueva-aula-boqueria-n-58-es	
Figura 18. Centro de Interpretação Arqueológica, <i>Espai Santa Caterina</i> .	32
https://structurae.net/en/media/321190-santa-caterina-market-hall	
Figura 19. Centro de Interpretação Arqueológica, <i>Espai Santa Caterina</i> .	32
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MUHBA_Santa_Caterina_Barcelona.JPG	
Figura 20. Residência Sênior junto ao mercado.	32
https://www.arquitecturacatalana.cat/es/obras/habitatges-per-a-ancians-santa-caterina	
Figura 21. Espaço exterior do Mercado <i>Santa Caterina</i> .	34
https://www.guiding-architects.net/barcelona-city-of-markets/	
Figura 22. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado da Ribeira <i>Time Out</i> .	35
Autoria própria	
Figura 23. Mercado da Ribeira, 1940.	36
https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/	
Figura 24. Mercado da Ribeira enquanto mercado abastecedor.	36
https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/	
Figura 25. Mercado da Ribeira <i>Time Out</i> , 2014.	36
https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/	
Figura 26. Interior do Mercado da Ribeira <i>Time Out</i> .	38
https://www.portugalvisitor.com/portugal-attractions/timeout	
Figura 27. Workshop de culinária.	38
https://www.timeout.pt/lisboa/pt/restaurantes/um-festival-que-vai-ser-uma-fatura	
Figura 28. Os mercados existentes no mundo.	38
https://www.timeoutmarket.com	
Figura 29. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de Campo de Ourique.	41
Autoria própria	

Figura 30. Mercado de Campo de Ourique, 1934. https://restosdecoleccion.blogspot.com/2015/05/mercado-de-campo-de-ourique.html	42
Figura 31. Mercado de Campo de Ourique, 1934. https://restosdecoleccion.blogspot.com/2015/05/mercado-de-campo-de-ourique.html	42
Figura 32. Fachada do Mercado de Campo de Ourique. https://informacoeseservicos.lisboa.pt/contactos/diretorio-da-cidade/mercado-campo-de-ourique	42
Figura 33. Mercado de Campo de Ourique, 2014. https://www.evasoes.pt/o-que-fazer/a-ecletica-rua-de-campo-de-ourique-que-foi-a-ultima-morada-de-pessoa/873561/	44
Figura 34. <i>Workshop</i> de culinária. https://www.mercadodecampodeourique.com	44
Figura 35. Os mercados existentes no mundo. https://www.pinterest.pt/pin/492722015459337103/	44
Figura 36. Esquema representativo da Participação. Autoria própria	48
Figura 37. Capa do livro <i>Architecture, Participation and Society</i> . Jenkins, Forsyth, 2010	52
Figura 38. Capa do livro <i>Use matters: an alternative history of architecture</i> . Cupers, 2013	52
Figura 39. Capa do livro <i>Architecture Without Architects</i> . Rudofsky, 1964	54
Figura 40. Capa do livro <i>Arquitetura para os Pobres</i> . Fathy, 2009	56
Figura 41. Capa do livro <i>Community Participation Methods in Design and Plannings</i> . Sanoff, 2000	56
Figura 42. Esquema de oito degraus proposto por Arnstein em <i>A Ladder of Citizen Participation</i> , 1969. Autoria própria com base no Figura 2 da página 217 de Arnstein, 1969	56
Figura 43. Capa do livro <i>Architecture Depends</i> . Till, 2009	56
Figura 44. <i>Incremental Housing</i> . Aravena, Iacobelli, 2012	58
Figura 45. Capa do livro <i>Post-Occupancy Evaluation</i> . Preiser, White, Rabinowitz, 1988	62

Figura 46. Capa do livro <i>The Social Logic of Space</i> . Hillier, Hanson, 1984	62
Figura 47. Capa do livro <i>Design Participation</i> . Cross, 1972	62
Figura 48. Capa do livro <i>Occupying architecture</i> . Hill, 1998	62
Figura 49. Esquema representativo da relação Avaliação Pós Ocupação - Participação - Apropriação. Autoria própria	64
Figura 50. Cartaz da exposição: O Processo SAAL. Arquitetura e Participação 1974 - 1976. https://www.serralves.pt/pt/actividades/o-processo-saal-arquitetura-e-participacao-1974-1976/	66
Figura 51. Unidade de Habitação Cooperativa (Nuno Teotónio Pereira e Bartolomeu da Costa Cabral para a Associação dos Inquilinos Lisbonenses, 1957). Agarez, 2018	68
Figura 52. Condição de Habitação http://www.cd25a.uc.pt/index.php?r=site/page&view=itempage&p=1353	70
Figura 53. “Ilha” no Porto. http://www.cd25a.uc.pt/index.php?r=site/page&view=itempage&p=1353	70
Figura 54. Bairro de São Vítor. AAVV, 2019	72
Figura 55. Bairro da Bouça. https://espacodearquitetura.com/projetos/bairro-da-bouca/	72
Figura 56. Ilha da Bela Vista antes das intervenções realizadas pela CMP https://www.idealista.pt/news/imobiliario/habitacao/2018/07/06/36728-programa-de-apoio-para-reabilitar-ilhas-do-porto-e-complexo-mas-autarquia-quer	74
Figura 57. Lançamento do concurso público para a reabilitação da Ilha da Bela Vista http://www.domussocial.pt/noticias-domus/lancado-concurso-publico-para-a-reabilitacao-da-ilha-da-bela-vista	74
Figura 58. Ilha da Bela Vista após intervenção https://www.porto.pt/pt/noticia/visita-as-ilhas-mostra-que-ha-solucoes-diferentes-para-o-mesmo-problema	74
Figura 59. Imagem do Google Maps com indicação da localização do <i>Halle Secrétan</i> . Autoria própria	78

Figura 60. Mercado <i>Halle Secrétan</i> , séc. XIX	80
https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no	
Figura 61. Mercado <i>Halle Secrétan</i> , antes da intervenção.	80
https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no	
Figura 62. Mercado <i>Halle Secrétan</i> , antes da intervenção.	80
https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no	
Figura 63. Mercado <i>Halle Secrétan</i> .	82
https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no	
Figura 64. Supermercado do Mercado <i>Halle Secrétan</i> .	82
https://www.archdaily.com/794084/secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger/57bfa4bce58ecccfd0000b0-secretan-covered-market-architecture-patrick-mauger-photo?next_project=no	
Figura 65. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de Caminha.	86
Autoria própria	
Figura 66. Mercado de Caminha, antes das intervenções.	88
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia	
Figura 67. Mercado de Caminha, antes das intervenções.	88
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia	
Figura 68. Mercado de Caminha com cartaz a apresentar a proposta vencedora.	90
https://www.cm-caminha.pt/pages/1265?news_id=165	
Figura 69. Proposta vencedora do concurso.	90
https://www.esg.pt/rmmc/images/p4/projeto_4.pdf	
Figura 70. Render do novo projeto para o mercado.	92
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia	
Figura 71. Render do novo projeto para o mercado.	92
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia	
Figura 72. Zona de Implantação para o Mercado Temporário de Caminha.	94
Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia	

Figura 73. Render do Mercado Temporário de Caminha. Imagens gentilmente cedidas pelo Arquiteto Rui Correia	94
Figura 74. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de <i>Covent Garden</i> . Autoria própria	96
Figura 75. Mercado de <i>Covent Garden</i> nos anos de 1960. https://www.anothermag.com/art-photography/11214/an-eclectic-look-at-old-covent-garden-market-in-the-1960s-and-70s	98
Figura 76. Mercado de <i>Covent Garden</i> nos anos de 1960. https://www.knightfrank.co.uk/office-space/guides/strand-covent-garden	100
Figura 77. Mercado de <i>Covent Garden</i> nos anos de 1960. https://www.geo.de/reisen/reiseziele/19645-bstr-fuenf-typische-fehler-von-london-touristen-und-was-man-lieber-tun/256597-img-covent-garden-ein-gelungener-mix	100
Figura 78. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado Cultural do Carandá. Autoria própria	104
Figura 79. Entrada para a escola de dança. Autoria própria	106
Figura 80. Volume onde se localiza a escola de música. Autoria própria	106
Figura 81. Fachada de vidro da escola de música. Autoria própria	106
Figura 82. A presença da ruína no Mercado do Carandá. Autoria própria	108
Figura 83. Volume do Mercado do Carandá, onde agora está instalada a escola de dança. Autoria própria	108
Figura 84. Esquema de localização dos casos de estudo. Autoria própria	112
Figura 85. Ribeira do Porto. http://www.porto.pt/noticias/orcamento-da-cidade-do-porto-continua-a-crescer--em-2020-sera-o-maior-de-sempre-com-315-milhoes	114
Figura 86. Cartaz Porto 2001 - Capital Europeia da Cultura. https://www.publico.pt/2016/10/11/culturaipsilon/noticia/a-capital-europeia-da-cultura-foi-uma-dobra-no-tempo-do-porto-1746859	119
Figura 87. Casa da Música. https://www.archdaily.com.br/br/765378/casa-da-musica-oma	120

Figura 88. Biblioteca Almeida Garrett.	120
http://www.buildingbutler.com/bd/José-Manuel-Soares/Porto/Biblioteca-Almeida-Garrett/3864	
Figura 89. Teatro Nacional São João.	120
https://www.tnsj.pt/pt/edificios/teatro-nacional-sao-joao	
Figura 90. Museu Soares dos Reis.	120
https://porto-sentido.blogs.sapo.pt/233733.html	
Figura 91. Teatro Carlos Aberto.	120
https://www.tnsj.pt/pt/edificios/teatro-carlos-alberto	
Figura 92. Mosteiro São Bento da Vitória.	120
https://www.tnsj.pt/pt/edificios/mosteiro-de-sao-bento-da-vitoria	
Figura 93. Imagem do Google Maps com indicação da localização dos Quarteirões das Ruas das Flores e Mouzinho.	124
Autoria própria	
Figura 94. Rua Mouzinho da Silveira.	124
Autoria própria	
Figura 95. Rua das Flores.	124
Autoria própria	
Figura 96. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Quarteirão das Cardosas	126
Autoria própria	
Figura 97. Palácio das Cardosas, atual Hotel Intercontinental.	126
Autoria própria	
Figura 98. Imagem do Google Maps com indicação dos 37 edifícios em reabilitação em 2017.	130
Autoria própria	
Figura 99. Turismo na Ribeira do Porto.	132
https://expresso.pt/economia/2020-10-13-OE-2021-falta-apoio-as-empresas-em-materia-fiscal-diz-a-Confederacao-do-Turismo-de-Portugal	
Figura 100. Esquema representativo do modelo de participação promovido pela CMP	136
Autoria própria	
Figura 101. Inscrição para Participação no PDM 2020	138
https://pdm.cm-porto.pt/participacao-publica/	
Figura 102. Mercado da Ribeira, 1950	142
http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/627647/?q=Mercado	

Figura 103. Esquema de localização de super e hipermercados no Porto e Gaia. Autoria própria	144
Figura 104. Mercado do Bolhão, antes das intervenções. https://www.mundoportugues.pt/mercado-do-bolhao-regressa-daqui-dois-anos/	146
Figura 105. Mercado do Bom Sucesso, 2020. Autoria própria	146
Figura 106. Mercado Ferreira Borges, 2020. Autoria própria	146
Figura 107. Mercado da Foz do Douro, 2020. Autoria própria	146
Figura 108. Mercado de Matosinhos, 2019. https://www.evasoes.pt/comer/6-lugares-para-comer-no-mercado-de-matosinhos/716906/	146
Figura 109. Esquema representativo dos métodos de recolha de informação. Autoria própria	148
Figura 110. Questionário relativo à reabilitação dos Mercados do Bolhão e Bom Sucesso. Autoria própria	150
Figura 111. Questionário relativo à reabilitação dos Mercados da Foz e de Matosinhos. Autoria própria	150
Figura 112. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado Ferreira Borges. Autoria própria	155
Figura 113. Planta de localização do Mercado Ferreira Borges. Escala 1/1000. Autoria própria	156
Figura 114. Mercado Ferreira Borges, 1900. http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/51756/?q=mercado+ferreira+borges	158
Figura 115. Mercado Ferreira Borges, 1978. http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/310790/?q=mercado+ferreira+borges	158
Figura 116. Feira do Livro no Mercado Ferreira Borges, 1998. http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/256111/?q=mercado+ferreira+borges	158
Figura 117. Planta do R/C do <i>Hard Club</i> . Escala 1/500. Planta desenhada pela autora com base no material disponível em http://cargocollective.com/cristinaperes/In-collaboration-with-Arch-Francisco-Aires-Mateus .	160

Figura 118. Interior no novo Mercado Ferreira Borges.	160
https://guiasdearquitectura.com/pt/produtos/packs/new-projects/mercado-ferreira-borges-hard-club	
Figura 119. Espaço polivalente do Mercado Ferreira Borges.	160
https://www.hardclubporto.com/PT/o-hard-club/	
Figura 120. Pequena Feira no Mercado Ferreira Borges.	160
https://www.pinterest.pt/pin/302515299944177907/	
Figura 121. Restaurante do Mercado.	162
https://www.hardclubporto.com/PT/o-hard-club/	
Figura 122. Mercado Ferreira Borges, 2020.	162
Autoria própria	
Figura 123. Mercado Ferreira Borges, 2020.	162
Autoria própria	
Figura 124. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado do Bolhão.	163
Autoria própria	
Figura 125. Planta de localização do Mercado do Bolhão. Escala 1/1000.	164
Autoria própria	
Figura 126. Mercado do Bolhão, 1992.	166
https://joaquimmassena.com/projeto6258.html?id=21	
Figura 127. Mercado do Bolhão, 1992.	166
https://joaquimmassena.com/projeto6258.html?id=21	
Figura 128. Mercado do Bolhão, 1992.	166
https://joaquimmassena.com/projeto6258.html?id=21	
Figura 129. Título de notícia: “Holandeses da Tramcrone investem 50 ME no Mercado do Bolhão”.	168
https://www.rtp.pt/noticias/economia/holandeses-da-tramcrone-investem-50-me-no-mercado-do-bolhao_n90144	
Figura 130. Render da proposta apresentada pela TCN.	168
https://tvi24.iol.pt/porto/mercado/bolhao-a-maior-derrota-politica-de-rui-rio	
Figura 131. Título de notícia: “Bolhão: Câmara do Porto anula adjudicação à TCN”.	170
https://expresso.pt/feeds/lusa/lusaeconomia/bolhao-camara-do-porto-anula-adjudicacao-a-tcn-actualizada=f406805	

- Figura 132.** Título de notícia: “20 milhões de euros para reabilitar o Bolhão. Projeto mantém a traça original e mercado de frescos. **170**
<https://www.porto.pt/pt/noticia/20-milhoes-de-euros-para-reabilitar-o-bolhao--o-projeto-mantem-a-traca-original-e-mercado-de-fresco>
- Figura 133.** Apresentação do novo projeto para o Mercado do Bolhão, 2015. **170**
<https://www.porto.pt/pt/noticia/20-milhoes-de-euros-para-reabilitar-o-bolhao--o-projeto-mantem-a-traca-original-e-mercado-de-fresco>
- Figura 134.** Conjunto de *Renders* do projeto para o novo Mercado do Bolhão. **171**
<https://www.porto.pt/pt/noticia/20-milhoes-de-euros-para-reabilitar-o-bolhao--o-projeto-mantem-a-traca-original-e-mercado-de-fresco>
- Figura 135.** Planta Piso 0 do novo Mercado do Bolhão. **172**
<http://abanca-tebolhao.goporto.pt/bancas/documentos-do-concurso-bancas>
- Figura 136.** Planta Piso 2 do novo Mercado do Bolhão. **172**
<http://abanca-tebolhao.goporto.pt/restaurantes/documentos-do-concurso-restaurantes>
- Figura 137.** Mercado Temporário do Bolhão, 2020. **174**
 Autoria própria
- Figura 138.** Interior do Mercado Temporário do Bolhão, 2020. **174**
 Autoria própria
- Figura 139.** Imagem do concurso público para os espaços livre do Mercado do Bolhão. **176**
<http://abanca-tebolhao.goporto.pt>
- Figura 140.** Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado da Foz do Douro. **177**
 Autoria própria
- Figura 141.** Planta de localização do Mercado da Foz do Douro. Escala 1/1000. **178**
 Autoria própria
- Figura 142.** Mercado da Foz do Douro, 1945. **179**
<http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/266224/?q=mercado+foz+do+douro>
- Figura 143.** Mercado da Foz do Douro, com projeto de reabilitação apresentado. **179**
<https://www.viajecomigo.com/2016/11/20/mercado-da-foz-porto/>
- Figura 144.** Mercado da Foz do Douro antes das obras de reabilitação. **179**
 Imagem gentilmente cedida pelo Arquiteto Luís Moreira
- Figura 145.** Planta do Mercado da Foz do Douro após intervenções. Escala 1/500. **180**
 Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquiteto Luís Moreira

Figura 146. Planta do novo projeto para o Lavadouro da Ervilha. Escala 1/500. Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquiteto Luís Moreira	180
Figura 147. Interior do Mercado da Foz do Douro, 2020. Autoria própria	182
Figura 148. Entrada para o Lavadouro da Ervilha, 2020. Autoria própria	182
Figura 149. Novo restaurante e esplanada do Mercado da Foz do Douro, 2020. Autoria própria	183
Figura 150. Espaço do Cidadão. https://www.porto.pt/pt/noticia/espaco-cidadao-da-foz-fez-um-ano	184
Figura 151. Espaço do Cidadão. https://www.porto.pt/pt/noticia/espaco-cidadao-da-foz-fez-um-ano	184
Figura 152. Entrada do Mercado da Foz do Douro, 2020. Autoria própria	184
Figura 153. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado de Matosinhos. Autoria própria	187
Figura 154. Planta de localização do Mercado de Matosinhos. Escala 1/1000. Autoria própria	188
Figura 155. Anteprojeto do Mercado de Matosinhos, 1936. https://www.cm-matosinhos.pt/servicos-municipais/comunicacao-e-imagem/noticias/noticia/camara-assinala-60-anos-do-mercado-de-matosinhos	189
Figura 156. Fachada principal do Mercado de Matosinhos. https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/galeria?image_gallery_id=mercado-de-matosinhos	189
Figura 157. Interior do Mercado de Matosinhos. https://www.cm-matosinhos.pt/conhecer/galeria?image_gallery_id=mercado-de-matosinhos	189
Figura 158. Planta do R/C do Mercado de Matosinhos após intervenções de 2009. Escala 1/500. Planta desenhada pela autora com base no material consultado em Delgado, 2015.	190
Figura 159. Planta do primeiro piso do Mercado de Matosinhos após intervenções de 2009. Escala 1/500. Planta desenhada pela autora com base no material consultado em Delgado, 2015.	190

Figura 160. Planta da zona das Incubadoras de Empresas. Escala 1/500.	192
Planta desenhada pela autora com base no material consultado em Delgado, 2015 e https://www.cm-matosinhos.pt/servicos-municipais/apoio-as-atividades-economicas-e-investidor/espaco-quadra	
Figura 161. Zona de Peixaria no Mercado.	192
Autoria própria	
Figura 162. Relação dos dois pisos do Mercado.	192
Autoria própria	
Figura 163. Restauração e Incubadoras de Empresas no Mercado.	192
Autoria própria	
Figura 164. Zona de produtos frescos no Mercado.	192
Autoria própria	
Figura 165. Imagem do Google Maps com indicação da localização do Mercado do Bom Sucesso.	195
Autoria própria	
Figura 166. Planta de localização do Mercado do Bom Sucesso. Escala 1/1000.	196
Autoria própria	
Figura 167. Mercado do Bom Sucesso, 1952.	197
http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/676618?q=mercado+bom+sucesso	
Figura 168. Mercado do Bom Sucesso, 1966.	197
http://gisaweb.cm-porto.pt/units-of-description/documents/297001?q=mercado+bom+sucesso	
Figura 169. Planta do R/C do Mercado do Bom Sucesso, 2012.	198
Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquiteto Nelson Almeida	
Figura 170. Planta do primeiro piso do Mercado do Bom Sucesso, 2012.	198
Planta desenhada pela autora com base no material cedido gentilmente pelo Arquiteto Nelson Almeida	
Figura 171. Novos quiosques, 2020.	200
Autoria própria	
Figura 172. Zona do Mercado de Frescos, 2017.	200
https://sempreentreviagens.com/2017/04/o-novo-mercado-do-bom-sucesso/	
Figura 173. Espaço destinado a diversos eventos.	200
Autoria própria	

Figura 174. Manifestação à entrada do Mercado do Bom Sucesso. https://www.viveroport.com/2011/05/mercado-do-bom-sucesso/	202
Figura 175. Título da notícia: “Cinco anos depois, pouco resta do antigo Bom Sucesso no novo mercado.”, 2018. https://www.publico.pt/2018/06/13/local/noticia/cinco-anos-depois-o-bom-sucesso-1834252	202
Figura 176. Hotel da Música. https://www.fa-arquitectos.pt/portfolio/hotel-da-musica/	206
Figura 177. Concerto de música no Mercado do Bom Sucesso. https://www.facebook.com/Mercadobomsucesso/photos	206
Figura 178. <i>Workshop</i> de cozinha no Mercado do Bom Sucesso. https://www.facebook.com/Mercadobomsucesso/photos2	206
Figura 179. Esquema representativo da análise da participação e apropriação nos casos de estudo Autoria própria	208

ANEXOS

CRONOLOGIAS

ENTREVITAS

ANÁLISE AOS QUESTIONÁRIOS REALIZADOS *ONLINE*

ANEXOS

CRONOLOGIAS

CRONOLOGIA DO MERCADO FERREIRA BORGES¹

- 1885 – 1888:** Construção do edifício projetado pelo Arquiteto João Carlos Machado.
- 1900:** Câmara Municipal do Porto declara o mercado incapaz de responder às necessidades dos seus comerciantes e utilizadores.
- 1980:** Classificação do Mercado como Imóvel de Interesse Público.
Obras de reabilitação pelo Arquiteto Manuel Huet Furtado.
- 2009:** Obras de reabilitação pelo Arquiteto Francisco Aires Mateus.
- 2010:** Inauguração do novo mercado – *Hard Club*.

CRONOLOGIA DO MERCADO DO BOLHÃO²

- 1810:** Aquisição dos terrenos onde se veio implantar o Mercado do Bolhão
- 1837:** A Câmara Municipal do Porto instala uma praça comercial com a atribuição dos primeiros lugares do então chamado “Mercado Interno do Bolhão”.
- 1839:** Projeto para o Mercado do Bolhão
- 1850:** Construção do edificado do mercado.
- 1858:** Projeto de reforma do Mercado do Bolhão.
- 1910:** Anteprojeto do Arquiteto Casimiro Barbosa, que foi abandonado.
- 1914:** Construção do atual mercado pelo Arquiteto Correia da Silva.
- 1939:** Construção da passagem entre as galerias do Mercado do Bolhão
- 1948:** Construção do piso que divide o edifício.
- 1984:** Os serviços municipais detetam patologias construtivas graves nos pavimentos do mercado. A autarquia decide abrir um concurso público dada a necessidade de uma intervenção de consolidação e reabilitação do mercado
- 1990:** A CMP encarrega a Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto de organizar um concurso público para o Projeto de Reabilitação do Mercado do Bolhão
- 1992:** É escolhido, por concurso público internacional, o projeto de Joaquim Massena para a Reabilitação do Mercado do Bolhão
- 1994:** Reabilitação do Mercado, fazendo nesse mesmo ano, a adjudicação à equipa liderada pelo arquiteto Joaquim Massena, em articulação com o sistema de Metro Ligeiro do Porto

1 Cronologia de autoria própria com base na pesquisa em *O Mercado do Bolhão – Estudos e Documentos* (Nonell, 1992) e em <https://www.hardclubporto.com/PT/o-hard-club/>

2 Cronologia de autoria própria com base na pesquisa em *O Mercado do Bolhão – Estudos e Documentos* (Nonell, 1992) e em <http://www.mercadobolhao.pt/pt/bolhao>

- 1996-98:** É esperado que o projeto de Joaquim Massena seja executado entre este período de tempo, mas isto não se concretiza.
- 1997:** Classificação do Mercado do Bolhão enquanto edifício Patrimonial.
- 2005:** O Laboratório Nacional de Engenharia Civil (LNEC) apresenta um relatório no qua aponta riscos de ruína na ala Sul do mercado.
O mercado é provisoriamente encerrado e são colocados andaimes.
- 2007:** Novo concurso público de Conceção/Construção/Exploração.
- 2008:** Contrato para adjudicar a privados a recuperação e exploração do mercado.
A Assembleia Municipal do Porto aprova o projeto TramCroNe (TCN), mas esta proposta não é bem aceite pelos comerciantes
A CMP decide anular a adjudicação é empresa TCN, devido à contestação que resultou da proposta desta empresa e ao atraso na assinatura do contrato.
A CMP assina um protocolo com o Ministério da Cultura para a reabilitação do mercado cujo projeto ficaria a cargo do Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico (IGESPAR)
- 2009:** O IGESPAR aprova o programa preliminar proposto pela autarquia para a reabilitação do mercado.
- 2010:** No Relatório de inspeção e Diagnóstico Estrutural, realizado pela FEUP (Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto) no âmbito dos estudos exigidos pela Direção Regional de Cultura do Norte (DRCN), conclui-se que o Mercado do Bolhão apresenta “razoáveis condições estruturais”, não estando em risco de ruir. No entanto, esse mesmo relatório ressalva a necessidade de obras a curto prazo no edifício.
- 2011:** Rui Rio anunciou não poder avançar com o projeto.
- 2015:** Projeto do mercado do Bolhão: Quarta iniciativa para requalificar o espaço.
A Câmara do Porto, já com o Rui Moreira na presidência, apresenta o projeto de restauro e modernização do mercado do Bolhão, da autoria de Nuno Valentim. Este é aprovado no final de 2015.
- 2016:** O concurso público para a requalificação do mercado é lançado até final de março de 2016.
- 2017:** Surgem notas dos primeiros atrasos.
As obras no centro comercial *La Vie*, para onde o mercado se deslocará temporariamente, foram, entretanto, desenvolvidas.
A empreitada é adjudicada ao agrupamento Alberto Couto Alves S.A. e Lúcio da Silva Azevedo & Filhos S.A.
- 2018:** A CMP anuncia que a transferência dos comerciantes para o *La Vie* será feita até ao final do mês de abril e as obras de requalificação do Mercado do Bolhão irão arrancar em maio.
- 2020:** Data prevista para a conclusão das obras no Mercado do Bolhão.

CRONOLOGIA DO MERCADO DA FOZ DO DOURO³

1944: Construção do Mercado.

1953: Diminuição do fluxo de clientes

³ Cronologia de autoria própria com base na pesquisa em *O Mercado do Bolhão – Estudos e Documentos* (Nonell, 1992) e em <https://www.publico.pt/2014/01/14/local/noticia/aos-70-anos-mercado-da-foz-no-porto-quer-renovarse-1619672>. (Lusa, 2014)

- 2014:** Concurso ganho pelo *atelier* ATMOMO
- 2020:** Conclusão das obras nas fachadas das lojas.
- 2020:** Apresentação da Proposta de Intervenção no Lavadouro.

CRONOLOGIA DO MERCADO DE MATOSINHOS⁴

- 1884:** Construção do edifício original.
- 1928:** Intervenções no edifício.
- 1936:** Concurso para o novo mercado.
- 1944:** Início da obra.
- 1952:** Inauguração no novo mercado de Matosinhos.
- 2007:** Reabilitação pelo Engenheiro Vítor Abrantes.
- 2012:** Projetado o piso superior.
- 2013:** Classificação do Mercado como Monumento de Interesse Público

CRONOLOGIA DO MERCADO DO BOM SUCESSO⁵

- 1949:** Data do projeto, elaborado pelo atelier de arquitetura ARS – Arquitetos
- 1951:** Adjudicação da obra de construção.
- 1952:** Inauguração do mercado.
- 2008-2009:** Elaboração do conceito e projeto para o novo Mercado do Bom Sucesso pelo *atelier* Ferreira de Almeida, Arquitectos.
- 2009:** CMP aprovou a entrega do Mercado do Bom Sucesso a uma empresa privada, a Eusébios, para a construção de um hotel.
- 2009-2013:** Reconversão do mercado integrado, hotel, escritórios e comércio – Projeto de Arquitetura
- 2011:** Assinada a escritura para a cedência do direito nos próximos 50 anos (prorrogáveis por mais 20) de superfície do Mercado do Bom Sucesso à empresa Mercado Urbano (subsidiária da bracarense Eusébios & Filhos, SA).
- 2013:** Inauguração do novo Mercado do Bom Sucesso.
- 2014:** Mercado vencedor do Global Awards for Excellence da Urban land Institute
Prémio Nacional de Reabilitação Urbana 2014 na categoria de Serviço e Comércio.
- 2015:** Premio Nacional do Imobiliário – Comércio
Prémio Nacional do Imobiliário – Melhor Empreendimento.
- 2019:** Fecho do mercado de frescos.

4 Cronologia de autoria própria com base na pesquisa em *Uma concepção totalitária – “ARS Arquitectos. Cultura, ideologia e tecnologia construtiva na década de 1930 em Portugal.”* (Delgado, 2015)

5 Cronologia de autoria própria com base na pesquisa em *Mercado do Bom Sucesso.* (Ferreira, 2014)

ANEXOS

ENTREVISTAS

ENTREVISTA AO ARQUITETO NELSON ALMEIDA

sobre o mercado do BOM SUCESSO

23 de Abril de 2020

“[...] Tudo começou em 2008, o que quer dizer que já lá vão 13 anos, o que é muito tempo. Inaugurou em 2013, mas o conceito foi desenvolvido no fim de 2008 e primeiro semestre de 2009. É muito importante colocar as coisas em perspectiva e lembrar que Portugal em arrasto do resto Mundo entrava na maior crise económica e social desde a 2ª Guerra. Não deixa de ser curioso estarmos agora, em pleno início de um novo ciclo de crise a falar do MBS.” (Almeida, 2020)

Qual a relação do mercado com a cidade?

Não sei se a Maria é de Coimbra e até que ponto conhece o Porto. O mercado era uma peça ENORME num local muito importante da cidade.

Esta enorme peça estava em muito mau estado e a contribuir para a decadência da zona. Efectivamente recordando o momento, as coisas não iam nada bem ali à volta; o comércio ia mal, os dois shoppings iam mal, o comércio de rua muito mal, os parkings tinham alguns dos pisos encerrados por falta de clientes, os restaurantes e cafés com pouca frequência e imagem decadente, muitos escritórios devolutos..., enfim, tudo a condizer.

E isto quando olhávamos para o lado “da fachada convexa”, porque do lado da fachada côncava (supostamente a fachada principal no projecto original) apenas tínhamos o terminal de camionagem e “as traseiras dos edifícios de Júlio Dinis”.

Apesar de tudo estávamos numa das zonas mais importantes do Porto, supostamente o seu CBD desenvolvido nos anos 50/60/70 como alternativa à Baixa e ao centro histórico. A relação do Mercado com a Cidade, em 2008, era de defunto sem velório nem enterro.

Essa relação teve impacto em decisões de projeto?

Claro que sim. Como explico no livro, ao ler o caderno de encargos do concurso e sendo evidente que tudo apontava para o desenvolvimento de um centro comercial, dissemos ao nosso cliente que não valia a pena concorrer porque era um projecto falido antes de inaugurar. A menos que o Júri do concurso aceitasse uma proposta alternativa e completamente *out of the box* nem valia a pena entrar nesse concurso. O MBS era uma peça notável e com uma dimensão relevante. Deveria ser aproveitada esta oportunidade única para criar uma ANCORA urbana para servir de motor de viragem desta zona da cidade. Tinha que realçar o MONUMENTO, tinha que introduzir NOVAS ACTIVIDADES, tinha que trazer NOVAS OPORTUNIDADES e tinha de falar uma linguagem nova.

Considera o mercado um polo atrativo e agregador de pessoas?

Esta questão está respondida pela prática do dia-a-dia. A taxa de frequência do MBS durante o dia é elevada, sendo sobre-elevada à hora de almoço.

Está no roteiro turístico, cultural e gastronómico da cidade e funciona muito como ponto de encontro e partida para a “noite”. O projecto está desenhado para receber pessoas; muitas pessoas, para comer, beber, conviver, para espetáculos.... Como já disse a zona da cidade é importante e a proximidade ao Polo Universitário, à Casa da Música, à Super Bock Arena e a todo o parque de escritórios que o rodeia é de salientar e é uma relação que funciona nos dois sentidos.

Houve intenções em preservar a memória do espaço, se sim onde se refletem?

Para começar “o Envelope” está recuperado e intacto. Essa é a 1ª e mais importante memória. E depois a memória era de um mercado, um espaço onde as pessoas entram para fazer transacções de carne pendurada, peixe, couves e até onde os antigos bebiam um bagaço ou um medronho!!!

Ora isso já não existe há muitos anos. Mas reconstitui-se a atitude de entrar e de fazer a transacção, na livraria, no artesão de bijuteria, ou nas marcas de muitas das mais prestigiadas e antigas marcas portuguesas de produtos únicos, como está relatado no livro pelo Miguel Esteves Cardoso.

Reservou-se uma área considerável para mercado de frescos para continuar a ser operado com bancas pelos antigos vendedores que quisessem manter a sua actividade. Infelizmente o tempo veio a dizer-nos que os consumidores não querem aquele modelo, querem outro ou noutros sítios.

Na realidade o que lá está é um mercado e um ponto de encontro.

Houve algum tipo de participação no processo de projeto?

Pouca ou nenhuma. Na realidade, quando o processo começou o mercado e os comerciantes activos já não tinham significado e embora não tivéssemos contacto, apercebemo-nos que nem sequer havia alento. Ao longo do processo de projecto estivemos sempre na expectativa porque sempre acreditamos que havia espaço e que seria excelente para o MBS recuperar o máximo dos antigos comerciantes até para os reconverter, modernizando e re-inventando os seus negócios. Curiosamente, anos mais tarde, com a experiência que ganhamos no MBS, ao fazermos um projecto bem mais pequeno e menos ambicioso, o Mercado Beira Rio em Gaia, pudemos estabelecer diálogo e conseguir que meia dúzia dos “velhos” comerciantes voltassem às suas tendas na reabertura do mercado com algumas engenhosas re-invenções dos seus negócios de fruta, legumes, carnes, padaria....., com sucesso e ainda lá estão.

Quais as imposições / exigências do cliente?

Bom; neste projecto há dois clientes: A Câmara Municipal do Porto como dona do edifício, concessionária e decisora do Concurso; os Promotores que vão investir um camião de dinheiro e esperam ter o retorno desse investimento de forma razoável. Ao primeiro tivemos que responder com as normas do Caderno de Encargos, dos regulamentos da profissão e da Classificação do Edifício. Ao segundo tivemos de responder com um conceito e com um projecto que lhe permitisse a sua comercialização e ocupação máxima aos valores suficientemente elevados para remunerar o investimento e por outro lado que correspondesse às exigências legais exigíveis pela CM Porto e demais organismos envolvidos.

Quais as principais alterações no projeto, comparando o edifício e programa original e o reabilitado?

Evidentemente não tinha lá dentro dois “ovnis” pousados; um hotel e os escritórios. Se retirarmos esses dois “objectos” o edifício fica igual. As mesmas escadas, a mesma galeria a toda a volta, o piso mais baixo onde estavam os talhos e peixarias.... Se considerarmos que as antigas bancas eram acessórios podemos considerar o mesmo para as actuais. Claro que tudo o que era velho e podre foi substituído.

Como é que o espaço projetado responde às necessidades dos seus utilizadores?

É do conhecimento público que o Hotel da Música tem uma das maiores taxas de ocupação da cidade do Porto senão a maior. A maior parte dos negócios do MBS são de alimentação que revela a sua verdadeira vocação. A sua ocupação à hora de almoço é tremenda não sendo possível satisfazer as necessidades nem dos comerciantes nem dos consumidores. No horário nocturno é tranquilo. Os escritórios estão 100% ocupados. A concessão mudou de mão há algumas semanas sendo agora detida por uma empresa participada por uma das filhas e genro do falecido Américo Amorim e pela Sonae Sierra, ou seja, verdadeiros experts no ramo. A Fundação mantém-se no mesmo local. Parece bom sinal.

O novo desenho altera de alguma forma os níveis de ocupação dos espaços?

Claro que sim. Como poderá constatar pelas fotografias e pelo projecto mais do que os metros quadrados, os

metros cúbicos utilizados são muitos mais e o modo de vivenciar o espaço é totalmente diferente. Se assim não fosse este projecto não faria sentido.

Como é que o novo desenho vem potenciar novas experiências dos utilizadores?

Conforme tudo o que já foi dito, quase tudo o que podia ser feito no velho MBS ainda pode ser feito. Mas agora podem ser feitas uma data de outras coisas.

Experiências para os turistas e para os locais?

O MBS é realmente um ponto de passagem para muitos turistas que visitam o Porto e é também um destino ou ponto de partida para muitos portuenses. Nem nós tivemos a verdadeira percepção do quanto estávamos a inovar quando o desenvolvemos em 2009; foi um *atrevimento* colocar lá dentro um hotel e um edifício de escritórios, claro que sim! Mas também foi de forma conscienciosa que procuramos aqueles negócios ao centro com 3m2x3m2. Em 2009/10 o desemprego disparava e era muito importante criar oportunidades para pessoas criativas desenvolverem e aventurarem-se criando o seu próprio emprego através de um pequeno negócio que ali iria começar.

Na realidade é hoje com muito prazer que vemos umas quantas marcas espalhadas pelo país e por ruas ou centros comerciais que tiveram o seu “tubo de ensaio” ali numa banca do Mercado do Bom Sucesso. Hoje pouco vale, mas na época conseguir-se que a Confeitaria Moura finalmente deixasse vender os seus jesuítas fora de Santo Tirso soou a milagre... ou sacrilégio. E a Leitaria da Quinta do Paço... e outras que se seguiram. E foi por isso, com grande surpresa nossa, a Urban Land Institute atribui o prémio ao MBS pela sua contribuição como modelo das boas práticas urbanas de reconversão e recuperação de edifícios ou zonas obsoletas. Hoje este modelo está replicado e explorado em Portugal e por esse mundo fora.

Quais as principais influências no projeto?

O projecto foi realmente feito por três arquitectos e cada um de nós revê-se nele à sua maneira. E posso garantir-lhe que somos os 3 completamente diferentes na abordagem ao projecto e à profissão. É o somatório de centenas de projectos e de experiências. Muitas viagens por países e culturas diferentes das nossas que nos ajudam a relativizar quase tudo e a não abandonar uma ideia apesar de ela poder, em princípio, parecer ser demasiado ambiciosa. E é o método de ao abordar uma “peça” perguntar sempre: “Para que é que tu serves mesmo?”.

Afinal, um dia, quando a velha e linda estação de comboios D’Orsay perdeu a sua utilidade deu lugar a um dos melhores museus de Paris.

ANEXOS

ENTREVISTA AOS COMERCIANTES DO MERCADO DA FOZ

8 de Junho de 2020

FLORISTA

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há cerca de 40 anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Penso que estão bem. Mas levam muito tempo o que prejudica o negócio. As senhoras têm medo, não vêm ao mercado. Agora está melhor, mas teve muito tempo em que (o mercado) parecia um túnel, por isso ninguém vinha. Cerca de 20%, mas não chega para o negócio e para viver. As pessoas vêm menos ao mercado. Os jovens não vêm cá.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Não, vêm menos.

Os novos restaurantes ocuparam lojas vazias ou substituíram comerciante?

Algumas das lojas estavam vazias.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

Boa relação, damo-nos todos bem.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Sim, estive sempre informado. Mas não disseram nada sobre a minha loja em específico. O Presidente comunica tudo e mudou muitas coisas para melhor.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Está melhor, mas daqui a dois anos vai voltar a estar tudo ferrugento. Agora está bem, mas não vai durar. O mercado está muito bem orientado.

CREPERIA

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há cerca de 7 anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Têm demorado um pouco, o que faz com que da parte do público haja dificuldade na retoma de serem clientes.

Mas acho que vamos por um bom caminho, o mercado está muito mais luminoso. As obras só vieram melhorar o espaço.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Ainda não. Neste mercado não foram as obras que trouxeram gente, mas sim as novas lojas, os novos conceitos de restauração que trouxeram realmente bastante mais gente. Os jovens são os mesmos porque são inerentes às escolas, os restantes clientes são entre os 30-40.

Os novos restaurantes ocuparam lojas vazias ou substituíram comerciantes?

Um pouco de tudo.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Não. Isto é um estudo já profundo porque o mercado tem 70 anos e necessitava desta manutenção e houve arquitetos e engenheiros, mas como isto foi loja por loja, ainda não foi o meu momento. A minha loja ainda continua das antigas, mas isso tem a ver com os timings da obra. Isto permite que o mercado não feche, foi sempre tudo feito com o intuito de não fechar o mercado. Essa parte foi positiva.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Está mais fresquinho, está mais bonito. Quando cheguei cá era bem mais velho, estava descaído, a necessitar de uma cara lavada. Está bonito.

SAPATARIA

Há quanto tempo trabalha no mercado?

A trabalhar mesmo, há cerca de 6/7 anos. Mas cresci aqui.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Penso que estão a ser bem executadas, vai ficar bonito, era uma coisa que precisávamos há bastante tempo, como uma cobertura nova. Tenho a certeza de que isto vai ser bom para toda a gente, tanto para comerciantes como para clientes.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Na minha loja não noto assim tanto. É a loja mais antiga do mercado, por isso a nível de clientes já tínhamos uma carteira de clientes de há vários anos. Mas em relação ao movimento do mercado em si, tem-se notado bastante porque vieram lojas novas, lojas que estavam desocupadas vieram ser ocupadas com negócios que vieram trazer novos clientes e por isso verifica-se mais movimento.

Os novos restaurantes ocuparam lojas vazias ou substituíram comerciantes?

Um bocado dos dois.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

É boa, sim. Isto é um mercado pequeno, aqui as pessoas conhecem-se todas e acabam todas por se dar bem. Até nem há motivo para ser o contrário, porque cada um tem o seu negócio e não há grande concorrência de artigos entre uns e outros. Por exemplo, não há outro negócio como o meu aqui, floristas há duas, mas é um negócio que tem muito fluxo de clientes e toda a gente tem clientes. É concorrência sim, mas não aquela coisa de vender o mesmo produto, por ser mais barato, isso não existe, por isso é que as pessoas acabam por se dar todas bem aqui.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Não. Conversas sim, mas de uma forma generalizada, nunca individualizada. Sempre fomos de acordo com o que estava a ser feito.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Está a ficar bonito.

FRASCOS DO MERCADO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Desde 2016, que foi quando abri a loja.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

As obras ainda estavam em curso quando vim para cá, isto tem sido uma reabilitação bastante longa. A nossa fachada já fez parte do novo projeto, para ficar tudo igual.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Acho que sim. Acho que tivemos momentos muito difíceis, por exemplo em agosto de 2019 porque tivemos uns 6 meses muito complicados de obras, quando começaram a falar da estrutura de cima, isto parecia um túnel. Foram 6 meses muito difíceis e aí acho que tivemos uma quebra muito grande porque isto parecia um estaleiro em curso.

Mas não pensando nesses 6 meses e agora no Covid-19, acho que sim, que as pessoas estão a gostar, que muitos “fozeiros” digamos, e locais começam a olhar para isto com simpatia e ao sábado isto tem muito movimento.

Durante a semana somos muito invadidos por tudo o que é universitários e escritórios aqui ao lado, e é aí que se nota esta quebra também, por causa da situação atual [Covid-19] mas tudo o que está aqui a trabalhar e estudar vem muito aqui, e dá um ambiente muito engraçado, há de facto muito movimento e dinâmica. Quando falo no sábado é porque se vê que já são os locais, que também gostam de vir aqui e que sentem que há uma esplanada simpática onde os miúdos podem brincar e estar sossegados. Acho que de facto é muito positivo.

Lembro-me de quando vim para cá, ainda não havia muitas lojas abertas, era uma confusão. Agora há um certo horário, as pessoas sabem o que podem contar, na parte de restauração há muita oferta. Portanto, francamente está a ser muito positivo.

Esperemos que as obras acabem rápido. Há dinâmica, mas depois a dinâmica reduz-se drasticamente porque entramos numa obra de grande amplitude e por isso as pessoas não querem vir para aqui e isso tem prejudicado um bocadinho a evolução, que tem sido positiva.

Os novos restaurantes ocuparam lojas vazias ou substituíram comerciantes?

No meu caso, estava praticamente vazia, vinha só um senhor ao sábado de manhã vender ovos, era, portanto, uma loja parada. Acho que talvez era metade-metade, havia talvez uns comerciantes, no meu caso havia, mas era como se não houvesse, noutros se calhar havia, mas era com o negócio muito parado.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

Boa relação. Nós trabalhamos muito com produtos locais, quantas vezes acontecia, uma pessoa não tinha fruta para fazer um sumo qualquer que um cliente pedia ou até uma salada e vou ali à mercearia buscar e ele (os turistas) ficavam em êxtase, porque sentiam que estávamos ali a fazer coisas frescas. Isto é a ideia de mercado e é uma ideia que tem que continuar.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

As pessoas são muito simpáticas, toda a parte executiva são pessoas muito acessíveis, mas políticos, dizem que sim, mas não têm muita sensibilidade, mas acho que isso tem a ver com o poder trabalhador – funcionário público que trabalha com orçamento, não conseguem às vezes pensar que uma empresa não é assim. Numa empresa se a pessoa perdeu hoje, perdeu. Todo o tempo, todas as condições, tudo tem que estar a funcionar bem porque senão são tiros que damos nos próprios pés, portanto quando uma pessoa discute o prazo e o atraso (porque se manteve o mercado aberto durante o processo de reabilitação) isso não quer dizer que uma pessoa esteja à vontade.

Chego aqui de manhã e tenho as esplanadas todas arrastadas e não há muito essa sensibilidade.

São pessoas muito simpáticas, mas sem noção do que (as obras) prejudicam os negócios, em que as pessoas já têm medo de ir aos sítios e quando passam não estão para entrar num sítio que parece um estaleiro.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Eu sou da Foz, moro aqui há mais de 40 anos, eu própria, quando casei era um sítio onde vinha fazer compras, mas como de facto o mercado estava a morrer eu própria também deixei de vir, como muita gente deixou de vir.

Portanto, a reação que temos das pessoas conhecidas que temos é que isto de facto é um miminho. É o mercado super-simpático, acolhedor, amoroso, é esta a imagem que passa. As pessoas acham que tem uma dimensão simpática, com esplanada, com vários negócios, por isso eu acho que é uma imagem muito positiva, mas não se pode de facto fazer obras durante quase 4 anos sistematicamente, isso está a ser muito prejudicial.

Isto vai de facto ser bom, mesmo aqueles que não gostam de mudar, acham que isto de facto valeu a pena e está a ficar bonito.

Portanto eu acho que é positivo e temos aqui um mercado diferente dos estrangeiros. Há turistas que fazem só o percurso dos mercados todos e dizem que, dos mercados todos, este tinha sido o mais bonito e estava em obras. Eles diziam: “Não deixem mudar isto.”.

Um exemplo, o mercado do Bom Sucesso, é como se fosse uma praça de alimentação normal, aqui está a ficar moderno, mas está tudo misturado, isto é que dá um ar de mercado moderno, mas de mercado sem ser uma praça de alimentação que se encontra em qualquer *shopping center*.

MERCEARIA DO MERCADO DA FOZ

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há 11 anos e meio.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

As coisas estão a evoluir, eu gosto de guardar a opinião para o fim, mas à partida as coisas estão a correr bem e estão melhores.

Há coisas que ainda fazem falta, como a parte dos esgotos por exemplo era fundamental, mas compreendo que não se possa fazer tudo de uma vez até porque a opção foi fazer as obras com o mercado aberto, o que trouxe muitas dificuldades às obras e trouxe muitas dificuldades às pessoas, mas não se deixou de trabalhar.

Pergunto-me, nunca vou saber porque, isto é, entra numa de “ses”, do que teria sido se se fechasse três meses e se fizesse tudo, teria que ter sido muito bem estruturado e pensado, mas acho que teria sido possível fazer, teria sido melhor para eles e teria sido melhor para nós, se calhar. Por outro lado, teríamos fechado, não sei, nunca se vai saber.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Há um tipo de pessoas diferente, o mercado tem uma frequência diferente.

Naturalmente há mais gente e há uma sensação de haver mais gente porque há pessoas que vêm para ficar sentadas em mesas e isso dá uma sensação de movimento.

Houve uma quebra de movimento com a saída do espaço do cidadão, que estava aqui de uma forma transitória porque a Junta estava em obras e o espaço do cidadão pertence à Junta de Freguesia. Durante 2 anos o edifício da Junta foi completamente reabilitado.

Agora passaram a loja para um estabelecimento que será novo, que não sei o que é mas julgo que tenha algo a ver com uma padaria, mas não tenho a certeza.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

As pessoas dão-se todas bem de uma forma geral embora cada um trate da sua vida. Há lojas em que os outros comerciantes se abastecem e isso funciona, mas tem muito a ver com a maneira de ser de cada lojista e de cada pessoa. As pessoas de uma forma geral conversam umas com as outras, todas se dão e todas têm esporadicamente uma relação comercial, porque quando faz falta é natural que se vá buscar em frente. Há lojas que vivem praticamente de uma forma exclusiva do que o mercado fornece, estes senhores (da Hamburgueria) fornecem-se no talho, fornecem-se aqui em termos de batatas embora vão buscar depois algumas coisas fora, mas eu sou cliente do mercado e o mercado é meu cliente. Antes de ser comerciante também sou cliente individual.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Não, a Junta de Freguesia elaborou o seu próprio projeto e tem de uma certa forma forçado as pessoas a seguir os seus projetos, embora no momento em que isso se trata individualmente de cada loja, haja um contacto. O primeiro contacto estabelecido comigo foi agora, recentemente, porque as fachadas têm estado a ser alteradas e as minhas vão ser em breve, pelo menos a promessa, portanto começa-se aqui a desenhar um bocado de tempo em que se vai falar, mas julgo que os outros falaram entre eles.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

A vivência no Mercado da Foz é intensa, parece-me, com as pessoas da Foz, inclusive com gente que não sendo da Foz, é de perto e vem cá, não de uma forma diária, mas de uma forma média. Depois há um relacionamento com o mercado, das pessoas que trabalhando aqui ou tendo os filhos a estudar aqui, vêm cá muitas vezes.

É um espaço que está muito bem relacionado com o ambiente em que está. A minha opinião é a melhor, não tenho razões de queixa nem de clientes nem das pessoas que cá vivem nem nada. Acho que as pessoas gostam.

HAMBURGUERIA DO MERCADO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há 5 anos. Vim para aqui quando estava o mercado a começar as obras, o mercado ainda estava completamente diferente, tanto que na altura nós fomos a terceira loja de restauração, agora já estão muito mais.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

As obras beneficiaram o mercado, como é evidente.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Há sim, mas é preciso ver que as obras ajudaram, mas os mercados estão na moda.

Isto em Portugal chegou tarde, mas por exemplo duas a três vezes por ano vou para Londres e os mercados em Londres já “bombam” há décadas. Como é evidente as coisas chegam cá, mas sempre tarde, quando lá fora começar a haver outra moda, ainda vamos estar na moda dos mercados. O movimento é evidente que cresceu, mas penso que é de modas, agora toda a gente quer ter qualquer coisa no mercado e há uns anos as pessoas diziam que isto cheirava a peixe, agora já é *cool* vir para os mercados. Os tipos de clientes aqui neste mercado são mais jovens porque temos as faculdades, colégios e escolas aqui à volta.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

Eu forneço-me aqui neste mercado, exceto as bebidas e o pão. A carne eu compro aqui no talho, que para mim é ótimo e para o cliente é ótimo. Eu não faço stocks, compro ao dia, é bom para mim porque não tenho perdas, é bom para o cliente porque come sempre fresco, nunca há nada congelado. Alfaces, batatas, tomates compramos aqui nas mercearias, é só como costume dizer “atravessar a rua”, tenho as coisas à mão, mais uma vez é bom porque também não fazemos stocks, compramos mediante as nossas necessidades. O único stock que tenho que fazer é das bebidas e do pão, que infelizmente não há aqui padarias, que era uma coisa que eu acho que aqui até resultava.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Sim, há uma boa compreensão entre a Junta e os lojistas. Como é evidente há sempre pessoas que não se entendem, como é lógico, mas acabamos por chegar lá. E eles, na minha opinião, estão a fazer um bom trabalho.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Vai valer a pena o tempo das obras. Em agosto do ano passado começaram as obras a sério, o que veio estragar-nos um bocadinho o negócio como é evidente porque muita gente não quis vir cá. Isto estava horrível e chovia nos corredores, mas como é evidente penso que com o esforço e sacrifício nosso vai valer a pena para isto estar impecável, mas vai demorar.

FAMOUS DOG BAR & TREATS

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Aqui no mercado, há dois meses.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Está a ficar lindo.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Depende da hora. Nós temos a meio da tarde juventude depois temos *Happy Hour* com trinta/quarenta e de manhã é mais pessoas de terceira idade.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

Nós temos fornecedores externos e fornecedores do mercado.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

O novo mercado está a ficar lindo.

CAFÉ DO MERCADO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há vinte e seis anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

De todas as obras, as melhores são estas e penso que devem estar a terminar. Penso que as obras que fizeram agora são obras que se podem ver. Houve fases, muito para trás fizeram muitas obras, mas essas que fizeram, sinceramente, não foram bem concluídas e ao fim ao cabo gastou-se dinheiro desnecessário. Se se tivesse feito umas coisas em condições como agora, se calhar na altura tinham sido bem feitas.

Eu acho que as obras neste momento estão a ser realmente bem feitas, acho que sim.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora?

Sim, com a abertura de alguns estabelecimentos no ramo da restauração, chamam mais gente embora o funcionamento do horário assim, permite que venham mais pessoas ao mercado. Lojas com novos eventos, foi benéfico para todos. Tivemos também o espaço do cidadão que na altura, quando esteve aberto, chamava muita gente aqui ao mercado, sem dúvida e muitas vezes enquanto esperavam por ser atendidas, bebiam um café ou davam uma volta. Muita gente passou a vir ao mercado com a abertura da loja do cidadão e nem sabia que existia este mercado aqui.

Os novos restaurantes ocuparam lojas vazias ou substituíram comerciantes?

Houve lojas que estavam vazias, mas outras foram a passagem de uns ramos para os outros.

Qual a relação dos antigos comerciantes com os novos?

Eu em relação aos novos não tenho nada que dizer.

Uma grande parte dos produtos que compro 75%, compro lá fora, os preços são inferiores, numa emergência recorremos a comerciantes cá dentro, como é o caso das frutarias e legumes.

Houve algum momento em que a Junta de Freguesia falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a Junta perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Sim, sem dúvida. Todas as obras que foram feitas aqui em todas as lojas, o executivo sempre que tinha uma palavra a dizer vinha falar com os locatários para ver a melhor altura para se conseguir fazer as obras o melhor possível, para não prejudicar muito o negócio.

Eu pessoalmente não tenho razão de queixa, e penso que quem fez as obras também não tem, essas lojas praticamente enquanto se fez as obras 90% das lojas não fecharam, tiveram sempre em atividade, e isso foi bom.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Sobre o novo mercado, acho que esta inovação toda e com as obras trouxe mais gente. A minha clientela foi sempre fiel, portanto não tenho razão de queixa e penso que, por aquilo que me apercebo, que alguns negócios estão mais parados que outros, mas quase 75% dos negócios cá dentro funcionam. Se calhar os locatários queriam que funcionassem de outra maneira, mas é impossível.

ENTREVISTA AOS COMERCIANTES DO MERCADO DE MATOSINHOS

9 de Junho de 2020

CANTINHO NO MERCADO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Trabalho no mercado, faz em novembro sete anos, por isso seis anos e meio.

Já cá estava quando vieram as incubadoras, comecei antes das incubadoras virem.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Relativamente às incubadoras, trouxeram muita gente nova, e eu achava que ia criar aqui um fluxo de gente, mas eu também tinha uma ideia errada do que de facto ia ser aquilo. Pensei que ia gerar mais gente, eu sabia que vinham pessoas de fora trabalhar para aqui, mas também pensei que elas próprias iam atrair pessoas, pelos negócios, mas isto é aqui um bocadinho o escritório de cada um deles, salvo erro só um ou dois é que são um ponto de visita para pessoas externas. No fundo, a mim deixou-me um pouco desconsolada, pensei que ia criar mais agitação.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora? Que tipo de pessoas é que frequentam mais o mercado? Qual o dia e hora com mais afluência?

Há mais turistas, mas são aquelas “ovelhas tresmalhadas”, que não querem sair do barco quando chegam em grupo, e querem explorar Matosinhos, à maneira deles e são esses poucos que aqui chegam, mas poderiam chegar muitos mais porque eles gostam da arquitetura, e do conceito do mercado de frescos com os legumes e fruta e os animais vivos. Os turistas são aquele grupo de pessoas que, de uma forma mais tranquila, são capazes de se sentar aqui no meio.

Qual a relação do mercado de frescos com as novas lojas/escritórios/restaurantes? As novas lojas substituíram bancas de mercado de frescos ou as lojas

A minha loja era um antigo talho, já estava vazio quando vim para cá, tal como os outros negócios, viemos ocupar espaços vazios. A estrutura maior interior é ainda desse talho, foi só adaptar. Quando a CMM começou a pensar em dar uma nova vida, esses locais vazios eram espaços possíveis para novos conceitos.

Relativamente aos restaurantes, quando a comida de rua veio para cá, eu fui o segundo restaurante aqui. Quando vim para cá só existia lá em baixo a Taberna Lusitana, e é aquela velha questão em relação à recetividade que eu senti das pessoas, primeiro estranha-se e depois entranha-se. Por parte dos vendedores mais antigos, que são a maioria, senti uma certa resistência a estes novos conceitos. Ficaram conquistados quando perceberam que nós, não querendo sobrepor-nos a eles de maneira nenhuma, começámos nós a atrair um público que depois se tornou também deles. Eu acho que a partir daí e os outros conceitos que vieram depois, a abordagem deles (dos comerciantes antigos) era mais pacífica. No início havia uma certa desconfiança.

O que é que acontece depois? E o que adoro é que os meus clientes, serem clientes deles e os clientes deles serem meus clientes, esta última parte não é tão fácil, mas o contrário acontece muitas vezes, isso para mim é ótimo. Gosto de ver os meus clientes a comprarem no mercado e por outro lado sinto que também estou a ajudá-los.

Eu abasteço-me aqui sempre, estamos tão perto que vamos comprar o que é preciso.

A convivência é possível, a coabitação é possível, temos muitos interesses comuns, mas temos mentalidades e maneiras de estar na vida diferentes, logo deve haver alguém acima de todos nós, e é aqui que o papel da Câmara é fundamental, para que tudo isto corra da melhor maneira possível.

Houve algum momento em que a CMM falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a CMM perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Eu acho que há uma falta enorme de comunicação entre a Câmara e as pessoas daqui. São grupos distintos que eu acho que conseguem conviver bem, mas a mensagem não deve ser passada da mesma maneira para pessoas com os seus setenta anos, com hábitos já muito enraizados como para pessoas com novos conceitos e mais jovens. Acho que não há por parte da Câmara uma informação concertada. Eu acho que a Câmara peca por não trabalhar o mercado como uma entidade, cada um de nós faz o que vai podendo para divulgar o seu negócio e a CMM devia trabalhar melhor o mercado, até pelo ponto de vista turístico que cada vez está mais na moda. Os turistas vêm aqui e adoram isto.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Eu acho que o mercado tem muito potencial para ser trabalhado, para ser um agregador, chamariz de pessoas. Há uma clara diferença entre a altura em que eu vim para cá e o agora, mas acho que podia estar melhor e crescer, para trazer mais negócios, para ser trabalhado e publicitada a marca Mercado de Matosinhos e atrair público, como turistas e para eventos culturais, acho que tem potencial a vários níveis. Aproveitar a variedade é interessante por isso, não é um sítio monótono, devia ser trabalhado melhor neste sentido.

BANCA DE FRESCOS

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há 43 anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Melhorou um bocadinho, o que nos fez baixar o negócio foi as pessoas que viviam nas ilhas aqui em baixo, foram para cima e começou a diminuir aqui. Era muita afluência antigamente, agora nem tanta e as feiras também tiram aqui um bocadinho.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora? Que tipo de pessoas é que frequentam mais o mercado? Qual o dia e hora com mais afluência?

Há clientes que vêm cá a primeira vez e que já não vinham cá há muito tempo e gostam de vir cá ao mercado. O nosso mercado é dos melhores mercados, tem tudo fresquinho quase todos os dias, é um bom mercado. Pessoas que vêm de fora gostam muito do mercado. Terças, Quintas e Sábados são os três dias melhores.

Qual a relação do mercado de frescos com as novas lojas/escritórios/restaurantes? As novas lojas substituíram bancas de mercado de frescos ou as lojas

É bom, é bom haver mais. Há alguns que se abastecem aqui.

Houve algum momento em que a CMM falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a CMM perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Eles [Câmara Municipal de Matosinhos] vêm e querem fazer tudo para inovar. Fizeram a campanha de verão, e incentivaram.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Se as pessoas de há cinquenta anos viessem cá era melhor, havia muito movimento. Agora está melhor, é dos mercados mais limpos, o nosso mercado é um bom mercado. Muita gente prefere o supermercado por causa do estacionamento, porque aqui paga-se, mas tirando isso é bom. Estou aqui há uma vida, criei as minhas netas, os meus bisnetos foram criados aqui comigo.

BANCA DE PEIXE

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há cinquenta anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Acho que está bem, mais moderno, mas o que nos interessa é termos clientes para vender.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora? Que tipo de pessoas é que frequentam mais o mercado? Qual o dia e hora com mais afluência?

Não, agora tem vindo pouco. Têm vindo poucos turistas, mas antes também era igual.

Qual a relação do mercado de frescos com as novas lojas/escritórios/restaurantes? As novas lojas substituíram bancas de mercado de frescos ou as lojas

Os clientes que vieram para os restaurantes vêm para comer. Alguns negócios abastecem-se aqui no mercado.

Houve algum momento em que a CMM falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a CMM perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Não, eu acho que realmente temos um mercado muito bonito, limpo e com muita higiene, mas que por exemplo devíamos ter aqui a loja do cidadão. A loja do cidadão faz muita falta aqui, as pessoas ao virem tirar um documento, levavam peixe, legumes e fruta. Foi pedido sempre, mas nunca chegou.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Antigamente vendíamos mais peixes do que agora. Porque há muitas grandes superfícies e tudo muito perto e tudo nos tira as vendas, é muita coisa junta e todos eles vendem o que vendemos aqui.

Atualmente a classe mais moderna não vem aos mercados, aqui tem que se pagar estacionamento e chega ao supermercado e não tem nada que pagar. A qualidade não tem nada a ver com a nossa.

MISHMASH

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há cerca de um ano e meio que estou na Mishmash, mas fiz aqui o meu estágio na And Other Collective então já conheço há cerca de dois, três anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

É realmente um projeto interessante, mas era melhor se incluísse as pessoas e houvesse uma troca mais rápida e simultânea que não existe.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora? Que tipo de pessoas é que frequentam mais o mercado? Qual o dia e hora com mais afluência?

Eu acredito que seja igual, mas também não sou conhecedora do mercado antes das obras.

Os turistas são atraídos porque querem conhecer o mercado, mas depois são surpreendidos quando vão ao andar de cima e descobrem os escritórios. Mas não é por ter as incubadoras, mas por ser o mercado.

Qual a relação do mercado de frescos com as novas lojas/escritórios/restaurantes? As novas lojas substituíram bancas de mercado de frescos ou as lojas

Acho que é muito interessante haver esta troca de ambientes muitos diferentes, há aqui uma sinergia muito engraçada, mas, no entanto, é que essa troca é muito bonita de ser falada, mas na realidade não acontece. Nós raramente vamos à parte de baixo, a não ser realmente fazer compras ou alguma coisa que precisemos, mas se calhar somos mais nós a ir à parte de baixo do que as pessoas do mercado a virem para esta zona.

Muita gente nem sequer sabe o que aqui fazemos, ou seja, nós fazemos *design* de produto, mas muitas pessoas achavam que aqui se fazia roupa, coisas que não tinham nada haver. Outras achavam que era uma empresa de venda de ouro, porque do outro lado tem uma *designer* de joias.

Houve algum momento em que a CMM falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a CMM perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Sim, há regularmente visitas, especialmente pelo presidente da Câmara, e depois há um sentido de fazer alguns eventos que incluam os mercados. Existe um festival de cinema, alguns desfiles de moda, há uma preocupação da Câmara em não deixar cair e se calhar dar outro *look* ao mercado.

Acho que ainda deveria existir mais, acho que as pessoas que vivem do mercado deviam ser incluídas neste tipo de atividades.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Gosto bastante de trabalhar aqui. Nunca achei que o escritório fosse dentro do mercado e verdade seja dita que foi agradavelmente surpreendida.

Gosto desta comunicação com os comerciantes, e acho que nos enriquece.

VELU COLTURE

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há 3 anos

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Isto já eram lojas antes de nós cá estarmos, a única diferença na reabilitação foi que expandimos um bocadinho para trás.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado agora? Que tipo de pessoas é que frequentam mais o mercado? Qual o dia e hora com mais afluência?

Há outro tipo de gente, mais jovem e com outro tipo de interesses.

Qual a relação do mercado de frescos com as novas lojas/escritórios/restaurantes? As novas lojas substituíram bancas de mercado de frescos ou as lojas

Há interação com uma loja dentro do mercado que é o Manifesto, uma loja de publicações, já fizemos lá eventos.

Houve algum momento em que a CMM falou com os comerciantes para explicar o que se ia passar no Mercado? Houve algum momento em que a CMM perguntou aos comerciantes quais as suas necessidades? Houve algum diálogo? Participação?

Isso deve ter sido anterior à minha estadia aqui, esta loja está aberta desde 2012 e eu só trabalho cá há três anos.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

É uma ideia excelente, desde que seja bem trabalhada e estes espaços ganham outros negócios e gerar essa movimentação mais eclética.

ENTREVISTA AOS COMERCIANTES DO MERCADO DO BOM SUCESSO

12 de Junho de 2020

LADO B

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há um ano

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Ficaram muito bem, está um local muito agradável e modificou o que tínhamos anteriormente que já estava um bocado degradado.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado desde a reabilitação? Que tipos de pessoas frequentam o mercado? Qual o dia e hora do dia com mais afluência?

Sim, claro que sim.

Temos mais afluência entre as 12h-14h e as 20h-21h e mais ao fim de semana.

Há muitos clientes do hotel e dos escritórios a vir cá, cerca de 50%

Até fechar, o Mercado de frescos ainda tinha clientes? Qual a sua opinião sobre o fecho do mercado de frescos?

O mercado de frescos fechou o ano passado, para dar lugar a um Continente.

A SONAE já tomou conta do shopping e foi comunicado que ia abrir um Continente, abre este ano, até ao final do ano. Vai ser um Continente só de frescos e só de mercearia, muito pequeno.

Quando comecei a trabalhar cá já só estava aberta a parte de frescos, antes tinha um talho e outras coisas.

Hoje em dia ainda há muita gente a perguntar porque é que está fechado, por isso não foi por falta de clientes.

Qual era relação dos antigos comerciantes com os novos? Como coexistiam os dois espaços?

Havia pessoas de bancas que iam lá buscar os frescos.

Acha que a mudança de conceito melhorou e beneficiou o mercado?

Claro que sim, tornou o mercado um centro de urbanidade, atraiu mais turistas e jovens.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Acho que este mercado vai continuar e há a perspectiva de fazer obras aqui ao mercado a nível estético dos interiores que a SONAE vai fazer e vai revitalizar ainda mais.

LEITÃO DO ZÉ

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Faz sete anos amanhã, foi o dia da abertura. Estou cá desde o início.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Em termos interiores, ficou muito diferente do que estava. Era completamente diferente, até o próprio conceito. Em termos exteriores continua tudo o mesmo, continua o modelo original que era há 50 anos, agora cá dentro basta o hotel para ter mudado o aspeto do mercado.

É uma zona com muitos hotéis perto, uma zona do centro da cidade que estava desaproveitada há muitos anos, e durante muitos anos não havia nada, até o próprio Brasília, e acho que tudo lucrou com isso. Dinamizou o mercado e o espaço à volta.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado desde a reabilitação? Que tipos de pessoas frequentam o mercado? Qual o dia e hora do dia com mais afluência?

Sim, sem dúvida. O mercado era um mercado de frescos, tinha uma clientela específica, o conceito mudou sobretudo em termos de estrangeiros até mesmo em termos do tipo de afluência e tipo de público, mudou sem dúvida.

Até fechar, o Mercado de frescos ainda tinha clientes? Qual a sua opinião sobre o fecho do mercado de frescos?

O mercado de frescos fechou há três, quatro anos.

Havia uma dinâmica com os habituais que costumavam vir aos frescos de carne e peixe, mas não durou muito tempo.

Como mudaram o conceito para restauração, perdeu o efeito que tinha de mercado de frescos em que toda a gente vinha para isso, eu acho que depois de ser reabilitado, quem cá vinha eram pessoas que já vinham e eram de perto.

Qual era relação dos antigos comerciantes com os novos? Como coexistiam os dois espaços?

Acha que a mudança de conceito melhorou e beneficiou o mercado?

Sem dúvida, não quero com isto dizer que os mercados tradicionais não façam falta, pelo menos para a identidade daqui da cidade. Mercados como Bolhão, Ferreira Borges e Bom Sucesso, todos perderam o conceito que tinham e mudaram. Perdem-se umas coisas, mas ganham-se outras, acho que faz falta espaços como era o mercado antigamente, mas também acho que faz falta espaços como estes, direcionados para outro tipo de pessoas.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

O novo acho que está bem, já cá estou desde o início, há coisas que podiam ser melhoradas, mas no geral acho que está um espaço agradável. Não deixa de ser um espaço tradicional nos produtos que aqui se vendem e nós vamos trabalhando bem.

LEITARIA DA QUINTA DO PAÇO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há um ano.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Acho que parece bem, o mercado estava com um aspeto bastante antigo, e acho que as novas modificações foram renovar e revitalizar o mercado, atraindo novos públicos.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado desde a reabilitação? Que tipos de pessoas frequentam o mercado? Qual o dia e hora do dia com mais afluência?

Tenho visto que tem havido uma maior participação, mas por pessoas de fora, por turistas.

Tem mais afluência na parte da hora do jantar.

Até fechar, o Mercado de frescos ainda tinha clientes? Qual a sua opinião sobre o fecho do mercado de frescos?

Fechou há mais de um ano.

A afluência de pessoas tem vindo a diminuir com o tempo, há muita gente que tem passado por cá e tem perguntado pela Paupério, que era uma loja que existia muito perto desta zona.

Qual era relação dos antigos comerciantes com os novos? Como coexistiam os dois espaços?

Não tenho informações sobre isso. Acho que o mercado de frescos era uma boa maneira de conseguir atrair

mais público para as outras lojas e o facto de ter fechado, diminuiu e está a trazer consequências para os comerciantes. Contudo penso que o que vai abrir, vai atrair maior número de público.

Acha que a mudança de conceito melhorou e beneficiou o mercado?

Acho que beneficia sempre, cada vez há menos locais, menos mercearias locais ou feiras e acho que o facto de haver um local de frescos dentro do mercado é uma boa maneira de manter a tradição local.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Acho que foi uma maneira de revitalizar o mercado e as novas lojas vieram atrair outro público, os jovens passam aqui um bom bocado depois das aulas, temos um polo universitário aqui perto, e consegue ao mesmo tempo manter o conceito antigo e manter o fluxo de pessoas.

NATA DO MERCADO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Há seis anos.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Acho que a solução foi muito boa, o mercado estava muito degradado e veio dar uma vida nova ao mercado.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado desde a reabilitação? Que tipos de pessoas frequentam o mercado? Qual o dia e hora do dia com mais afluência?

Eu acho que sim, principalmente na altura que temos mais turismo, nota-se que foi um marco de passagem dos turistas e temos muita gente dos hotéis e dos escritórios.

Até fechar, o Mercado de frescos ainda tinha clientes? Qual a sua opinião sobre o fecho do mercado de frescos?

Há cerca de um ano, a última loja a fechar foi a frutaria. E não foi o facto de ter menos pessoas que o fez fechar, acho que continuava a ter clientes. Muita gente que morava nas redondezas e a frutaria a que vinha era aquela e não só, a florista também tinha muita procura.

Acho que deviam dinamizar a parte de frescos, é um desperdício estar fechada, a frutaria faz muita falta, a florista também e as pessoas ficam muito admiradas com o fecho do mercado.

O mercado hoje é assim, um mercado gastronómico, mas o ponto de viragem do mercado que se devia manter era o mercado de frescos, que fazia lembrar um ponto do mercado de antigamente, não se devia ter perdido o ponto.

Qual era relação dos antigos comerciantes com os novos? Como coexistiam os dois espaços?

Alguns abasteciam-se. E a frutaria abastecia-nos muitas vezes, eu ia lá buscar laranjas para fazer os sumos naturais. Agora temos que procurar outra mercearia ou ir ao Fróiz que é muito mais longe.

Acha que a mudança de conceito melhorou e beneficiou o mercado?

Acho que sim, mas perdeu-se a função de mercado à antiga. As pessoas locais devem sentir falta disso, de um sítio onde compravam peixe, carne e fruta frescas.

Neste momento isto tem um conceito novo, mas é mais turístico, apesar dos portugueses também aderirem bem.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Acho que se for possível conciliar as duas coisas, eu sou a favor.

BOA SAFRA

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Desde 2016.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Acho bem.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado desde a reabilitação? Que tipos de pessoas frequentam o mercado? Qual o dia e hora do dia com mais afluência?

Eu não vinha cá.

Até fechar, o Mercado de frescos ainda tinha clientes? Qual a sua opinião sobre o fecho do mercado de frescos?

Não sei precisar quando.

As pessoas mais antigas vão deixar de vir, porque aqui na zona não há nada.

Acha que a mudança de conceito melhorou e beneficiou o mercado?

É mais uma vez acabarem com o comércio tradicional, isto já não tem nada a ver com o que era antigamente, isto agora é uma praça de alimentação. Como mercado é só nome.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Acho que o que está a acontecer é que eles estão a acabar com o mercado tradicional, e acho que faz parte da história do Porto e eles acabando com isso vão acabar com a história.

LOJAS RIBEIRO

Há quanto tempo trabalha no mercado?

Nesta loja desde 1965.

O que pensa das obras de reabilitação? Quais os principais impactos das obras?

Eu acho que isto devia ser um mercado.

Sente que há mais pessoas a frequentar o mercado desde a reabilitação? Que tipos de pessoas frequentam o mercado? Qual o dia e hora do dia com mais afluência?

Não, antigamente as pessoas vinham ao mercado, vinham fazer compras e compravam tudo ao mesmo tempo, desde frescos ao resto.

Até fechar, o Mercado de frescos ainda tinha clientes? Qual a sua opinião sobre o fecho do mercado de frescos?

Há cerca de dois anos que fechou. Acho que devia ter sido preservado, abriram com mercado de frescos e devia continuar. Tinha um talho, peixaria, frutas e legumes e mais duas lojas pequenas.

Qual era relação dos antigos comerciantes com os novos? Como coexistiam os dois espaços? Acha que a mudança de conceito melhorou e beneficiou o mercado?

Perde a característica, isto foi criado para ser mercado. E isto é um aeroporto sem aviões.

Qual a sua opinião sobre o novo mercado?

Acho que se deve ter cuidado nas reabilitações e qualquer dia o Porto é uma cidade sem mercados, e uma cidade sem mercados é uma cidade sem vida.

ANEXOS

ANÁLISE AOS QUESTIONÁRIOS REALIZADOS ONLINE

MÉTODO

Para obter informações diretamente dos sujeitos usámos como técnica de recolha de dados o questionário. O questionário pode ser usado quando o investigador quer consultar (alguém) sobre algum aspeto a fim de descrever, comparar e explicar o conhecimento dos indivíduos sobre um determinado assunto. (Fox, 1981)

O questionário foi administrado a sujeitos com os seguintes objetivos: compreender a opinião dos utilizadores do mercado sobre o processo de reabilitação e compreender se o processo de participação foi público e inclusivo.

MERCADOS DA FOZ E DE MATOSINHOS

As cinco primeiras questões pretendiam caracterizar os sujeitos respondentes: idade, sexo, nacionalidade, residência e ocupação.

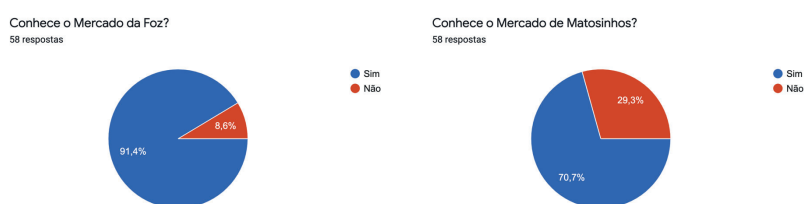
Responderam ao questionário 58 sujeitos adultos. As idades mais repetidas situam-se no intervalo entre os 45 e os 65 anos de idade, o que corresponde a 67,2% das respostas obtidas. Apenas 2 (3,4%) com menos de 20 anos.

Relativamente ao sexo, 44 sujeitos são do sexo feminino e 14 (24,1%) do sexo masculino.

No que diz respeito à nacionalidade, todos os sujeitos são portugueses, residentes em diferentes locais, desde Águeda, Espinho, Vila Nova de Gaia, Matosinhos, Leça da Palmeira, Porto, nomeadamente, nas freguesias da Foz do Douro e de Nevogilde.

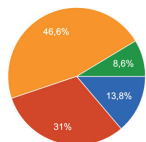
Sobre a ocupação, a maioria 41 (70,7%) estão empregados.

Segue-se um grupo de questões sobre os Mercados da Foz e de Matosinhos.

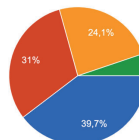


Dos 58 respondentes, 53 (91,4%) referiram que conheciam o Mercado da Foz e 41 (70,7%) que conheciam o Mercado de Matosinhos.

Com que frequência se desloca(va) ao Mercado
58 respostas



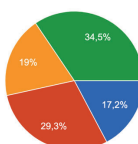
Com que frequência se desloca(va) ao Mercado?
58 respostas



Relativamente à frequência de uso do Mercado da Foz, 5 sujeitos (8,6%) referem “Muitas vezes”, 27 (46,6%) “Às vezes” e 18 (31%) sujeitos referem que “Raramente”. Comparativamente à frequência de uso do Mercado de Matosinhos, apenas 3 (5,2%) referem “Muitas vezes”, 14 (24,1%) “Às vezes” e 18 (31%) sujeitos referem que “Raramente”.

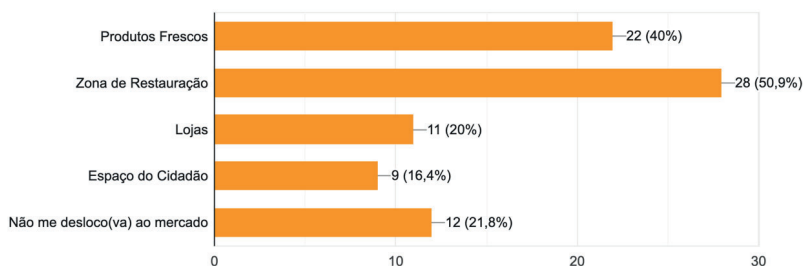
Seguidamente quisemos saber se iam mais ao mercado antes ou depois da sua reabilitação.

Frequenta(va) mais o Mercado:
58 respostas

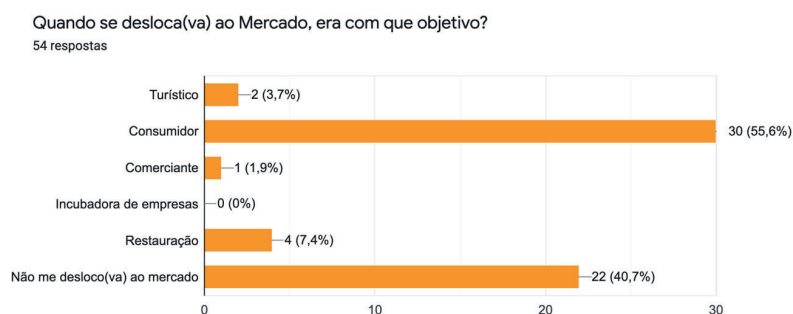


Dos 58 sujeitos respondentes sobre o Mercado da Foz, 11 (19%) referem que já frequentavam o Mercado da Foz antes da sua reabilitação e continuaram a ir com a mesma frequência. Já 10 (17,2%) sujeitos referem que costumavam ir mais vezes ao Mercado da Foz antes da sua reabilitação e 17 (29,3%) referem que passaram a ir mais depois da realizada a reabilitação.

Quando se desloca(va) ao Mercado, qual o objetivo?
55 respostas

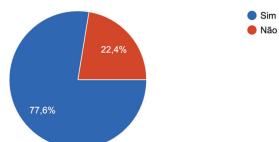


Sobre o objetivo da deslocação ao Mercado da Foz, mais de metade dos sujeitos respondentes – 28 (50,9%) - refere que frequentavam a zona de restauração e 22 sujeitos (40%) a zona dos produtos frescos. Há ainda dois grupos de respostas, um sobre a frequência das lojas (11 sujeitos, 20%) e o denominado “Espaço do cidadão” (9 sujeitos, 16,4%).

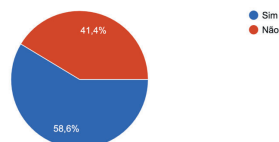


Sobre o objetivo da deslocação ao Mercado de Matosinhos, a maioria dos sujeitos respondentes – 30 (55,6%) - refere que frequentavam enquanto consumidores.

Tem conhecimento que o Mercado da Foz sofreu obras de reabilitação?
58 respostas

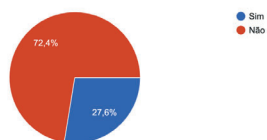


Tem conhecimento que o Mercado de Matosinhos sofreu obras de reabilitação?
58 respostas

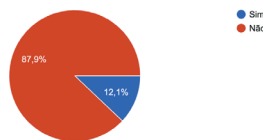


Colocada a questão sobre o seu conhecimento de que o Mercado da Foz sofreu obras de reabilitação, dos 58 respondentes, 45 (77,6%) afirmaram que sim, sabiam, e 13 (22,4%) referiram que não sabiam. Já relativamente ao Mercado de Matosinhos, 34 sujeitos (58,6%) respondem que sabiam das obras de renovação.

Sabe quando se iniciaram as obras da reabilitação do edifício?
58 respostas



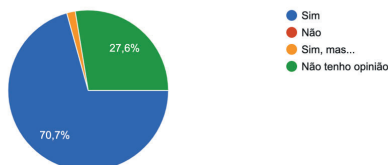
Sabe quando se iniciaram as obras de reabilitação do edifício?
58 respostas



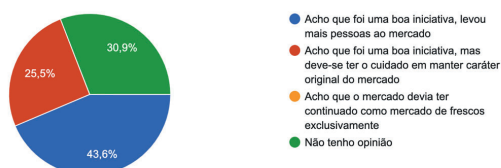
Sobre se tinham tido conhecimento sobre a data de início das obras da reabilitação dos mercados, no Mercado da Foz, 42 sujeitos afirmaram que não, e apenas 16 (27,6%) confirmaram que sim.

Já quanto ao Mercado de Matosinhos, 51 (87,9%) afirmaram que não sabiam a data de início das obras e 7 (12,1%) sujeitos afirma que si, sabem a data do início das obras no Mercado de Matosinhos.

Acha que a introdução de um novo programa, como a zona de restauração beneficiou o Mercado?
58 respostas



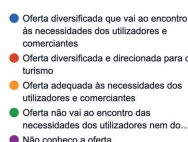
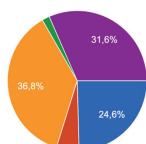
O que acha da inserção de outros programas, como as Incubadoras de Empresas e restaurantes no Mercado?
55 respostas



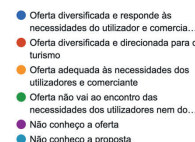
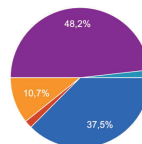
Seguidamente foi colocada a questão da introdução da zona de restauração no Mercado da Foz e se esta zona beneficiou o mercado. 41 (70,7%) sujeitos afirmaram que sim e 16 (27,6%) que não tinham opinião sobre o assunto. Sobre o Mercado de Matosinhos a questão foi sobre a inserção de Incubadoras de Empresas e restaurantes, sendo que a maioria, 24 (43,6%) sujeitos, afirma que foi uma boa iniciativa e que levou mais pessoas ao mercado.

Um comentário: “Contudo, questiono as obras de reabilitação levadas a cabo. Parece que o mercado tem duas caras, uma voltada para a rua e outra no interior. As obras levadas a cabo não foram capazes de o revitalizar, sentindo-se ainda uma discrepância entre estes dois momentos apontados. Também em termos de programa se nota esta diferença. A intervenção deveria procurar chamar as pessoas para o interior e encontrar uma forma coerente de conjugar as tendas de comerciantes mais antigos com os novos restaurantes.”

Como qualifica a oferta do Mercado agora?
57 respostas



Como qualifica a oferta do Mercado agora?
56 respostas



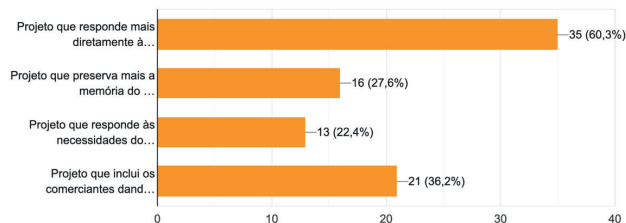
À questão sobre como qualifica a oferta do Mercado da Foz depois da sua reabilitação, 21 (36,8%) sujeitos referem que é uma “Oferta adequada às necessidades dos utilizadores e comerciantes”. No Mercado de Matosinhos 21 (37,5%) referem a “Oferta diversificada e responde às necessidades do utilizador e comerciantes”.

Sobre se sabiam se a opinião dos comerciantes foi tida em conta para a execução do projeto de reabilitação, 55 (94,8%) referem que não sabem se isso aconteceu no Mercado da Foz e 57 (98,3%) não sabem se isso aconteceu no Mercado de Matosinhos.

Para os 6 sujeitos que sabiam que a opinião dos comerciantes foi tida em conta para a execução do projeto de reabilitação do Mercado da Foz, perguntou-se como é que verificou essa participação. 4 (66,7%) sujeitos referiam que souberam através da notícia, 1 (16,7%) sujeito através de conversa com os comerciantes e outro sujeito (16,7%) através da Câmara Municipal do Porto.

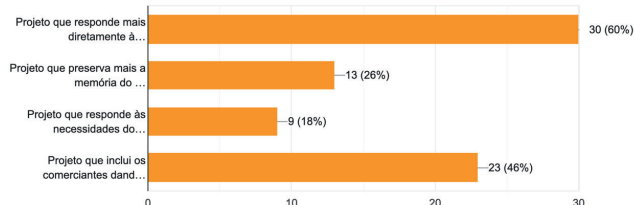
Na sua opinião, quais os principais benefícios da intervenção dos comerciantes no processo de projeto?

58 respostas



Na sua opinião, quais os principais benefícios da intervenção dos comerciantes no processo de projeto?

50 respostas



Relativamente à opinião dos inquiridos sobre os principais benefícios da intervenção dos comerciantes no processo de projeto, a maioria, 35 sujeitos (60,3%), refere que “assim o projeto responde mais diretamente às necessidades dos comerciantes e utilizadores”. À mesma questão, e relativamente ao Mercado de Matosinhos, apenas responderam 50 sujeitos e 30 (60%) referem o mesmo.

Algumas opiniões relativas às reabilitações dos Mercados da Foz do Douro e de Matosinhos, foram alvo de comentários mais extensos:

“Boa opinião. Toda a reabilitação consistente e estruturada de espaços públicos emblemáticas é bem-vinda. Não devem deixar de ser consultados os comerciantes e os consumidores. Um projecto tem sucesso quando é comumente aceite pela sociedade como uma mais valia integrada no meio que serve.”

“Desde que as características próprias dos mercados sejam respeitadas, acho muito bem.”

“Nunca visitei o Mercado de Matosinhos e visitei uma vez o Mercado da Foz do Douro, por curiosidade. Encontra-se numa boa localização e tem a particularidade (penso eu) de ser a única superfície daquela área e naquela zona, constituída ainda por tendas de comerciantes locais. Contudo, questiono as obras de reabilitação levadas a cabo. Parece que o mercado tem duas caras, uma voltada para a rua e outra no interior. As obras levadas a cabo não foram capazes de o revitalizar, sentindo-se ainda uma discrepância entre estes dois momentos apontados. Também em termos de programa se nota esta diferença. A intervenção deveria procurar chamar as pessoas para o interior e encontrar uma forma coerente de conjugar as tendas de comerciantes mais antigos com os novos restaurantes.”

“As reabilitações fazem sentido dado que a procura anterior passou a dirigir-se mais às muitas alternativas da “Grande Distribuição”.”

“Souto de Moura afirmou, a propósito da Reabilitação do Convento das Bernardas, em Tavira, que, pelo menos através da voz pública, o conceito de reabilitação se demonstra, frequentemente, incompatível com o conceito de preservação de património, uma vez que o próprio conceito de património se encontra subjugado, com a mesma frequência, a uma tendência de sacralização.”

“Não se questiona que o património traga impregnado em si a memória da passagem do tempo, valiosa e tão estimada, bem como a imposição, por direito, no carácter cultural de uma localidade, mas o motivo pelo qual ele nos chega aos dias de hoje é apenas um: porque tem uso. Como diz Souto, para ser mantido, o Património tem de ser tratado de maneira a ser usado, porque sabemos que o uso é aquilo que o mantém.”

“No dia em que a arquitectura estagnar em prol do que em tempos foi, seremos ruína.”

MERCADOS DO BOLHÃO E DO BOM SUCESSO

As cinco primeiras questões pretendiam caracterizar os sujeitos respondentes: idade, sexo, nacionalidade, residência e ocupação.

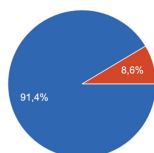
Responderam ao questionário 70 sujeitos adultos, a maioria com idades entre os 20 e os 35 anos, correspondente a 30 (42,9%) das respostas obtidas.

Relativamente ao sexo, 50 (71,4%) sujeitos são do sexo feminino e 20 (28,6%) do sexo masculino.

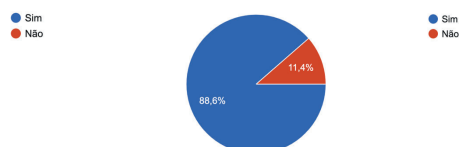
No que diz respeito à nacionalidade, todos os sujeitos são portugueses, exceto dois sujeitos brasileiros, e residentes em diferentes locais, desde Abrantes, Braga, Espinho, Guarda, Mangualde, Montemor-o-Velho, Porto, Vila Nova de Gaia, Vila Nova de Famalicão e Viseu.

Sobre a ocupação, a maioria 41 (58,6%) estão empregados.

Conhece o Mercado do Bom Sucesso?
70 respostas

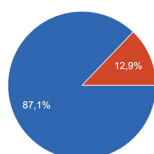


Conhece o Mercado do Bolhão?
70 respostas

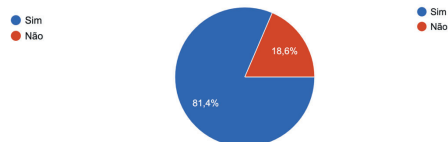


Dos 70 respondentes, 64 (91,4%) referiram que conheciam o Mercado do Bom Sucesso e 62 (88,6%) que conheciam o Mercado do Bolhão.

Já o visitou?
70 respostas



Já o visitou?
70 respostas



Relativamente à questão sobre se alguma vez tinham visitado estes mercados, 11 (87,1%) sujeitos referiram que já visitaram o Mercado do Bom Sucesso e 57 (81,4%) sujeitos afirmam que conhecem o Mercado do Bolhão.

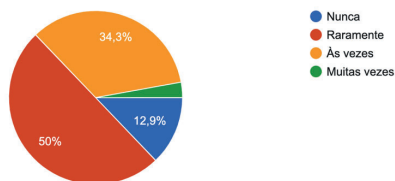
Categoria	Evidência	Frequência
<p>Opinião positiva</p>	<p>“Boa” “Funcional” “Agradável” “Original” “Gosto muito.” “Espaço diferente do que estamos habituados cá em Portugal. Espaço inovador, requintado, mas com acesso livre a diversas gerações, culturas. Local aberto a cultura, a arte.” “Uma re-estruturação interessante, num mercado/nicho "gourmet" com alguma procura.” “Tem bastante oferta de restauração” “Giro” “É ótimo” “Luminoso ativo é diversificado” “Muito bom” “Gosto muito do resultado final da reabilitação.” “É lindo e arejado” “É uma beleza” “Espaçoso” “Belo” “Gostei do mercado, boa localização e bem explorado por negócios que atraem um público mais jovem e cosmopolita” “Arejado, diferente do tradicional” “rejuvenescido” “Eficiente, funcional e tradicional” “Acho que está muito bem aproveitado, bonito, bem reabilitado” é um edifício arquitetonicamente interessante “Diferente. Opções diversas” “Um espaço dinâmico num ponto estratégico da cidade” “Espaço fantástico, com ótimo ambiente e muitas alternativas de restauração” “Gosto muito do conceito. Um sítio simpático para se ir petiscar.” “Apesar de pequeno, é confortável e funcional. Muito agradável.” “Um edifício lindo e um marco da cidade do Porto.” “Espaço interessante sobre tudo pela função.” “Uma nova dinâmica e bastante atrativo como ponto de lazer muito grande” “O programa foi revisto e é hoje mais útil a um conjunto alargado de cidadãos.” “Estava muito bom depois da recuperação”</p>	<p>32</p>
<p>Opinião negativa</p>	<p>“Não gosto” “Ambiente escuro, pouco convidativo” “Podia ter mantido mais comércio de frescos” “Mercado muito confuso e pouco estruturado.” “Acho que ficou descaracterizado. podia ser moderno e actual com a praça de alimentação, mas devia ter mantido o mercado e o que fazia dele único: um mercado típico e único do Porto” “Não gosto. Perdeu a traça original.” “Era um mercado de referência.” “Não muito aprazível pela disposição das bancas e zonas de comer. Acho que tem bancas a mais no centro, torna a circulação e a escolha mais difíceis” “Mudou o conceito, perdeu algum carácter” “Lamenta-se a perda da sua função principal de mercado, como era anteriormente entendida, para se transformar sobretudo em hotel e caótica praça de alimentação.” “Velho”</p>	<p>11</p>

<p>Entre a opinião positiva e negativa</p>	<p>“Interessante, mas feito para uma minoria e não para a maioria da sua população” “Organização interior bem conseguida, mas circulação é confusa.” “Interessante para visitar uma vez.” “Mercado modernizado, mas que perdeu a sua "alma" inicial.” “De início estava muito bem com as banquinhas, mas neste momento está muito” globalizado”. Fecha muito cedo ao fim de semana!”</p>	<p>5</p>
---	--	----------

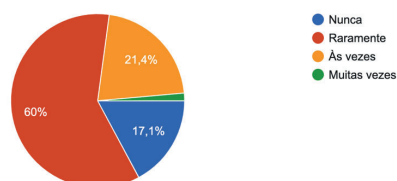
São mais as opiniões positivas do que negativas.

Seguidamente, foi colocada uma questão para conhecer a frequência de uso dos mercados.

Com que frequência se desloca (va) ao Mercado
70 respostas



Com que frequência se deslocava ao Mercado?
70 respostas

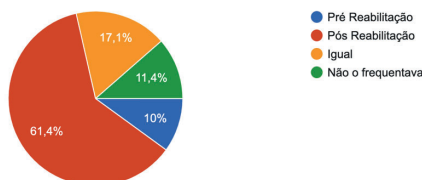


Relativamente ao Mercado do Bom Sucesso apenas 2 (2,9%) sujeitos referem que vão “Muitas vezes”, 24 (34,3%) “Às vezes” e 35 (50%) sujeito referem que raramente vão.

Já relativamente ao Mercado do Bolhão, apenas 1 (1,4%) sujeito refere que costumava ir “Muitas vezes” ao mercado, 15 (21,4%) sujeitos referem “Às vezes”. 42 sujeitos (60%) afirmam que raramente iam ao Mercado do Bolhão.

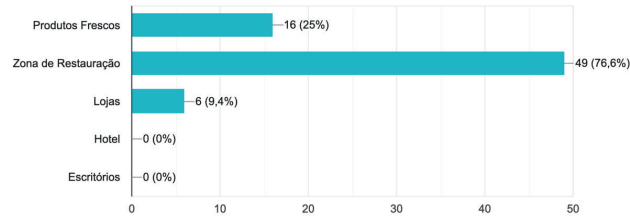
À questão sobre se utilizava mais o mercado antes ou depois da reabilitação, apenas temos respostas para o Mercado do Bom Sucesso, uma vez que o Mercado do Bolhão não tem as obras terminadas.

Frequenta (va) mais o Mercado:
70 respostas

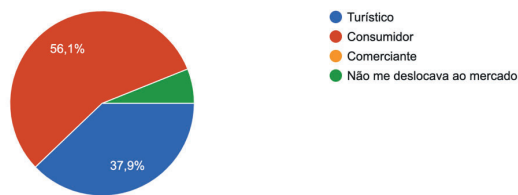


Assim, a maioria, 43 (61,4%) sujeitos afirmam que visitam mais o mercado depois da reabilitação.

Quando se desloca (va) ao Mercado, qual o objetivo?
64 respostas



Quando se deslocava ao Mercado, era com que objetivo?
66 respostas



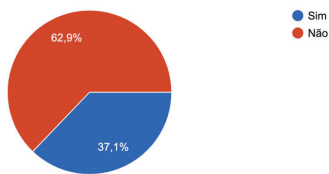
A maioria dos respondentes – 49 (76,6%) sujeitos - afirma que frequenta o mercado pela zona de restauração.

Já relativamente ao Mercado do Bolhão, a maioria dos sujeitos (56,1%, 37 sujeitos), refere que é como consumidor.

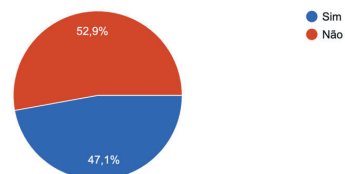
Ainda sobre o Mercado do Bolhão, foi colocada a questão do conhecimento da criação de um Mercado Temporário do Bolhão, para albergar os comerciantes, enquanto se realizam as obras no edifício original. 49 sujeitos (70%) referiram que sim.

A estes sujeitos que responderam que sim, foi perguntada a opinião sobre esta iniciativa do Mercado Temporário. A grande maioria, 44 sujeitos (83%) referiram que foi uma iniciativa “Muito boa” ou “Boa”.

Esteve a par de algum processo de reabilitação no Mercado do Bom Sucesso?
70 respostas



Esteve a par de algum processo de reabilitação do edifício?
70 respostas

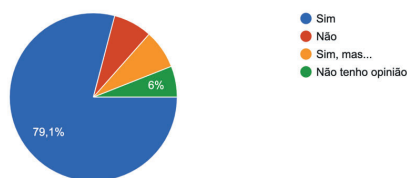


Sobre se teve conhecimento do processo de reabilitação do Mercado do Bom Sucesso, apenas 26 sujeitos (37,1%) afirmam que sim. Já relativamente ao Mercado do Bolhão, apenas 33 sujeitos (47,1%) confirma que sim.

Colocou-se ainda a questão sobre o início da reabilitação dos mercados. Relativamente ao Mercado do Bom Sucesso, a maioria (58,6%) refere que “não” tem ideia do início, valor semelhante ao do Mercado do Bolhão, quando a maioria (54,3%) refere que “não”.

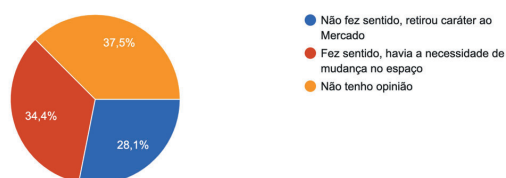
Acha que a introdução de um novo programa como a zona de restauração e de lojas beneficiou o Mercado?

67 respostas



Qual a sua opinião sobre a deslocação do Mercado de Frescos do centro do edifício?

64 respostas

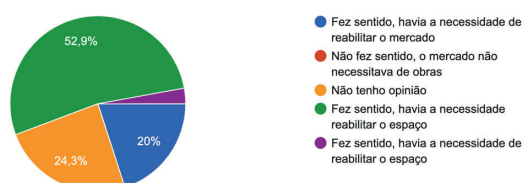


Acerca do benefício que a introdução de um novo programa, como a zona de restauração e de lojas, trouxe ao mercado, 23 sujeitos (79,1%) afirmam que sim, trouxe.

Sobre a opinião relativa à deslocação do Mercado de Frescos do centro do edifício, 22 sujeitos (34,4%) afirma que faz sentido, pois havia a necessidade de mudança no espaço. No entanto, 18 sujeitos (28,1%) afirma que não fez sentido, uma vez que retirou caráter ao Mercado.

Qual a sua opinião sobre estas obras de reabilitação no Mercado do Bolhão?

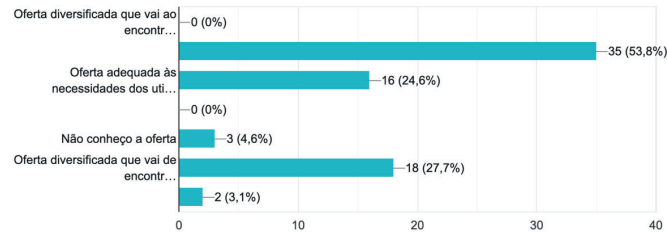
70 respostas



Relativamente às obras de reabilitação no Mercado do Bolhão, a maioria (55,8%) afirma que faz sentido, uma vez que havia a necessidade de reabilitar o espaço.

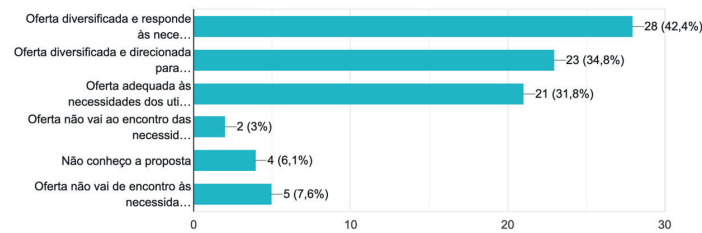
Como qualifica a oferta do Mercado agora?

65 respostas



Como qualifica a proposta de reabilitação apresentada?

66 respostas

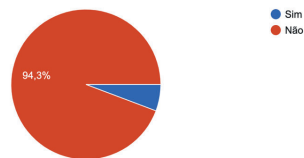


Quanto à oferta do mercado agora, 35 sujeitos (53,8%) assegura que a oferta é diversificada e direcionada para o turismo.

Sobre o Mercado do Bolhão, colocámos a questão de saber como qualifica a proposta de reabilitação apresentada. A resposta mais escolhida, com 42,4%, foi “Oferta diversificada e responde às necessidades do utilizador e do comerciante”.

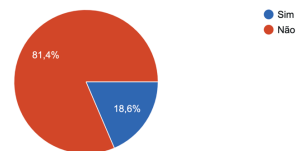
Esteve a par de um processo onde a opinião e intervenção dos comerciantes foi tida em conta para a execução do projeto de reabilitação?

70 respostas



Esteve a par de algum processo onde a opinião e intervenção dos comerciantes foi tida em conta para a execução do projeto de reabilitação?

70 respostas

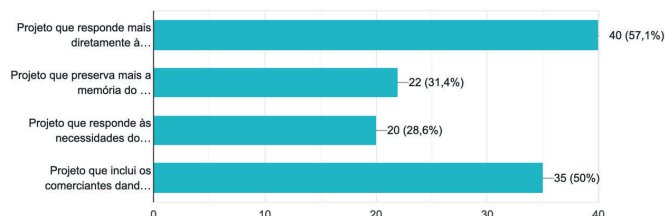


Os sujeitos foram questionados sobre se estiveram a par de um processo onde a opinião e intervenção dos comerciantes foi tida em conta para a execução do projeto de reabilitação. No caso do Mercado do Bom Sucesso, a grande maioria, 66 sujeitos (94,3%) confirma que não, valor que desce um pouco no caso do Mercado do Bolhão, para 81,4%.

Sobre onde e quando verificaram essa participação, no Mercado do Bom Sucesso a maioria (71,4%) foi pelas notícias. No caso do Mercado do Bolhão, 50%. Sobre onde e quando verificaram essa participação, no Mercado do Bom Sucesso a maioria (71,4%) foi pelas notícias. No caso do Mercado do Bolhão, 50%.

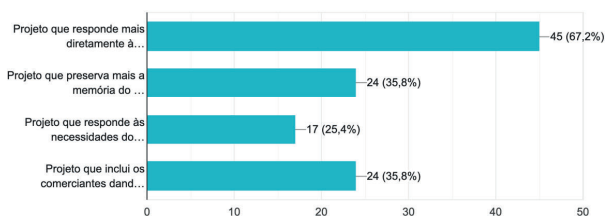
Na sua opinião, quais os principais benefícios da intervenção dos comerciantes no processo de projeto?

70 respostas



Na sua opinião, quais os principais benefícios da intervenção dos comerciantes no processo de projeto?

67 respostas



Sobre quais os principais benefícios da intervenção dos comerciantes no processo de projeto, os sujeitos respondentes referem que assim “o Projeto que responde mais diretamente às necessidades dos comerciantes e utilizadores “, com 40 sujeitos (57,1%) e 45 (67,2%), respetivamente nos Mercados do Bom Sucesso e do Bolhão.

Algumas opiniões relativas às reabilitações dos Mercados do Bom Sucesso e do Bolhão, foram alvo de comentários mais extensos.

“Considero muito boa a reabilitação destes espaços”

“Seria bom requalificar os espaços tendo sempre em conta a sua história, os seus comerciantes e os seus utilizadores mais comuns, ou sejam os habitantes e não tanto os turistas. Deixar de pensar em tudo como um negócio para os mais ricos e ter a noção de que espaços característicos das suas gentes são do mais enriquecedor e belo que há numa cidade.”

“A reabilitação fez parte da adaptação da cidade à nova realidade onde pontuam a Grande Distribuição e o Turismo.”

“Reabilitar sem descaracterizar um edifício de referência da cidade.”

“A identidade destes espaços deve ser mantida.”

“O mercado do Bom Sucesso estava decadente. A reabilitação deu-lhe vida. No início era muito agradável. Frequentava-o semanalmente para ir à “Quinta do Paço”. Agora parece um shopping!”

“Estes mercados devem ser reabilitados de acordo com os usos e costumes dos portugueses e não copiar o que se faz no estrangeiro. Temos uma cultura própria e é de acordo com ela que é preciso atuar.”