



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Engenharia

# Projeto de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Joana Rita Benta Gonçalves

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em  
**Arquitetura**  
(ciclo de estudos integrado)

Orientador: Prof. Doutor Jorge Eduardo Ramos Jular

Covilhã, abril de 2017



## Agradecimentos

Ao Professor Doutor Jorge Eduardo Ramos Jular, pela sua disponibilidade, contributo, atenção, amizade e motivação para o desenvolvimento e elaboração do presente trabalho.

À minha família e ao André, pelo apoio, carinho e compreensão, em especial aos meus pais, que sempre me apoiaram neste percurso académico e me ajudaram a ultrapassar as dificuldades que foram surgindo, fazendo-me sempre acreditar no valor do meu trabalho.

Aos meus amigos, fonte de motivação, pela sua total disponibilidade, apoio incondicional e pelos bons momentos que a nossa amizade nos proporcionou.

De um modo geral, a todos aqueles que de uma forma ou outra me acompanharam e contribuíram no desenvolvimento desta dissertação.



## Resumo

O estado de degradação do atual edifício do Mercado Municipal da Vila da Nazaré é uma realidade que se encontra à vista de todos, apesar de ainda se encontrar em atividade. Desta forma, surgiu como tema pertinente no âmbito da realização da presente dissertação de Mestrado a proposta de requalificação do mesmo edifício.

Pretende-se, também, salientar o interesse contemporâneo na temática da reabilitação e requalificação urbana, atentando à problemática das cidades envelhecidas e sua progressiva degradação e desajuste às necessidades e modos de vida de uma sociedade em evolução.

Sabe-se que o surgimento dos Mercados Públicos se traduziu numa das forças modeladoras das cidades europeias desde a Idade Média, dando-se a primeira fase de construção dos novos mercados de metal no séc. XIX e início do séc. XX, sendo atualmente associados a um formato do passado. Através do acentuado aparecimento e desenvolvimento de novas formas comerciais do séc. XXI, temos vindo a assistir a uma necessidade crescente de revolucionar o comércio tradicional que por si tem o objetivo de proporcionar vida aos centros urbanos e assim os revitalizar.

Situado na zona central da Vila da Nazaré, denominada de Praia da Nazaré, o Mercado traduz os modos de vida daquela sociedade desde há centenas de anos, tornando-se um espelho da sua cultura não só para os que habitam a região, mas também para aqueles que a procuram visitar e conhecer.

Através da identificação das patologias que o próprio edifício apresenta acerca do seu estado de conservação e posterior análise de alguns casos de estudo, pretende-se resolver e delinear uma estratégia que permita a valorização e reconhecimento do imóvel para que o mesmo possa continuar a fazer parte do desenvolvimento daquela sociedade no presente e no futuro.

O projeto de requalificação do edifício pretende dotar o espaço de características modernas que atraiam até si os habitantes da região e os turistas que visitam cada vez mais a Vila, procurando valorizar o seu património cultural.

## Palavras-chave

Reabilitação | Património | Cultura | Comércio | Mercado Público



## Abstract

The state of degradation of the current building of the Municipal Market of the Village of Nazaré is a reality that is in sight of all, although it is still in activity. In this way, the proposal for the requalification of the same building emerged as a pertinent theme in the scope of the accomplishment of the present Masters dissertation.

It is also intended to emphasize the contemporary interest in urban regeneration and rehabilitation, paying attention to the problem of aging cities and their progressive degradation and mismatch to the needs and ways of life of an evolving society.

It is known that the emergence of Public Markets has become one of the modeling forces of European cities since the Middle Ages, giving the first phase of construction of the new metal markets in the 19th century and beginning of the 20th century, being currently associated with a format of the past. Through the accentuated appearance and development of new commercial forms of the 21st century, we have seen a growing need to revolutionize the traditional trade that in itself aims to bring life to urban centers and thus revitalize them.

Located in the central part of the village of Nazaré, called Praia da Nazaré, the market has translated the lifestyles of this society for hundreds of years, becoming a mirror of its culture not only for those who live in the region, but also for those who seek it and visit it.

Through the identification of the pathologies that the building itself presents about its conservation status and subsequent analysis of some case studies, it is intended to solve and outline a strategy that allows the valuation and recognition of the property so that it can continue to be part of the development of that society in the present and in the future.

The project of requalification of the building intends to provide the space with modern characteristics that attract to itself the inhabitants of the region and the tourists that visit more and more the Village, trying to value its cultural heritage.

## Keywords

Rehabilitation | Patrimony | Culture | Trade | Public Market



# Índice

<b>PARTE I</b>	<b>1</b>
<b>CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICO-GEOGRÁFICA</b>	<b>1</b>
<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
1.1. Justificação do tema .....	5
1.2. Objetivos .....	6
1.3. Metodologia.....	6
1.4. Estrutura da Dissertação.....	7
1.5. Estado de Arte .....	8
<b>2. SOBRE OS MERCADOS</b>	<b>11</b>
2.1. O Mercado Público: Organismo de evolução urbana.....	12
2.2. A Arquitetura dos Mercados Públicos: casos de estudo.....	28
2.2.1. Mercado do Bom Sucesso.....	28
2.2.2. Mercado Municipal de Santa Maria da Feira .....	32
2.2.3. Mercado de San Antón .....	34
2.2.4. Mercado de Santa Catarina.....	37
<b>3. SOBRE O LOCAL</b>	<b>41</b>
3.1. Contextualização histórico-geográfica.....	42
3.1.1. Nazaré, uma nova entidade urbanística.....	56
3.2. “Nazaré, um estudo urbanístico”.....	57
Considerações sobre “Nazaré, um estudo urbanístico” .....	62
<b>4. SOBRE O EDIFÍCIO</b>	<b>65</b>
4.1. O Mercado Municipal da Nazaré .....	67
4.1.1. Organização espacial .....	68
4.1.2. Materialização.....	79
4.1.3. Estado de Conservação .....	81
4.1.4. Considerações finais.....	87
<b>PARTE II</b>	<b>89</b>
<b>PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO</b>	<b>89</b>
<b>5. SOBRE A PROPOSTA</b>	<b>91</b>
5.1. Conceito.....	92

5.2. Estratégias de Intervenção .....	93
5.3.1 Mercado.....	100
5.3.2. Museu da Pesca .....	104
5.4. Materialização.....	109
6. CONCLUSÃO	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	115
ANEXOS	119

## Lista de Figuras

### CAPÍTULO 2 - SOBRE OS MERCADOS

#### 2.1. O Mercado Público: organismo de evolução urbana

Figura 1 - A revolução Agrícola Europeia do Séc. VXII.

Fonte: [https://www.albert.io/blog/wp-content/uploads/2016/06/British\\_agriculture\\_1860.jpg](https://www.albert.io/blog/wp-content/uploads/2016/06/British_agriculture_1860.jpg), consultado em 05/02/2017;

##### 2.1.1. As tipologias clássicas de Mercado

Figura 2 - Ágora: o imponente edifício comercial de configuração em “U”, em que facilmente se distinguem as *Stoas* rodeadas de colunatas.

Fonte: <http://agoratest.blogspot.pt>, consultado em 05/02/2017;

Figura 3 - Cidade de Atenas, vista para a Acrópole.

Fonte: <http://agoratest.blogspot.pt>, consultado em 05/02/2017;

Figura 4 - Fórum de Trajano - planta em hemiciclo.

Fonte: [http://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercado\\_de\\_Trajano\\_en\\_siglo\\_II\\_\(plant\\_aprox.jpg\)](http://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercado_de_Trajano_en_siglo_II_(plant_aprox.jpg)), consultado em 05/02/2017;

Figura 5 - Fórum de Trajano - perspetiva.

Fonte: [http://www.urbipedia.org/images/3/33/Mercado\\_trajano.perspectiva.jpg](http://www.urbipedia.org/images/3/33/Mercado_trajano.perspectiva.jpg), consultado em 05/02/2017;

Figura 6 - *Grand Bazaar* Oriental.

Fonte: [http://paintingandframe.com/uploadpi/amadeo\\_preziosi/big/\\_turkish\\_bazaar.jpg](http://paintingandframe.com/uploadpi/amadeo_preziosi/big/_turkish_bazaar.jpg), consultado em 05/02/2017;

Figura 7 - Planta da Cidade Medieval de Breslau, Polónia.

Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=417980>, consultado em 05/02/2017;

Figura 8 - *Les Halles*, no centro de Paris.

Fonte: <http://www.europe1.fr/societe/en-images-les-halles-du-ventre-de-paris-a-la-canopee-2710567>, consultado em 05/02/2017;

## 2.2. A Arquitetura dos Mercados Públicos: casos de estudo

Figura 9 - Mercado do Bom Sucesso: edifício original, vista exterior.

Fonte: <http://uli.org/awards/mercado-bom-sucesso-2014-global-awards-excellence-finalist/>, consultado em 06/02/2017;

Figura 10 - Mercado do Bom Sucesso: edifício original, vista interior.

Fonte: <http://www.pedrosarmento.com/mercado-do-bom-sucesso.html>, consultado em 06/02/2017; Fotografia de Pedro Sarmento, 2009;

Figura 11 - Mercado do Bom Sucesso: edifício reabilitado, vista para o Hotel.

Fonte: <http://www.oeirascomhistoria.pt/mercado-bom-sucesso-ganha-premio-de-arquitetura-em-nova-iorque>, consultado em 06/02/2017;

Figura 12 - Mercado do Bom Sucesso: edifício reabilitado, vista para os Escritórios.

Fonte: <http://www.maiahoje.pt/noticias/ler-noticia.php?noticia=359#.WJfg1PmLSM8>, consultado em 06/02/2017;

Figura 13 - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira: pátio central.

Fonte: Távora, Fernando. (1999). Da organização do espaço. 4.<sup>a</sup> Edição, Faculdade de arquitetura do Porto. Porto, pp. 14;

Figura 14 - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira: vista exterior.

Fonte: [http://architectuul.com/architecture/view\\_image/market-of-santa-maria-da-feira/10690](http://architectuul.com/architecture/view_image/market-of-santa-maria-da-feira/10690), consultado em 06/02/2017;

Figura 15 - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira: volume arquitetónico.

Fonte: <http://hueandsaturation.tumblr.com/post/73198650956/municipal-market-santa-maria-da-feira-1959>, consultado em 06/07/2017;

Figura 16 - Mercado de *San Antón*: vista exterior.

Fonte: <http://www.conarquitectura.com/ca42/content/ca42/pdf%20desc/CA2042%2011.pdf>, consultado em 06/02/2017;

Figura 17 - Mercado de *San Antón*: acesso principal.

Fonte: <http://www.conarquitectura.com/ca42/content/ca42/pdf%20desc/CA2042%2011.pdf>, consultado em 06/02/2017;

Figura 18 - Mercado de *San Antón*: pátio central.

Fonte: <http://www.conarquitectura.com/ca42/content/ca42/pdf%20desc/CA2042%2011.pdf>, consultado em 06/02/2017;

Figura 19 - Mercado de Santa Catarina: cobertura.

Fonte: [http://barcelona.com/anuaire\\_barcelonemonument/marchesantacaterina\\_barcelone](http://barcelona.com/anuaire_barcelonemonument/marchesantacaterina_barcelone), consultado em 06/02/2017;

Figura 20 - Mercado de Santa Catarina: fachada principal.

Fonte: <http://catarino.net/travel/spain/barcelona/travels-guide-el-born/>, consultado em 07/02/2017;

Figura 21 - Mercado de Santa Catarina: interior, módulos de venda.

Fonte: [www.barcelona-access.com/files/5445-8091-Imagen/mercat-santa-catarina-barcelona-c1.jpg](http://www.barcelona-access.com/files/5445-8091-Imagen/mercat-santa-catarina-barcelona-c1.jpg), consultado em 07/02/2017;

Figura 22 - Mercado de Santa Catarina: interior, zona de restauração.

Fonte: [www.angred.mx/blog/2009/03/30/mercat-santa-caterina-programa/](http://www.angred.mx/blog/2009/03/30/mercat-santa-caterina-programa/), consultado em 07/02/2017;

### CAPÍTULO 3 - SOBRE O LOCAL

Figura 23 - Distrito de leiria no mapa de Portugal.

Fonte: <http://www.visitarportugal.pt/distritos/d-leiria/d-leiria>, consultado em 05/08/2016;

Figura 24 - Concelho da Nazaré no mapa de Portugal.

Fonte: <http://www.visitarportugal.pt/distritos/d-leiria/c-nazare>, consultado em 05/08/2016;

#### 3.1. Contextualização histórico-geográfica

Figura 25 - Lagoa da Pederneira: área coberta pelo mar no fim do neolítico e contorno atual da costa;

Fonte: *Jornadas sobre cultura marítima*. 1.<sup>a</sup> Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.3;

Figura 26 - Aparecimento e evolução dos três núcleos populacionais: sítio, pederneira e praia da nazaré, respetivamente.

Fonte: *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.<sup>a</sup> Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena, p. 3;

Figura 27 - Malha urbana da nazaré no século XIX e XX, respetivamente.

Fonte: *Jornadas sobre cultura marítima*. 1.<sup>a</sup> Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.1;

Figura 28 - Plano Urbanístico para a Vila da Nazaré, 1905.

Fonte: *Nazaré, Memórias de uma praia de banhos*. 1.<sup>a</sup> Edição, Museu Dr. Joaquim Manso. Nazaré, p.7;

Figura 29 - Descarga da sardinha, 1907.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.<sup>a</sup> Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.130;

Figura 30 - *Chalets* vistos do mar, 1914.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.113;

Figura 31 - Bois puxando barco do caranguejo, 1915.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.123;

Figura 32 - Nazaré vista do poente, 1915.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.47;

Figura 33 - Mercado a funcionar na praça Sousa Oliveira, 1925.

Fonte: *Jornadas sobre cultura marítima*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.14;

Figura 34 - Barca salva-vidas no areal, em frente à Capitania, 1931.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.165;

Figura 35 - *Chalets* e Praia de banhos, 1931.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.61;

Figura 36 - Pescadores a puxar a rede à mão, 1932.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.136;

Figura 37 - Mercado do Peixe no areal, 14 de abril de 1934.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.149;

Figura 38 - Mercado do Peixe no areal, 14 de abril de 1934.

Fonte: *O mar da Nazaré*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré, p.150;

### 3.2. “Nazaré: um estudo urbanístico”

Figura 39 - Os autores identificaram os aspetos arquitetónicos e culturais que definiam a vila.

Fonte: Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.ª Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena. p. 11;

Figura 40 - Situação urbanística da Vila em 1993.

Fonte: Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.ª Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena. p. 19;

Figura 41 - Proposta de extensão construtiva.

Fonte: Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.ª Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena. p. 19;

Figura 42 - Proposta de edificação junto ao Porto de Abrigo.

Fonte: Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.ª Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena. p. 24;

### 3.2.1. Considerações sobre “Nazaré: um estudo urbanístico”

Figura 43 - Proposta de urbanização do vazio urbano a sul do Mercado Municipal.

Fonte: Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.<sup>a</sup> Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena. p. 15;

## CAPÍTULO 4 - SOBRE O EDIFÍCIO

### 4.1. O Mercado Municipal da Nazaré

Figura 44 - Identificação de tipologias envolventes ao Mercado.

Fonte: Esquema elaborado pela autora.

#### 4.1.1. Organização espacial

Figura 45 - Zona de venda de peixe intervencionada, destacada da restante área de mercado.

Fonte: Esquema elaborado pela autora.

Figura 46 - Levantamento fotográfico do existente: espaços exteriores.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 47 - Zona de venda de peixe intervencionada.

Fonte: Esquema elaborado pela autora.

Figura 48 - Levantamento fotográfico do existente: entrada Sul do Mercado.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 49 - Função das diversas lojas no interior do Mercado.

Fonte: Esquema elaborado pela autora.

Figura 50 - Levantamento fotográfico do existente: espaços comerciais.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 51 - Levantamento fotográfico do existente: espaços comerciais.

Fonte: Fotografia da autora.

#### 4.1.2. Materialização

Figura 52 - Levantamento fotográfico do existente: materiais de revestimento de superfícies.

Fonte: Fotografia da autora.

#### 4.1.3. Estado de conservação

Figura 53 - Patologias diagnosticadas nos muros de separação do Mercado de produtos variados.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 54 - Patologias diagnosticadas nas lajes de pavimento do Mercado de Peixe.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 55 - Patologias diagnosticadas nos materiais constituintes da cobertura.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 56 - Patologias diagnosticadas nas paredes interiores.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 57 - Patologias diagnosticadas nas portas e janelas interiores.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 58 - Patologias diagnosticadas nas janelas e fissuras nas paredes exteriores.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 59 - Patologias diagnosticadas nas superfícies.

Fonte: Fotografia da autora.

Figura 60 - Patologias diagnosticadas na estrutura da cobertura e queda de ladrilhos.

Fonte: Fotografia da autora.

## CAPÍTULO 5 - SOBRE A PROPOSTA

### 5.1. Conceito

Figura 61 - Conceitos representativos do local.

Fonte: Fotografia da autora.

### 5.2. Estratégias de Intervenção

Figura 62 - Diagrama concetual das estratégias urbanas.

Fonte: Esquício elaborado pela autora.

Figura 63 - Diagramas concetuais das estratégias de intervenção.

Fonte: Esquícios e esquemas elaborados pela autora.

Figura 64 - Diagrama concetual dos volumes arquitetónicos.

Fonte: Esquícios elaborado pela autora.

Figura 65 - Esquema concetual da distribuição funcional do edifício.

Fonte: Esquema elaborado pela autora.

Figura 66 - Esquema concetual da cobertura central do Mercado.

Fonte: Esquema elaborado pela autora.

## Lista de Tabelas

### CAPÍTULO 4 - SOBRE O EDIFÍCIO

#### 4.1.1. Organização espacial

Tabela 1 - Identificação das lojas, seu estado e área segundo o último registo da CMN.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 2 - Identificação das lojas, seu estado e área segundo o último registo da CMN.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 3 - Contabilização da área comercial total.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 4 - Contabilização da área útil total de construção.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

#### 4.1.3. Estado de conservação

Tabela 5 - Patologias diagnosticadas nos elementos de construção primários.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 6 - Patologias diagnosticadas nos elementos de construção secundários.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 7 - Patologias diagnosticadas nos acabamentos.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

### CAPÍTULO 5 - SOBRE A PROPOSTA

#### 5.2. Distribuição funcional

Tabela 8 - Contabilização da área útil do Mercado.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 9 - Contabilização da área útil do Museu - Piso 0.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 10 - Contabilização da área útil do Museu - Piso 1.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 11 - Contabilização da área útil total do conjunto edificado.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 12 - Materiais utilizados nas instalações sanitárias públicas.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 13 - Materiais utilizados nas instalações sanitárias do Museu.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Tabela 14 - Materiais utilizados nas instalações sanitárias de apoio ao Auditório.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

## Lista de Acrónimos

UBI	Universidade da Beira Interior
CMN	Câmara Municipal da Nazaré
PDM	Plano Diretor Municipal
REN	Reserva Ecológica Nacional



## **PARTE I**

### **CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICO-GEOGRÁFICA**



# 1. INTRODUÇÃO

A presente dissertação de Mestrado em Arquitetura consiste numa proposta de reabilitação e requalificação do atual Mercado Municipal da Nazaré, situado na zona central da Vila, designada de Praia da Nazaré. Este edifício surge como espelho dos “*hábitos peculiares da comunidade piscatória, vividos no imponente cenário da beira-mar*”<sup>1</sup>, onde se comercializam os diversificados produtos que traduzem as atividades agrícola e piscatória desta região, muito importantes para a sua economia.

Hoje em dia é visível o progressivo abandono por parte da população dos locais históricos e, neste caso específico, relativamente aos mercados públicos, continuando a ser frequentados na sua maioria por pessoas de maior idade que mantêm os velhos hábitos de consumo, preferindo obter os seus bens alimentícios nos mercados antigos ao invés de os adquirir nas grandes superfícies. O Mercado Municipal da Nazaré não é exceção.

A trajetória histórica dos mercados encontra-se diretamente relacionada com a história da consolidação das cidades, pois estes espaços respondiam às necessidades de abastecimento da população urbana e regiões mais próximas, garantindo a mútua articulação territorial, política e económica. Assim, é possível reconhecer os lugares de mercado enquanto espaços de sociabilidade e de interação recíproca entre indivíduos através de comportamentos intrinsecamente relacionados às atividades comerciais praticadas naqueles lugares.

Deste modo, surge a necessidade de ajustamento destes espaços às novas realidades, principalmente devido às relações humanas que deles resultam, desde a proximidade entre grupos, pela confraternização, pela demonstração de poder, pelas trocas não só físicas, mas também de ideias, de palavras, informações, experiências e sensações.

Neste processo, salientam-se os atos de dar, de receber e retribuir que com o tempo vieram a estabelecer um vínculo importante na vida do ser humano. Por isso, é através do fluxo de pessoas e mercadorias, do local de facilitação das relações humanas que é claramente possível compreender as sociedades que o praticam, o seu modo de vida, os seus hábitos, desde aos produtos que produzem e consomem, a capacidade inventiva e criativa, o dinamismo e a vitalidade, a capacidade de organização, entre outras inúmeras qualidades que transmitem as suas bases culturais<sup>2</sup>. Uma identidade que, sem dúvida alguma, deverá ser preservada.

Todavia, é necessário refletir acerca do papel da tipologia do mercado nas cidades de hoje e na necessidade de revitalização que estes mesmos espaços carecem, principalmente como forma de investir e recuperar parte da nossa cultura e tradição. É sabido que o futuro deste

---

<sup>1</sup> Monteiro, J. O. (1995). *Jornadas sobre cultura marítima*. 1.<sup>a</sup> Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré.

<sup>2</sup> Vargas, H. C. (2001). *Comércio e Cidade: uma relação de origem*. SENAC, São Paulo.

tipo de edifícios está dependente da capacidade de reunir em si atividades que atraíam um grupo mais variado de utilizadores.

Deve assumir-se, desde logo, que a função de abastecimento comercial hoje em dia não é suficiente para dinamizar estes equipamentos e assegurar a sua permanência no tempo. Portanto, é necessário reinterpretar a sua função nos contextos urbanos atuais, tomando partido do seu potencial e transformar uma simples ida ao mercado local num ato contemporâneo, quer ao nível de socialização, quer ao nível de aquisição de bens e até mesmo ao nível do divertimento.

## **1.1. Justificação do tema**

Um dos principais motivos que incentivaram a escolha do projeto de requalificação como tema para a presente dissertação deve-se ao facto de cada vez mais se valorizar a reabilitação como caminho para o desenvolvimento sustentável das cidades e dos centros históricos, potencializando novos modos de viver.

Assim, propõem-se o desenvolvimento de um conjunto de intenções com o objetivo de contribuir para um futuro processo de reabilitação do edifício do Mercado Municipal da Nazaré, uma vez que se trata de um edifício com o qual a sociedade da região se identifica e que dele necessita a nível socioeconómico e que com o passar dos anos se tem vindo a degradar.

Tendo sido através da atividade agrícola e piscatória, e posteriormente no século XIX com o turismo, que aquela região se veio a desenvolver e estruturar, são determinados edifícios e espaços públicos - como o caso do Mercado, entre outros de igual importância - que traduzem a história das localidades e das suas gentes, ficando como imagem de marca na memória das pessoas que as habitam e visitam.

Com o objetivo de preservar a identidade cultural da localidade, deve proceder-se à conservação e reabilitação destes espaços, tornando-os modernos e atuais, isto é, adaptados às necessidades de uma sociedade moderna e em crescimento. Mais do que uma estratégia focada unicamente no Mercado como uma tipologia arquitetónica, pretende-se o desenvolvimento de uma estratégia urbana na medida em que, não só o próprio edifício volte a assumir um papel importante na Vila, mas também a zona envolvente se torne reflexo desta intervenção.

## 1.2. Objetivos

A dissertação tem como principal objetivo a aprendizagem acerca do processo de reabilitação de um edifício com importância histórico-cultural de uma determinada sociedade e a proposta da sua requalificação. Do mesmo modo, se procura resolver questões relacionadas com o modo como o espaço é usado atualmente, designadamente no que diz respeito à disposição das diversas funções do Mercado, procurando a sua interdependência, seguindo uma ligação intrínseca com o futuro sustentável da construção.

A necessidade de resolver problemáticas não só a nível do estado de conservação do edifício, mas também da mensagem que o próprio transmite a quem visita a Vila, torna-se objetivo indispensável na procura de melhorar a sua imagem e torná-lo um edifício moderno e representativo de uma sociedade em crescimento. Assim, procurar entender a relação que o edifício constrói com aqueles que o utilizam usualmente e os que os visitam, sendo que se trata de um espaço de trocas de vivências culturais e que traduzem um determinado modo de vida.

Igualmente importante, pretende-se potenciar as infraestruturas envolventes ao edifício bem como responder a problemáticas relacionadas com a malha urbana/acessos ao edifício, com o intuito de melhorar questões acerca da sua implantação e a relação com o entorno próximo.

Principalmente, o objetivo que mais se destaca na elaboração deste trabalho é sem dúvida a contribuição para a conservação de uma identidade cultural como o edifício do Mercado Municipal da Nazaré, bem como muitos outros que devem ser valorizados para que continuem a fazer parte da vida das sociedades como o fizeram desde os tempos mais remotos.

## 1.3. Metodologia

A dissertação apoia-se numa metodologia estruturada em quatro fases essenciais:

Numa primeira fase de trabalho, em que se denota essencial o recurso à pesquisa de bibliografia temática e posteriormente o seu estudo, como forma de estruturar uma base teórica que se tornará essencial na compreensão do mercado como espaço público e seu papel no desenvolvimento não só das formas urbanas como também na vida daqueles que dele usufruem.

Numa segunda fase, onde se aborda o enquadramento histórico-geográfico do local em estudo, bem como a recolha e tratamento da informação sobre o edifício a reabilitar da qual resultarão análises essenciais ao desenvolvimento da proposta de intervenção. Para tal, torna-se necessário completar as informações com uma recolha documental e visitas ao local, rematadas com documentação fotográfica para identificar o estado de conservação do imóvel.

Numa terceira fase de trabalho que, tendo em conta a envolvente, pretende identificar as suas oportunidades e debilidades na elaboração de uma estratégia de intervenção justificada e equilibrada, identificando o modo como o espaço se deverá organizar, suas funções e relação público-espaço, entre outros de igual importância.

Numa última fase, procede-se ao desenvolvimento da proposta de reabilitação do Mercado Municipal, tendo em conta o programa que um edifício deste género terá que cumprir bem como a identificação das principais patologias a resolver na fase de projeto. Do mesmo modo, a memória descritiva e justificativa da proposta de intervenção que, complementada com peças desenhadas a diferentes escalas, permitam a correta compreensão da mesma.

## 1.4. Estrutura da Dissertação

A dissertação baseia-se num percurso metodológico, fundamentado na recolha de informação e exploração de bibliografia relacionada com a temática em estudo, com o objetivo de interpretar o papel dos mercados públicos e a sua arquitetura no desenvolvimento das formas urbanas. Tendo em conta o enquadramento e desenvolvimento teórico, o presente trabalho culmina com uma proposta de projeto de uma futura requalificação do mercado municipal da Nazaré.

No que diz respeito à estrutura, a presente dissertação é primeiramente justificada, descrevendo-se os objetivos e a metodologia que a mesma segue, encontrando-se, posteriormente, organizada em diversos capítulos, intitulados, respetivamente, o Capítulo 2 *Sobre os Mercados*, o Capítulo 3 *Sobre o Local*, o Capítulo 4 *Sobre o Edifício*, o Capítulo 5 *Sobre a Proposta* e, por fim, o Capítulo 6 *Conclusão*.

No Capítulo 2 *Sobre os Mercados*, aborda-se a tipologia dos mercados públicos como organismo de evolução urbana, não só porque na maioria dos casos as cidades se desenvolveram em conformidade com estes na medida em que se localizavam no seu centro mas também porque são os centros da vida social. Pretende-se ainda entender a forma como surgiram e se desenvolveram nas diferentes civilizações ao longo do tempo, estudando desde a sua forma, tipologia, modo como se configuravam e organizavam funcionalmente como base de estudo ao presente trabalho. Por fim, procede-se ainda à análise de determinados casos de estudo como modo de definir estratégias a adotar no decorrer do projeto.

No Capítulo 3 *Sobre o Local*, é apresentado um enquadramento histórico-geográfico da zona envolvente que veio a condicionar de modo determinante a origem e desenvolvimento da atual Vila da Nazaré e que veio a influenciar a atividade socioeconómica dos seus habitantes - a faina da pesca. Este será um ponto importante no que diz respeito ao desenvolvimento introdutório do corpo do trabalho como justificativa e validação do tema escolhido para a presente dissertação.

No Capítulo 4 *Sobre o Edifício* torna-se essencial analisar o contexto urbano e suas características, isto é, as pré-existências, tendo em consideração não só o estado de conservação do edifício mas também as oportunidades que o local oferece, como ponto de partida para a fase de desenvolvimento do projeto de requalificação do Mercado Municipal da Nazaré, tendo em conta o programa mais indicado para o edifício.

No Capítulo 5 *Sobre a Proposta* inicia-se a fase de desenvolvimento da proposta de intervenção tendo em consideração os diversos aspetos até então abordados, consequentes das análises e levantamentos efetuados no decorrer da investigação. Do mesmo modo, é através da memória descritiva que todo o processo é entendido e especificado, aliado aos desenhos técnicos.

No Capítulo 6 *Conclusão* procede-se à conclusão da presente dissertação, na qual se abordam os objetivos cumpridos, os conhecimentos adquiridos e se salienta a importância da preservação e divulgação do Património Cultural local.

## 1.5. Estado de Arte

No que diz respeito ao tema da dissertação pode referir-se a existência de vários documentos de investigação, bem como a sua aplicação em diversos casos práticos. No entanto, é importante referir que a importância dos mercados públicos tem sido um tema muito discutido teoricamente, não só em arquitetura, mas principalmente noutros campos de investigação, como no caso da sociologia e da antropologia.

Uma das pesquisas efetuadas revelou várias investigações que procuram o reconhecimento dos mercados públicos como influência por trás da configuração das cidades europeias e sua capacidade de sobrevivência perante o crescente desenvolvimento das grandes superfícies de comércio ocorridas do século XXI. Esta mesma investigação diz respeito ao trabalho dos autores Guardia Bassols Manuel e José Luis Oyón Bañales (2007), intitulada *Mercados Públicos na cidade contemporânea: O CASO DE BARCELONA*, na *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* pela Universidade Politécnica de Barcelona.

Do mesmo modo, a pesquisa de documentação escrita e gráfica do surgimento de novas tipologias de mercados públicos em meados do século XIX através da construção em ferro que possibilitava a edificação de grandes estruturas associadas a esta tipologia, importantes no processo de contextualização do tema em estudo. Trata-se de um tema abordado em diversos artigos disponíveis online e em algumas dissertações e teses académicas.

Helena Comin Vargas com o seu livro intitulado de *Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*, no qual a autora aborda não só a importância do comércio nas cidades, mas também discute o comércio enquanto atividade de desenvolvimento económico e social e

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

que permite entender como estes espaços foram ao longo de muitos anos, desde a sua existência, imprescindíveis na modelação das sociedades.

Lewis Mumford no seu livro *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas* mostra do ponto de vista histórico a morfologia e evolução da praça municipal e da praça de mercado ao longo do tempo, exaltando e compreendendo a importância de tais espaços na diversidade e troca cultural.

Contudo, distinguem-se inúmeros projetos de reabilitação de mercados públicos a nível nacional, como o caso do projeto para o Mercado Municipal de Braga pelo arquiteto Eduardo Souto de Moura, nos anos de 1980/84 e posterior autoria do projeto de reabilitação do mesmo edifício no ano de 2004. Do mesmo modo, o Mercado da Ribeira, no Cais do Sodré, em Lisboa, que surge como um dos mercados municipais mais antigos da cidade e ícone da arquitetura de Ferro em Portugal, da autoria do Eng.º Ressano Garcia e recentemente renovado. Não menos relevante, o Mercado Municipal de Ponte de Lima, Portugal, da autoria do Atelier Guedes Cruz Arquitetos e ainda o Mercado do Bom Sucesso, recentemente reabilitado, sofrendo ainda um processo de requalificação onde lhe foram introduzidos novos elementos funcionais como um Museu e ainda um Hotel, da autoria do Atelier Ferreira de Almeida Arquitetos, entre outros de igual distinção.

Um dos projetos nacionais de grande relevo é sem dúvida o projeto do Mercado Municipal de Santa Maria da Feira do arquiteto Fernando Távora, inaugurado no ano de 1959. É um edifício que, sem dúvida, marca a arquitetura moderna portuguesa da década de 50, relevando-se de grande interesse público e histórico, exemplificativo quer a nível morfológico quer a nível funcional de como um edifício deste género deve configurar-se. Como tal, não poderia deixar de ser um exemplo a estudar no decorrer deste trabalho.

Também a nível nacional e internacional, os concursos de arquitetura como o Concurso Nacional de Arquitetura para o Mercado Público de Lages, em Santa Catarina, São Paulo, Brasil, que contou com a participação de arquitetos internacionais e visava a requalificação do mercado público daquela zona, ou ainda o novo concurso para o Mercado 2 de Maio em Viseu, que mostra a crescente preocupação na reabilitação destes equipamentos.

Destaca-se o concurso European 13 que propôs a requalificação do Mercado Municipal de Santo Tirso e espaço urbano adjacente, procurando a adaptação do próprio edifício a novos usos e novos conceitos de comércio. O projeto vencedor diz respeito à proposta da arquiteta espanhola Laura Alvarez que prevê uma reabilitação física não só do próprio mercado como também da zona envolvente, transformando os espaços dinâmicos e vibrantes, dotados de zonas multifuncionais e de lazer. A mesma autarquia prevê a realização do projeto de reabilitação, mostrando uma crescente preocupação com esta temática.

De uma forma mais particular, salienta-se a recuperação de uma loja pertencente ao Mercado Municipal da Nazaré, no ano de 2013 pela Câmara Municipal da Nazaré, com o intuito de lá

fixar o posto de turismo da Vila. É conhecido o interesse por parte da mesma entidade numa futura intervenção com o objetivo de recuperar/reabilitar todo o edifício, devido ao seu estado de conservação.

No que diz respeito à preservação da cultura Nazarena, salientam-se várias personalidades locais que das mais diversificadas formas têm vindo a documentar o desenvolvimento da sua Vila, as mutações que a mesma tem vindo a sofrer ao longo do tempo e as condicionantes que as têm provocado, principalmente o turismo. Destaca-se o fotógrafo amador Álvaro Laborinho que ao longo de vários anos veio a recolher e a divulgar um património fotográfico de elevado valor para o conhecimento da Nazaré na primeira metade do século XX.

## **2. SOBRE OS MERCADOS**

A evolução das atividades comerciais surge inevitavelmente associada à estruturação e evolução dos meios urbanos, marcando no tempo as constantes transformações sociais e permanecendo como parte viva da história e da cultura das cidades.

Em “*A Arquitetura da Cidade*”<sup>3</sup>, Aldo Rossi introduz o conceito de “facto urbano”<sup>4</sup> para definir os elementos considerados relevantes para o estudo e compreensão das transformações a que o tecido urbano foi submetido, reafirmando a importância da sua permanência na urbe. De um modo mais concreto, são os espaços que se distinguem pelo seu valor simbólico, integrando-se como parte da identidade da cidade onde se inserem. Assim, o Mercado público representa um destes elementos que sempre acompanhou as cidades e a sua evolução.

## 2.1. O Mercado Público: Organismo de evolução urbana

Considerada uma das mais antigas atividades económicas, a atividade comercial surgiu primeiramente a partir do encontro e da troca de produtos realizados pelos povos nómadas. A palavra **mercado**, do latim *mercatus*, designa-se de “*lugar público permanentemente destinado (...) a vender, comprar ou permutar géneros alimentares, artigos ou mercadorias*”<sup>5</sup>, surgindo mais tarde, quando o Homem passou a produzir excedentes alimentares, ou seja, mais do que aquilo que precisava para a sua sobrevivência.

Assim, passou a limitar o seu trabalho a determinados produtos, especializando-se noutras atividades. Dá-se, então, a necessidade de determinar um lugar onde se permutariam os excedentes por outros bens de semelhante importância.

Tendo sido um hábito adotado por todas as culturas como modo de troca de produtos, a forma como esta atividade se desenrolava dependia de diversos fatores entre os quais: a sua frequência, realizando-se esporádica, periodicamente ou de forma permanente em locais destinados a esse efeito; o tipo de mercadoria que se trocava/vendia, dependendo em grande parte da disponibilidade de se realizar o deslocamento das mercadorias, que assumem diversos modos nos diferentes momentos históricos; ou da importância que essa atividade representava para o abastecimento das cidades e zonas envolventes.

---

<sup>3</sup> Rossi, A. (2001). *A Arquitetura da cidade*. 2.ª edição, Edições Cosmos. Lisboa.

<sup>4</sup> *Ibid*, p.128.

<sup>5</sup> Grande Enciclopédia Universal. (2004). Malaxar - Molada. Vol. 13, tomo 13. 1.ª Edição, Editora Durclub, S.A. p. 8671.

Portanto, observava-se, em qualquer ponto do globo, o contato e o encontro direto entre vendedores, compradores, transeuntes e viajantes permitindo um mútuo jogo de permutas cuja troca pressupõe a conversa para que o negócio seja realizado. Assim, reconhecem-se desde logo os lugares de mercado como espaços de sociabilidade, na medida em que se traduzem numa interação recíproca entre indivíduos, permitindo a comunicabilidade e a intersubjetividade<sup>6</sup>.

Na antiguidade clássica, mais precisamente durante o Império Romano, estabeleceram-se estruturas organizadas destinadas às atividades comerciais, quer em locais próprios para o seu fim, quer nos pavimentos térreos das *insulae*<sup>7</sup>, que albergavam tabernas e lojas, com acesso através de um pátio interior e protegidas por um pórtico<sup>8</sup>.

Os mercados cobertos ou em praça aberta, a rua de barracas ou de lojas, vêm a configurar-se por volta do ano de 2000 a.C. funcionando na sua maioria dentro do templo, agrupando nele as funções de fornecimento, armazenagem e distribuição de produtos<sup>9</sup>. Com o aperfeiçoamento dos meios de transporte, quer pela utilização de animais de carga, veículos de rodas e até a implantação de estradas e calçadas, tornou-se cada vez mais fácil a distribuição dos excedentes e a aquisição de especialidades produzidas noutros locais mais distantes.

Com o fim do Império Romano, aproximadamente no séc. IV, e o início da Idade Média, as cidades medievais passaram a construir as suas ruas e praças com o propósito de se desenvolverem nelas as atividades dedicadas ao comércio. Surgem, desta forma, os mercados implantados. A rota seguida pelo famoso mercador e explorador Marco Polo veio a despertar nos países do Ocidente o hábito de compra e venda dos países orientais, salientando-se a sua diferente estrutura de comércio, mais precisamente as ruas cobertas. Portanto, o Oriente tornou-se conhecido durante séculos como o berço dos produtos e mercadores de especiarias.

Através das viagens ao Oriente, veio a estabelecer-se a principal ponte entre o comércio transitório e o sedentário, surgindo novas estruturas de mercado, com programas mais complexos, sendo que em alguns casos estes singulares equipamentos possuíam em edifício

---

<sup>6</sup> Vargas, H. C. (2001). *Comércio e Cidade: uma relação de origem*. SENAC, São Paulo, Brasil.

<sup>7</sup> Das tipologias de habitação típicas da sociedade romana, as *Insulae* eram as que se encontravam em maior número, visto que nelas habitavam os mais pobres. Como espécies de prédio, configuravam-se em 3 ou 4 andares, feitos de madeira e tijolo, e facilmente se incendiavam.

<sup>8</sup> Almeida, G. (2001). *A arte romana: as origens da arte romana até ao final do império e o seu legado*. 1.ª Edição, Plátano Editora. Lisboa.

<sup>9</sup> Mumford, L. (1998). *A Cidade na História: suas origens, transformações e perspectivas*. Editora Martins Fontes, São Paulo, Brasil.

anexo outras funções bem como tribunais, prisões e capelas, como se poderá verificar mais à frente.

Mais tarde, é com o Renascimento cultural, comercial e urbano nos séculos XV e XVI que se passa a sistematizar o que já havia sido desenvolvido na Idade Média acerca das atividades comerciais, atingindo a sua plenitude a partir do Mercantilismo<sup>10</sup>. No final do séc. XVII assistiu-se a um alargamento significativo das áreas de cultivo, à introdução de novas culturas, de novas técnicas agrícolas, bem como ao desenvolvimento da criação de gado. A este fenómeno se designou de Revolução Agrícola, aumentando consideravelmente a produção alimentar.

Posteriormente, no séc. XIX, o aumento da população e da produção, decorrente da Revolução Industrial, veio a provocar problemas referentes à armazenagem e distribuição de produtos, colocando em causa a estrutura e condições de funcionamento dos Mercados já instituídos, nomeadamente no que diz respeito à higiene e segurança daqueles espaços. Procedeu-se à construção de gigantescas estruturas em ferro no panorama de algumas cidades, sendo Paris uma das pioneiras na readaptação destas novas demandas.

Dá-se então um crescimento ao nível da exportação de edifícios pré-fabricados em ferro da Europa para diversos pontos do globo, em grande parte para a América Latina e América Central. O surgimento do ferro como material de construção civil viria a provocar uma revolução na história da arquitetura, uma vez que os edifícios poderiam ser fabricados longe do local onde viriam a ser montados. Mais significativo ainda, poderiam ser desmontados e novamente erigidos noutra local.

---

<sup>10</sup> Mercantilismo - da palavra *mercantil* - designa-se como a doutrina ou orientação que atingiu a sua plenitude no séc. XVII e tinha por objetivo a formação de um estado forte e independente, mediante regulamentação centralizadora da vida económica do país, com vista a impulsionar as atividades industriais e mercantis, bem como fomentar as exportações. Em todas as épocas, mas em especial na Idade Média, estadistas e mercadores tentaram enriquecer o Estado mediante a regulamentação do comércio e da atividade económica. A política mercantilista apontava para a expansão do Estado concebido como carente de ideais, pelo que o seu poder provinha dos recursos, procedimentos e técnicas materiais. Para alcançar a prosperidade nacional, os mercantilistas encaminharam os seus esforços para o aumento das reservas nacionais de metais preciosos que, segundo eles, constituíam o melhor índice dessa prosperidade, fazendo-se sentir uma grande necessidade de meios de troca que estimulassem o comércio nacional e internacional. As diversas regulamentações, destinadas, na sua maioria, a fomentar a exportação e restringir a importação, formaram um extenso corpo de leis sobre o comércio: o que cada pessoa deveria produzir, quanto deveria ganhar e como tinha de dispor dos seus ganhos. Fonte: Grande Enciclopédia Universal. (2004). Malaxar - Molada. Vol. 13, tomo 13. 1.ª Edição, Editora Durclub, S.A.

Salienta-se o facto de que a centralidade dos edifícios de Mercado, no que diz respeito à morfologia urbana, deve-se também ao desenvolvimento dos caminhos de ferro, não só porque o transporte e o comércio são atividades inseparáveis, mas também devido à dinâmica na distribuição da produção que intensificou a urbanização, que conseqüentemente se desenvolveu junto aos principais centros de abastecimento.

É também nesta altura que se dão grandes transformações no modelo espacial urbano, pois a densidade excessiva nos centros das cidades favoreceu a criação de núcleos periféricos, traduzindo-se em bairros para as diferentes classes sociais, bem como para o setor de produção e para o setor de serviços. No entanto, também deste desenvolvimento surgiram inevitáveis problemas, desde a inexistência ou insuficiência do saneamento básico e habitação ao aumento da poluição. Com isto, o tecido das cidades passou a ser dividido em zonas, cujo centro, mais denso e convergente, se relaciona com uma periferia mais organizada, distanciando-se do setor de produção, que ocupava uma terceira faixa concêntrica, designada de subúrbio.

Todavia, com a supremacia do transporte ferroviário e rodoviário, a partir da segunda metade do séc. XX, acentua-se novamente o processo de distribuição de produtos, tornando-o mais complexo e dispendioso, acentuando-se a preferência por uma localização periférica para as centrais de abastecimento. Os Mercados passam então a dividir a sua função com outros estabelecimentos, que agregaram aos seus programas uma série de serviços de apoio, complementando e aperfeiçoando as suas atividades. Contudo, os Mercados continuaram a destacar-se pelas suas características tradicionais, mantendo-se em funções até aos dias de hoje.

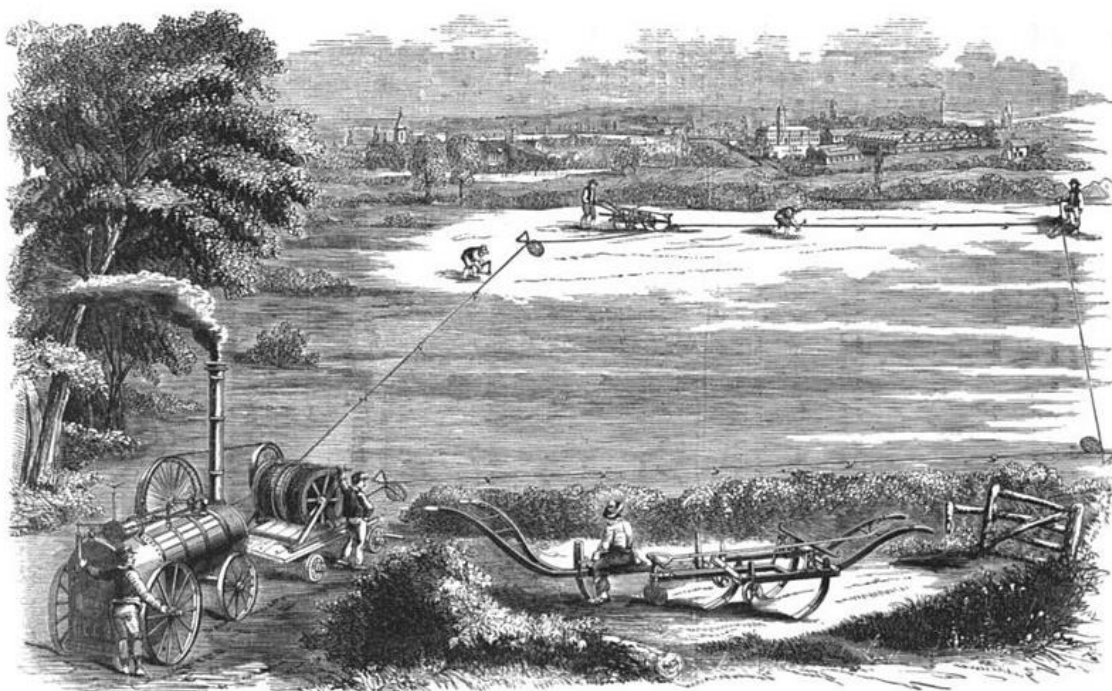


Figura 1 - A revolução Agrícola Europeia do Séc. VXII.

### 2.1.1. As Tipologias Clássicas de Mercado

Anteriormente à construção dos edifícios de Mercado, muitos foram os espaços que abrigaram a atividade comercial desde dos tempos mais idos. Como exemplo disso destacam-se as *Ágoras*, os *Foros*, os Bazares e as Praças de Mercado, que apesar de manterem a sua função comercial, modificaram os seus formatos, de acordo com a evolução das suas sociedades.

Pode resumir-se que o espaço comercial se apresentou segundo duas formalizações: em locais abertos, surgindo espontaneamente ou propositadamente nas ruas; ou em locais e edifícios planeados, em alguns casos juntamente com outras funções não comerciais. Assim, torna-se relevante o estudo dos tipos mais característicos de lugar de comércio no decorrer da história da arquitetura, procurando enfatizar a sua inserção urbana.

#### A *Ágora Grega*

Tendo a Grécia Antiga se transformado numa das principais potências comerciais do mundo antigo pela sua localização privilegiada e estratégica a nível de acessibilidade - que traduzia o seu poder militar -, rapidamente se tornou forte ao nível da sua capacidade de negociação e comercialização. Nas cidades gregas, a estrutura social e política das cidades-estado teve influência direta na configuração do traçado urbano, destacando-se os monumentos que acolhiam as funções públicas - os Templos, os Teatros, os Ginásios e os Mercados concentravam-se na avenida principal e central da cidade.

A *Ágora* representava o ponto central e vital da cidade, o centro quotidiano destinado às mais diversas funções: justiça, política, comércio, artesanato, religião e sociedade. Do mesmo modo, os espaços destinados ao comércio concentravam-se na *Ágora* aquando da evolução da atividade comercial, que até então se realizava junto à Acrópole. Sabe-se que inicialmente aquela surge como um espaço plano e aberto com funções comerciais e lugar de encontros cívicos, evoluindo posteriormente para espaços fechados por edifícios, na sua maioria de modo irregular devido a condicionantes geográficas, até por volta do século V a.C., quando passam a obedecer a uma certa lógica ao nível do seu traçado, adotando a forma retangular do mesmo modo que o traçado das diversas cidades<sup>11</sup>. Em alguns casos, estruturas efémeras

---

<sup>11</sup> Traçado Hipodâmico. O filósofo Aristóteles falou de um antecessor seu do século V a.C., Hipódamo de Mileto, a quem se atribuiu o Plano de Pireu, inventor da divisão da cidade por classes (soldados, artesãos, agricultores), de um tipo de organização de cidade cujos elementos deviam dividir-se de acordo com as suas funções (sagrada, pública e privada). O plano da cidade de Hipódamo era regular, em forma de grelha, encarnação de uma ordem social racional e estritamente funcional. Hipódamo introduziu em Atenas ideias pouco conhecidas, pois é provável que até então tanto na Grécia como na Ásia Menor a maioria das cidades fossem agrupamentos irregulares cujos únicos edifícios notáveis eram os templos, concentrando-se nas *ágoras*, praças abertas ou mercados, por vezes nas

em madeira ocupavam uma parte do espaço e serviam diariamente os vendedores, sendo que o restante espaço podia ser ocupado por assembleias de cidadãos sentados sobre bancadas provisórias, ou simplesmente sentados na encosta de uma colina para assistir a festas, competições poéticas em honra de uma divindade ou de um herói.

Seguidamente, denota-se uma evolução do formato retangular para um formato em U ou L, rodeado por colonatas com as lojas, designadas de *Stoas*<sup>12</sup>, o que permitia uma maior adaptabilidade e permeabilidade do centro, por meio de acessos criados por escadas ou por vias. Na cidade de Priene, por exemplo, é bem visível este tipo de configuração, cuja integração com o meio urbano era já um fator importante no conceito grego de Cidade e que se viria a perder com a posterior influência romana.

Acompanhando a evolução da *Ágora* de Mileto ao longo de 5 séculos, assiste-se ao progressivo “fecho” dos limites do espaço vazio com a introdução de um pórtico junto à *Stoa* este, e supressão do eixo viário norte/sul, criando um único elemento em galeria fechada, com dois acessos, junto ao antigo eixo. A partir deste momento, a *Ágora* deixa a sua configuração de espaço definido por elementos soltos e independentes, de forma irregular e aberta, para se afirmar como lugar central da cidade, mais fechado delimitado por galerias contínuas - sem alteração de escala e volumetria, parte de um sistema urbano denso e repetitivo, fruto da ordem social instituída. Contudo, nas cidades que não seguiram o plano Hipodâmico, as *Stoas* posicionavam-se de forma oblíqua ou paralela aos limites da *Ágora*.

---

acrópolis ou colinas fortificadas, as poucas características comuns a todas elas. Fonte: Llera, Ramón Rodríguez. *Breve História da Arquitectura*. Editorial Estampa. Lisboa, junho de 2006.

<sup>12</sup> No início do século VII. a.C. e com a necessidade de alojar uma série de atividades comerciais e institucionais, surge a *Stoa*, galeria de planta retangular alongada ou em “L”, definida no alçado principal por uma colonata e no tardo por um muro contínuo ou por uma sucessão contínua de salas de planta quadrada, cobertas por uma estrutura em madeira e por um telhado de duas águas, aptas a receber atividades culturais e económicas. Em alguns casos servia simplesmente como coberto para a proteção dos cidadãos do sol e da chuva ou ainda como propileu de acesso. Entende-se por propileu a porta monumental que serve de acesso a uma acrópole.



Figura 2 - Ágora - o imponente edifício comercial de configuração em “U”, em que facilmente se distinguem as *Stoas* rodeadas de colonatas.

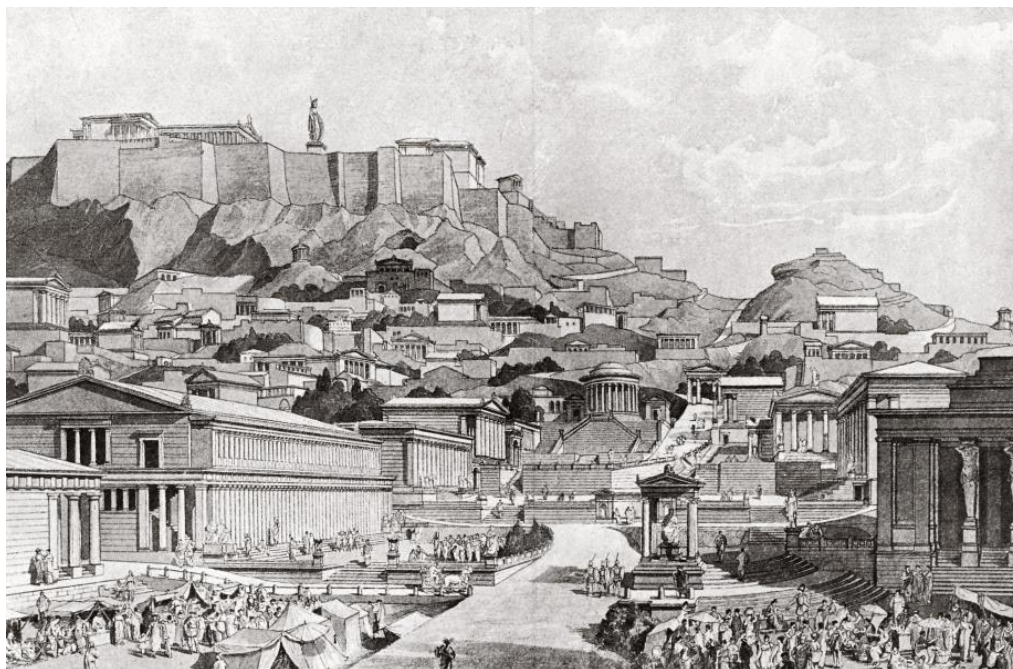


Figura 3 - Cidade de Atenas, vista para a Acrópole.

### O *Foro Romano*

Todavia, em Roma, à imagem da *Ágora*, desenvolviam-se os *Foros*, grandes praças, centro comercial da cidade, onde se localizavam os edifícios públicos de maior destaque e importância.

O *Foro* surge como uma das mais importantes construções do urbanismo romano, como evolução da *Ágora* grega. Apesar das evidentes diferenças, era o centro público de atividades comerciais e utilitárias, a que, posteriormente, se foram juntando outras funções, representando a magnificência do poder dos seus dirigentes, principalmente a partir do período imperial. O *Foro* era constituído por templos, basílicas, bibliotecas e mercados.

O esquema básico de um *Foro* passava por uma grande praça retangular, aberta e pavimentada - geralmente ocupava dois quarteirões, definidos pelos dois eixos sagrados "*Cardo*" e "*Decumanus*" - onde, na maior parte dos casos, se situava uma fonte de água pública. Este espaço era porticado com colunas em dois ou três dos seus lados e com lojas e escritórios dos comerciantes atrás das mesmas, à imagem das *Stoas* gregas. Alguns artesãos moravam com as suas famílias em pequenas habitações situadas atrás ou em cima das lojas.

A modulação das lojas definia-se, em média, através de uma malha de 4 m x 4m e ainda hoje é possível identificar a atividade ali desenvolvida através dos desenhos em mosaico, desde mercearias, confeitarias, lojas de cerâmica, de móveis, de roupas e até restaurantes.

A cidade de Roma, por exemplo, contava com inúmeros pequenos comerciantes que mantinham as suas atividades junto às habitações populares, concentradas próximo aos *foros* e designadas de *insulae*, como referido anteriormente.

No entanto, para além do comércio realizado no *Foro* e nas lojas das *insulae*, outros Mercados especializados se distribuíam pela cidade. Mais precisamente: o *Forum Piscarium*, o mercado do peixe; o *Forum Holitorium*, o mercado dos legumes; o *Forum Pistorium*, o mercado de trigo e de farinhas; o *Forum Suarium*, o mercado de gado suíno; o *Forum Vinarium*, o mercado de vinhos; e por fim, o *Forum Boarium*, o mercado de gado bovino.

O templo ocupava um local isolado no centro de um dos seus extremos mais pequenos, criando um sentido de axialidade, enquanto a *cúria* e a *basílica* se situavam no lado oposto, podendo variar a sua posição. Outras construções poderiam fazer parte deste centro cívico, como as bibliotecas, edifícios administrativos e políticos, entre outros, como já mencionado anteriormente.

A mesma planificação manteve-se tanto nas cidades construídas de raiz como nas cidades indígenas conquistadas, que também reuniam a tripla função de centro comercial (*basílica* e mercado), político (*cúria*) e religioso (templo capitolino). No final da República, o *Foro Romano* tornou-se demasiado pequeno para a cidade de Roma, levando os Imperadores Júlio

César, Augusto, Vespasiano, Nerva e Trajano à necessidade de mandar construir novos *Foros*. A este conjunto se veio a designar de *Forum Imperialia*.

O protótipo dos *Foros* imperiais encontra-se em Pompeia, que antes de ser conquistada por Sila, no ano de 80 a.C. já tinha edificado uma praça retangular porticada em três dos seus lados, com o templo do Capitólio num dos extremos opostos à entrada do recinto que marcava a axialidade da planta. Por trás dos pórticos, mais uma vez, localizavam-se os edifícios públicos mais importantes (políticos, comerciais, religiosos e administrativos).

Estas grandes praças rodeadas por todos os edifícios importantes transformavam-se, conseqüentemente, em espaços fechados apenas acessíveis pela única entrada que detinham. Apesar desta ordem interna, a junção dos *Foros* seguintes praticamente fechados não apresentava uma relação de continuidade nem unidade, sendo, assim, pouco prática a passagem de uns para os outros. Como tal, as lojas, as *tabernae*, viriam a ocupar um edifício próprio, o *Macellum*, um mercado especializado sob a forma de um edifício fechado e independente, contendo apenas uma entrada, cujo interior era ocupado por bancas em pedra para exposição das mercadorias.

Um dos mais representativos fóruns romanos foi construído em Roma no século II a.C., denominado de *Fórum de Trajano*, distinguindo-se dos restantes pelo seu equilíbrio ao nível das funcionalidades, quer culturais, político-administrativas, religiosas, judiciais e comerciais, dotando-o de duas bibliotecas, de uma singular zona de mercados adaptados ao terreno, com o respetivo espaço dedicado ao comércio com a existência de lojas, de uma grande basílica, de um templo, de uma estátua equestre e de uma coluna comemorativa, símbolos do poder imperial.

Disposto em hemiciclo, a sua cor avermelhada traduz a utilização do tijolo como principal material de construção, sendo de importante relevância a sua dupla finalidade: a construção de um espaço com as condições próprias para albergar as lojas, bem como a criação de um espaço de negócios, em todos os sentidos.

Os Mercados de Trajano tinham cerca de 150 módulos comerciais entre lojas e escritórios, onde se vendiam os mais diversos produtos, desde peixe fresco, frutas, flores, azeite, sedas e especiarias vindas do oriente.

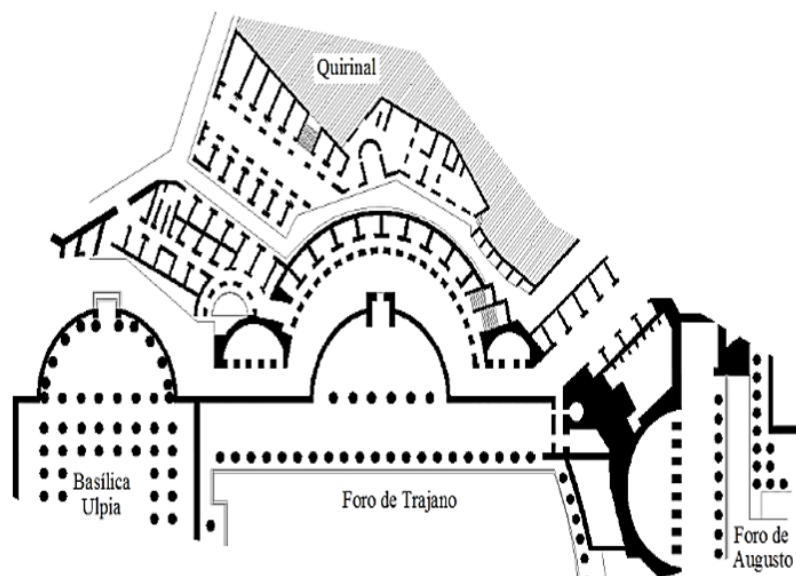


Figura 4 - Fórum de Trajano - Planta em hemiciclo.

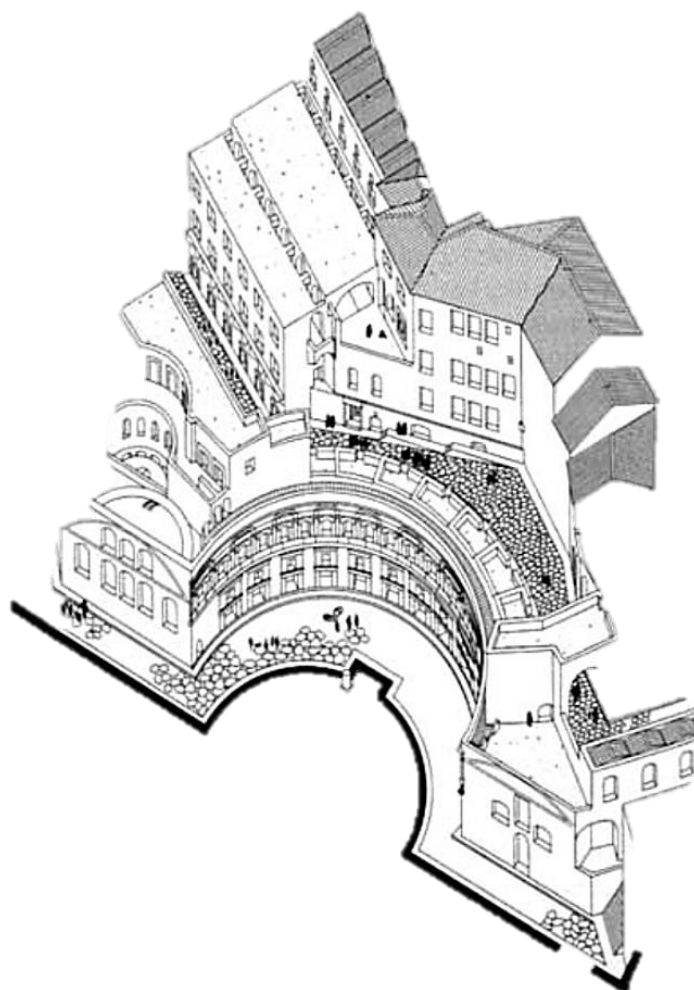


Figura 5 - Fórum de Trajano - Perspetiva.

### O *Bazar* Oriental

A configuração das cidades nos países islâmicos deve-se em grande parte devido às tempestades de areia e aos ventos quentes que naqueles lugares se faziam sentir, traduzindo-se numa malha urbana compacta de edifícios públicos e habitações árabes. A cidade tornava-se, assim, um organismo homogéneo, delimitado por muros, onde as poucas ruas existentes, geralmente de configuração estreita, apenas serviam para demarcar os quarteirões residenciais, formando um labirinto de passagens sinuosas que levavam às portas das habitações, mas que não permitiam uma orientação e uma visão do conjunto.

Todavia, apenas algumas alamedas conduziam a espaços onde a vida coletiva acontecia, a *Medina*, centro de reunião de toda a cidade. Nesta, distinguam-se dois núcleos distintos entre o conjunto volumétrico: o primeiro, formado pela mesquita, pelo tribunal, pelas escolas de cultura superior e pelas livrarias; e o segundo, pela praça central do *Bazar*, principal ponto de troca e venda de produtos nas cidades árabes. Tendo em conta o próprio significado da palavra, *Bazar* significa, na língua árabe, o lugar onde as mercadorias são expostas para venda.

Posteriormente, o comércio passou também a localizar-se estrategicamente nas principais artérias de tráfego, assim como os inúmeros *sucks*, termo que definia as lojas e as tendas, dispostos em fila, com ou sem cobertura, apresentando-se com a mesma configuração durante séculos. A área de cada *suck* media cerca de 2 m<sup>2</sup>, dimensão reduzida que estabelecia contato direto com a rua, sendo que atrás, ou sobre os mesmos, se situavam os escritórios e depósitos, independentes da residência do proprietário. A estrutura física dos Bazares Orientais foi sofrendo alterações durante a Baixa Idade Média, quando o comércio realizado nas tendas foi substituído por uma rede complexa formada por arcos e abóbadas, cujo principal objetivo era proteger as atividades comerciais das intempéries e dos saqueadores.

Seguindo uma sistemática funcional, a localização dos diversos tipos de mercadorias e serviços era determinada de modo a que tintureiros, costureiros, ceramistas, açougueiros, serralheiros e vendedores de pólvora se fixassem na periferia, em função da especificidade de cada atividade. As mercadorias destinadas às mulheres localizavam-se, tendenciosamente, próximas às tendas de venda de joias, enquanto que as destinadas aos visitantes do campo se localizavam junto das entradas da cidade.

Junto ao *Bazar* localizavam-se os banhos e os locais de chegada e partida das caravanas, conjugando-se, na sua maioria, com espaços destinados ao descanso de viajantes, de armazenagem e de distribuição de mercadorias. Estes equipamentos possuíam uma tipologia muito parecida com os edifícios de Mercado, isto é, com um ou mais pisos que contornavam um pátio central ladeado por galerias que, por sua vez, conduziam ao exterior.



Figura 6 - *Grand Bazaar Oriental*.

## A Praça de Comércio

Com o fim do império romano, aproximadamente no séc. IV, e no início da idade média, as cidades medievais passaram a construir as suas praças com o propósito de que nelas se desenvolvessem as atividades dedicadas ao comércio. Assim, nas cidades de crescimento orgânico era possível encontrar atividades mercantis junto à principal porta de entrada das mesmas, designando-se de praças de Mercado, cuja implantação não obedecia a qualquer traçado regular. Cada praça apresentava, conseqüentemente, um caráter distintivo, sendo que em alguns casos se formulava apenas pelo simples alargamento lateral das principais vias de tráfego, concentrando o comércio de forma linear.

Contudo, com o planeamento das cidades da Baixa Idade Média passou a evidenciar-se a praça central, onde funcionava o Mercado ou até onde se implantava um edifício desta natureza. As praças de comércio, evidenciadas pelo clarão que provocavam no tecido urbano compactado, sendo abertas e delimitadas por um sistema de arcadas que possibilitava a interligação dos edifícios a partir da libertação do solo, funcionando muitas vezes como galerias de comércio e serviços. As funções mais representativas das praças medievais incluíam, além do comércio, as funções cívicas e religiosas, apesar de noutros casos as praças cívicas se desenvolverem junto a algum edifício municipal e as praças religiosas em torno de uma igreja. Por sua vez, as praças de comércio não exigiam a presença de nenhum tipo específico de edifício, apenas o fluxo de pessoas.

Para além da diversificação do comércio nas cidades medievais, também se observou um zoneamento no que diz respeito aos produtos comercializados. Deste modo, os produtos que correspondiam às necessidades comerciais diárias localizavam-se no centro da praça, sendo que os produtos mais específicos se encontravam nos extremos e até em diversos pontos dispersos pela cidade. Sabe-se que os açougueiros foram os primeiros comerciantes a serem isolados dos restantes, uma vez que a sua atividade provocava muitos resíduos e mau cheiro, separando-se dos sapateiros que utilizavam o couro animal para as suas confeções. Paralelamente ao comércio local, era comum a realização de feiras internacionais aquando da realização de festividades religiosas, de caráter temporário e que poderiam durar várias semanas.



Figura 7 - Planta da Cidade Medieval de Breslau, Polónia.

## Os Mercados Cobertos

Entre o séc. XV e o final do séc. XVIII, a Europa sofreu grandes transformações surgindo novas organizações políticas, económicas e culturais. Com o desenvolvimento do mercantilismo, a partir do séc. XV, o Mercado passa a ocupar um lugar de referência e começam a erguer-se nas cidades gigantescas construções em ferro, designadas, em França, de *Halles*. A tipologia formal destes edifícios assemelhava-se muito à dos Mercados romanos, de planta retangular que delimitava um átrio com colunas, ou em alguns casos, um edifício de planta basilical, disposto em duas ou mais naves e dois ou mais níveis. Algumas destas estruturas de comércio possuíam ainda, em edifício anexo, tribunais, prisões, capelas, entre outros serviços.

Através da ascensão do poder de uma nova classe, a dos comerciantes, bem como a crescente especialização das atividades comerciais, tornou-se necessária a reformulação dos espaços de comércio. A situação viria a tornar-se caótica quando a produção agrícola pensada em grande escala, a partir do século XVIII, vem a causar uma série de dificuldades no que diz respeito ao armazenamento, acondicionamento e distribuição de produtos, atingindo diretamente o seu funcionamento, principalmente a nível de higiene e segurança.

A falta de regulamentação leva ao comprometimento das condições de funcionamento dos Mercados, tanto pela mistura de usos como pela apropriação indiscriminada de ruas contíguas à praça. Passa então a controlar-se de forma mais eficaz as atividades neles decorridas, assim como as fontes abastecedoras, libertando os espaços públicos de rua e de praças do incómodo das transações comerciais. Paris será a cidade pioneira na readaptação a esta nova realidade. Os edifícios respondiam simultânea e adequadamente às exigências higiénico-sanitárias da época, garantindo conforto e qualidade às vendas e aos utentes. Portanto, a edificação dos Mercados representou a emergência de uma nova conceção de espaço urbano, e com a proposta urbana de Haussmann<sup>13</sup>, em meados do séc. XIX, contempla-se a implementação de ruas de mercado contíguas às principais vias de acesso da capital francesa.

Inaugurado, em 1856, é o *Les Halles* o primeiro modelo de Mercado moderno. Estrategicamente localizado na área central e com porte comparável ao de um bairro, foi idealizado por Victor Baltard<sup>14</sup> como um sistema modular composto por 10 pavilhões de planta

---

<sup>13</sup> Georges Eugène Haussmann (1809-91), urbanista francês, nascido em Paris e prefeito do Sena, construiu na sua cidade ruas largas e avenidas, praças abertas, parques públicos, vários edifícios e ainda um sistema de água e de esgotos. Fonte: Grande Enciclopédia Universal. (2004). Geóide - Hokusai. Vol. 10, tomo 10. 1.ª Edição, Editora Durclub, S.A. p. 6674.

<sup>14</sup> Victor Baltard (1805-74), arquiteto francês, nascido em Paris, filho do arquiteto Louis-Pierre Baltard. Ficou conhecido pelo seu trabalho em Paris, incluindo o Mercado *Les Halles* e a igreja de *Saint-Augustin*. Fonte: Grande Enciclopédia Universal. (2004). Atwater - Bonico. Vol. 3, tomo 3. 1.ª Edição, Editora Durclub, S.A. p. 1566.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

quadrada, interligados através de vãos centrais cobertos, de estrutura pré-fabricada em ferro, bem como a cobertura em quatro águas encimada por lanternins. O Mercado dividia-se segundo setores, sendo que cada um dos pavilhões representava o comércio de um tipo específico de produto, reforçando a implementação de um zonamento por usos.

Considerado um dos edifícios mais imponentes de Paris durante cerca de um século, esta área manteve um ambiente próspero, sendo capaz de corresponder às exigências de uma capital. No entanto, com a doutrina moderna e as mudanças na sociedade, os anos 60 do séc. XX ficaram marcados pela descredibilização daquele lugar, considerando-o insalubre e insuficiente para as necessidades contemporâneas, vindo a ser demolido em 1971, dando lugar a um centro comercial.



Figura 8 - *Les Halles*, no centro de Paris.

## 2.2. A Arquitetura dos Mercados Públicos: casos de estudo

De forma a complementar o processo de estudo, surgiu a necessidade de analisar projetos de mercados públicos, permitindo a compreensão das estratégias utilizadas, bem como a configuração dos espaços. Assim, analisaram-se projetos originais e projetos de reabilitação, possibilitando visualizar os contrastes e as semelhanças nas atitudes tomadas de forma a introduzir nestes espaços novos modos de comércio.

Apresentam-se quatro casos de estudo, dois nacionais e dois internacionais. Por ordem cronológica: o Mercado do Bom Sucesso no Porto, tendo sofrido recentemente reabilitação; o Mercado Municipal de Santa Maria da Feira, da autoria de Fernando Távora e ícone da arquitetura moderna portuguesa; o Mercado de *San Antón*, em Madrid, alvo de revitalização e inaugurado no ano de 2011; por último, o Mercado de *Santa Caterina*, na cidade de Barcelona, construído sobre as ruínas de um convento.

### 2.2.1. Mercado do Bom Sucesso

**Autoria:** ARS Arquitetos, dos arquitetos Fortunato Cabral, Cunha Leão e Morais Soares;

**Período de Construção:** 1951-1952;

**Localização:** Massarelos, Porto, Portugal;

**Cliente:** Câmara Municipal do Porto.

**Projeto de Reabilitação:** 2013



Figura 9 - Mercado do Bom Sucesso: edifício original, vista exterior.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

O Mercado Municipal do Bom Sucesso veio a inaugurar no ano de 1952, tratando-se de um dos melhores exemplos modernistas da cidade do Porto, tendo vindo a ser classificado em 2011 pela Secretaria de Estado da Cultura como Imóvel de Interesse Público. A sua arquitetura era bastante arrojada para a época, com estrutura em betão armado e uma cobertura de configuração moderna que permitia a iluminação natural do espaço através de grandes planos envidraçados.<sup>15</sup>

O corpo original do mercado desenvolvia-se em três pisos, aproveitando o declive natural do terreno de implantação, com um uma área total de 10 000 m<sup>2</sup>, onde se configuravam diversas lojas e bancas de venda de produtos frescos. Na sua periferia, implantaram-se diversas lojas independentes.

A sua cobertura abobada assenta em terraços seccionados que através de lanternins e de grandes planos envidraçados garantem a iluminação natural interior. O Mercado do Bom Sucesso organizava os seus setores segundo pisos, sendo que a zona de venda de peixe se configurava num nível inferior, e num piso superior, através de uma galeria que circundava todo o espaço, lojas independentes como mercearias e padarias.

Durante muitos anos o Mercado do Bom Sucesso funcionou como elemento importante na cidade do Porto, juntamente com o Mercado do Bolhão, mas com a construção de novas superfícies comerciais a sua atividade foi diminuindo, mostrando marcas de desgaste e tornando-se desadequado às exigências da cidade portuense, o que culminou no abandono de grande parte das suas bancas de venda.



Figura 10 - Mercado do Bom Sucesso: edifício original, vista interior.

---

<sup>15</sup> Almeida, N. F *et al.* (2014). *Mercado do bom sucesso*. 1.ª Edição, Caleidoscópio - Edição e Artes Gráficas, S.A. Casal de Cambra. p. 33.

Contudo, a sua reabilitação veio a configurar-se no ano de 2013 com a inauguração do Novo Mercado do Bom Sucesso, da autoria do Gabinete de Arquitetura Ferreira de Almeida Arquitectos. O seu projeto de reabilitação não se cingiu pela estrutura, tendo-se alargando no sentido de procurar a essência do espaço de mercado como troca comercial sem retirar a alma a este espaço tão característico.

As linhas dinâmicas e a luz do volume original serviram de ponto de partida para a criação de dois novos volumes, o Hotel e os Escritórios. Visto o valor patrimonial do edifício estar em causa e salvaguardando a escala imponente da zona central do Mercado, os edifícios do Hotel e dos Escritórios localizam-se nos topos, soltos da estrutura original do edifício<sup>16</sup>. A volumetria de ambas partes da forma curvilínea e angulosa da cobertura do Mercado, evoluindo numa espécie de diálogo formal, gerando duas peças de presença escultórica. É através desta linguagem que nos é permitida a distinção entre o novo e o antigo.

O volume do Hotel desenvolve-se segundo três pisos de quartos, encostando-se à fachada poente do mesmo, desenvolvendo-se numa orientação que lhe permite afastar-se da fachada principal permitindo a entrada de luz em toda a área do piso térreo do edifício.

No que diz respeito ao volume dos Escritórios, o mesmo ocupa o espaço livre do outro topo do Mercado, avançando ligeiramente sobre a galeria de modo a poder configurar a entrada da Fundação Manuel António da Mota. Através de um grande envidraçado, é permitida a relação entre os escritórios e o interior daquele.

Na zona central do mercado, onde antigamente se situavam as bancas de venda de produtos frescos, encontram-se agora diversos quiosques constituídos por conjuntos de quatro bancas, destinadas à venda dos mais diversos produtos alimentares. Deste modo, é de salientar a grande oferta comercial do espaço: na zona de galerias, diversas lojas de vendas de artigos variados, desde roupa, perfumes e livros, entre outros; na zona central, os quiosques que perfazem um total de 44 bancas de venda, como já referido, bem como o mercado de frescos, como era na sua origem; e por último, um conjunto de lojas em toda a periferia.

Destacam-se ainda diversas zonas de estar e de apoio aos cafés e restaurantes, onde ocasionalmente têm lugar espetáculos de música ao vivo. Ao nível do exterior, as lojas vieram a sofrer uma regularização, através da reposição das montras originais e da remoção das sinaléticas luminosas que vieram a ser colocadas individualmente e sem qualquer critério de organização ao longo dos anos. Procedeu-se ainda à uniformização dos toldos e do mobiliário das esplanadas exteriores, entendendo-se o conjunto como um todo.

---

<sup>16</sup> Almeida, N. F *et al.*, *Op. Cit.*, p.33.

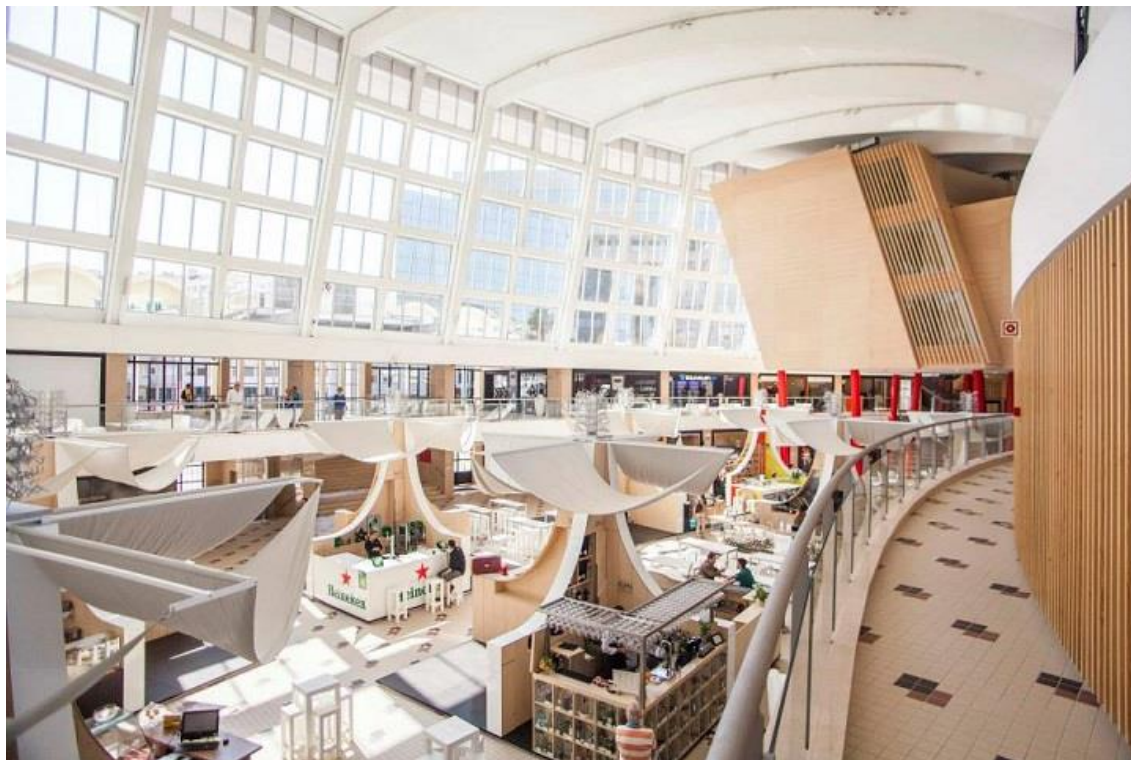


Figura 11 - Mercado do Bom Sucesso: edifício reabilitado, vista para o Hotel.



Figura 12 - Mercado do Bom Sucesso: edifício reabilitado, vista para os Escritórios.

### 2.2.2. Mercado Municipal de Santa Maria da Feira

**Autoria:** Arquiteto Fernando Távora;

**Período de Construção:** 1953-1959;

**Localização:** Santa Maria da Feira, Aveiro, Portugal;

**Cliente:** Câmara Municipal de Santa Maria da Feira;

**Colaboradores:** Alberto Neves, Álvaro Siza Vieira, Fernando Lanhas.



Figura 13 - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira: pátio central

O Mercado Municipal de Santa Maria da Feira, inaugurado no ano de 1959, trata-se de uma das primeiras obras do Arquiteto Fernando Távora, um dos maiores exemplos da arquitetura moderna portuguesa. No mesmo projeto esteve envolvido o Arquiteto Álvaro Siza Vieira, enquanto colaborador no gabinete de Távora, sendo da sua autoria os mosaicos coloridos concebidos para os diferentes espaços do edifício.

Do mesmo modo que os mercados da antiguidade clássica se desenvolviam em redor de um pátio porticado, o Mercado de Santa Maria da Feira surge fragmentado em 4 volumes segundo uma malha que organiza o espaço em torno do seu núcleo, dotando o espaço de dinamismo na medida em que permite o usufruto de diversos enfiamentos visuais e de vários percursos.

Segundo o autor, vários organismos com sentido de proteção distribuem-se formando um pátio, resultando num lugar não só destinado às trocas comerciais, mas também um lugar

para trocar ideias, isto é, um lugar onde os homens se reúnem. Deste modo, surge a “*criação de harmonia espaço-equilíbrio, jogo exacto de consciência e de sensibilidade, integração hierarquizada e correta de factores (sic)*”<sup>17</sup>.

O edifício integra-se no seu contexto, implantando-se numa forma quadrada de 50x50m, de volumes condicionados e dominados por dois níveis topográficos, ao redor de uma praça e de uma fonte marcando o ponto central a partir do qual se organizam as distintas zonas, totalmente abertas, apenas cobertas. Os postos de venda dos produtos diretamente relacionados com o Mercado encontram-se orientados para o interior, sendo que no sentido inverso, se instalam, pelo exterior, pequenas lojas destinadas a um comércio mais variado.

Portanto, cada um dos volumes se distingue pela sua função, representando um determinado setor de comércio. Assim, um dos volumes destina-se à venda de frutas e flores, albergando ainda uma zona expositiva; um segundo, que se destina, por sua vez, à venda de produtos hortícolas; um terceiro, para venda de carne e peixe, bem como animais vivos e respetivas zonas de serviço; por último, o volume que faz a transição entre a rua de acesso e o interior do Mercado, albergando diversos estabelecimentos, entre eles zonas de serviços, veterinário, administração e fiscalização.

Os quatro volumes arquitetónicos que constituem o edifício são de estrutura em betão armado, de cobertura inclinada configurada em duas águas, fechadas no topo através de um plano que tem como objetivo a proteção do espaço interior da exposição solar. As coberturas dos quatro volumes arquitetónicos assentam num pilar central em formato de Y que suporta as duas vigas de pendente orientada para o centro, onde assenta a cobertura inclinada que permite o fácil escoamento das águas pluviais. Salientam-se como principais materiais de construção o betão armado, nos pilares e nas vigas, bem como o granito em muros e paredes.

Para proporcionar uma forte relação entre o interior do espaço formado pelos quatro volumes e o espaço exterior de acesso, foram utilizados grandes planos em vidro. No seu interior, os espaços são revestidos com azulejos azuis e brancos. O mobiliário interior constitui-se por bancas e lavatórios de apoio em granito, permitindo a fácil lavagem e dando relevância à permeabilidade do espaço.

---

<sup>17</sup> Távora, F. (1999). Da organização do espaço. 4.<sup>a</sup> Edição, Faculdade de arquitetura do Porto. Porto, p. 14.



Figura 14 - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira: vista exterior.

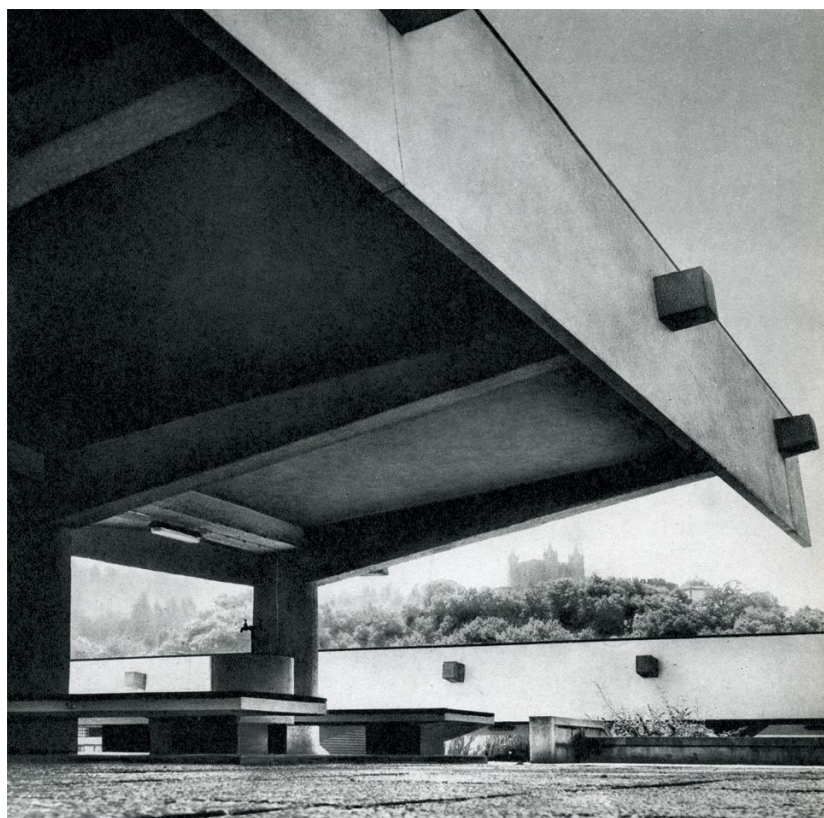


Figura 15 - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira: volume arquitetónico.

### 2.2.3. Mercado de San Antón

**Autoria projeto original:** Carlos de la Torre y Costa;

**Autoria:** QVE Arquitectos;

**Período de Construção:** 2004-2011;

**Localização:** Madrid, Espanha.



Figura 16 - Mercado de *San Antón*: vista exterior.

O corpo original do Mercado de *San Antón* é inaugurado no ano de 1945, projetado pelo arquiteto Carlos de la Torre y Costa, transformando-se num dos mercados mais importantes daquela zona. Nos anos 90 cai em desuso por parte da população, vindo a ser totalmente derrubado em 2007, para no seu lugar se construir um novo edifício, moderno e sofisticado.

Com cerca de 5,240 m<sup>2</sup> de superfície, o edifício destaca-se pelo seu jogo de planos na fachada cujos materiais de revestimento pretendem transmitir a arquitetura típica dos bairros de Madrid, o ladrilho de cores terrosas. Contudo, o primeiro piso é revestido, exteriormente, por

um material inédito na construção da cidade, o basalto, com o intuito de ganhar solidez aquando do seu encontro com a rua. Reafirmando a sua função como edifício público, o Mercado possui portas de grandes dimensões, permanentemente abertas. A porta principal abre em toda a sua altura, cerca de seis metros, para um vestíbulo, com a mesma altura, comunicando visualmente com o pátio central. Com isto, os arquitetos pretenderam a entrada no espaço pelos seus visitantes sem a interceção de qualquer barreira.

A própria entrada principal funciona como um prolongamento da rua, desembocando no pátio, ao qual também se atribui o nome de praça, relembrando as antigas praças de mercado. Junto a esta, um bloco de escadas que se prolonga a toda a altura do edifício, dotando-o, uma vez mais, de monumentalidade, convidando a entrar. Devido à tipologia de mercado, a suas fachadas ficam livres de aberturas para o exterior, à exceção dos acessos, fazendo com que o Mercado se distinga dos restantes edifícios habitacionais envolventes.

Espacialmente, organiza-se segundo três pisos, onde se distribuem as suas funções, contando ainda com um piso subterrâneo com estacionamento mecanizado. Assim, no primeiro piso configura-se o mercado tradicional, onde se vendem os mais diversos produtos, desde carne, peixe, frutas e legumes, entre outros, dispersos sobre módulos de venda modernos e esteticamente atrativos, convidando o visitante a comprar ou até mesmo a degustar.

No segundo piso, encontra-se uma zona destinada a diversas atividades culturais, com o apoio de dez postos de *show cooking*, onde é permitido a degustação de diversos produtos confeccionados. Junto aos mesmos, uma zona de esplanada com vista para o pátio central. Neste mesmo piso podemos ainda encontrar uma taverna vinícola e ainda uma sala polivalente, designada de *Sala Trapezio*.

Por fim, no terceiro piso, no terraço, implanta-se o restaurante “*La Cocina de San Antón*”, um conjunto de restaurantes que confeccionam os produtos frescos segundo diferentes estilos e culturas. Este espaço convida os utilizadores a comerem os produtos frescos que pessoalmente adquiriram no primeiro piso, confeccionados num restaurante à escolha.

A comunicação vertical entre os pisos é realizada no pátio central, através de escadas rolantes, sendo este pátio um aspeto importante na definição do Mercado de *San Antón* como um mercado sustentável, uma vez que a sua cobertura funciona como um grande coletor de energia fotovoltaica.



Figura 17 - Mercado de *San Antón*: acesso principal.



Figura 18 - Mercado de *San Antón*: pátio central.

## 2.2.4. Mercado de Santa Catarina

**Autoria projeto original:** Josep Mas y Vila;

**Autoria projeto reabilitação:** Arquitetos Enric Miralles e Benedetta Tagliabue;

**Período de Construção:** 1997-2005;

**Localização:** Barcelona, Espanha.



Figura 19 - Mercado de Santa Catarina: cobertura.

Sendo o primeiro Mercado coberto da cidade de Barcelona, o Mercado de Santa Catarina foi erguido no ano de 1844, sobre as ruínas de um convento com o mesmo nome. O projeto do corpo original é da autoria do arquiteto Josep Mas y Vila, e foi um dos Mercados mais importantes de Barcelona no pós-guerra, abastecendo as populações das cidades envolventes.

Em 2005, procedeu-se à sua reabilitação, projeto da autoria dos arquitetos Enric Miralles e Benedetta Tagliabue. Com o intuito de revitalizar a zona envolvente ao mesmo através do uso da cor, o edifício ostenta uma magnífica cobertura ondulante e colorida, projetada para ser vista através de cima. Os mosaicos coloridos da cobertura pretendem representar as frutas, legumes e os mais diversos produtos que se vendem no seu interior. Através da mesma, o edifício destaca-se facilmente dos prédios de habitação envolventes, deixando a sua marca na cidade e representando, através da cerâmica, os seus materiais de construção mais tradicionais.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

A nova “tampa” envolve a estrutura do corpo existente, prolongando-se para além do perímetro daquela, proporcionando espaços resguardados, mas permitindo uma ventilação natural através da sua configuração ondulada. Através da sua singularidade, a cobertura torna-se a fachada mais importante de todo o volume.

O seu interior, espaçoso e moderno, configura-se de modo singular, pois os espaços de circulação desenvolvem-se irregularmente à medida que o espaço vai sendo percorrido, encaminhando e atraindo o visitante através de um percurso dinâmico. O vasto espaço de circulação surge como resultado do projeto de reabilitação, através do qual se organizam e se dispõem as bancas de venda dos mais diversos produtos alimentares.

A sua cobertura é formada por um conjunto de abóbadas em madeira, diferentes entre si, de modo a criar o dinamismo que a caracteriza. As mesmas abóbadas encontram-se, por sua vez, apoiadas em vigas e pilares de betão, sendo que se observa, ainda, a existência de três grandes arcos de estrutura metálica, de cerca de 42 m de vão, que asseguram a resistência de todo o edifício.

No acesso posterior do Mercado, situa-se uma das unidades do *Museu d’ História de Barcelona*, que aborda a história da cidade desde a sua implantação até aos dias de hoje.



Figura 20 - Mercado de Santa Catarina: fachada principal.



Figura 21 - Mercado de Santa Catarina: interior, módulos de venda.



Figura 22 - Mercado de Santa Catarina: interior, zona de restauração.

### **3. SOBRE O LOCAL**

A Vila da Nazaré constitui-se por três conjuntos urbanos designados de Praia da Nazaré, Sítio da Nazaré e Pederneira, sendo essencial para este estudo compreender o desenvolvimento destes três núcleos isolados que vieram a influenciar a organização da malha urbana da Vila. Deste modo, situando-se junto à costa portuguesa - a cerca de 120 Km a norte de Lisboa - caracteriza-se pela sua forte cultura piscatória, que posteriormente veio a constituir uma componente turística específica, definindo o crescimento e desenvolvimento da Vila.

Posteriormente, a Nazaré viu o seu crescimento associado a outras atividades, nomeadamente o comércio, a indústria conserveira, a hotelaria e a restauração, contando atualmente com uma população de cerca de 15 158 habitantes permanentes<sup>18</sup> e uma malha urbana de cerca de 82,43 km<sup>2</sup> de área. É inegável a importância estratégica do mar para a Vila e como fator de identidade das suas gentes.

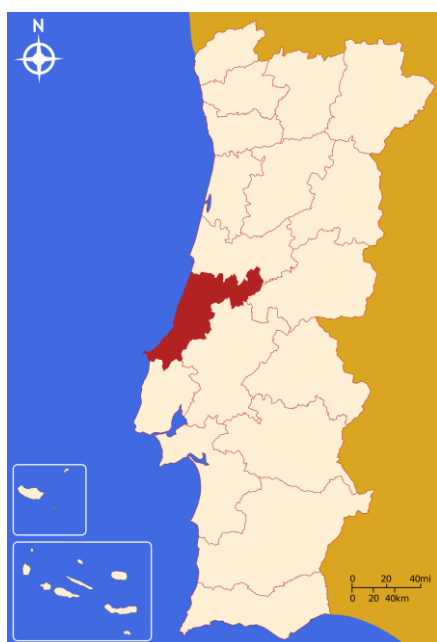


Figura 23 - Distrito de Leiria no Mapa de Portugal.

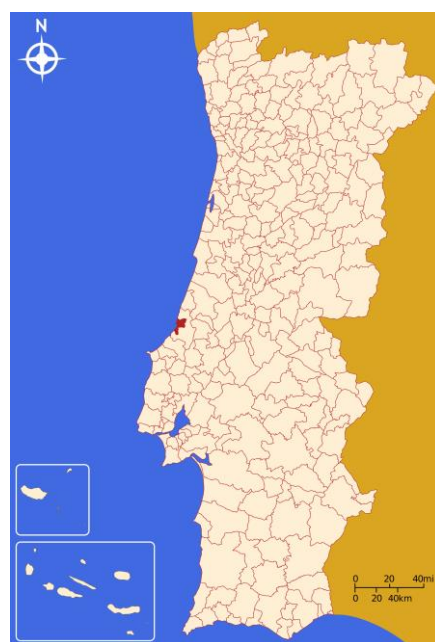


Figura 24 - Concelho da Nazaré no Mapa de Portugal.

---

<sup>18</sup> Informação obtida pelo Instituto Nacional de Estatística, de acordo com os Censos 2011.

### 3.1. Contextualização histórico-geográfica

O desenvolvimento histórico-geográfico da zona envolvente veio a condicionar de modo determinante a origem e crescimento da atual Vila da Nazaré. Como ponto de partida, torna-se essencial abordar a existência de uma Lagoa naquela zona, designada de *Lagoa da Pederneira*, que remonta aos tempos pré-históricos do Paleolítico e Neolítico e que desde sempre influenciou a atividade socioeconómica dos seus habitantes - a faina da pesca.

“A Lagoa da Pederneira era um extenso lençol de águas quietas, abrigadas, muito piscosas, representando para o mosteiro [de Alcobaça] uma fonte de riqueza deveras importante...”<sup>19</sup>, cuja orla terá sido povoada desde os tempos pré-históricos e administrada pela Ordem Cisterciense entre os anos de 1153 e 1834. Sabe-se que no ano de 1153, D. Afonso Henriques terá doado à Ordem Cisterciense um vasto território entre Leiria e Óbidos para a fundação do Mosteiro de Santa Maria de Alcobaça, cuja área abrangia a zona da Lagoa. Desde logo os monges se prestaram a explorar as terras que lhes tinham sido cedidas de modo a promover o seu povoamento, sendo que se tratavam de terras férteis.

No entanto, durante os séculos XIV e XV a Lagoa terá passado por um processo natural de assoreamento, provocando a morte das espécies de peixes e moluscos que durante séculos alimentaram as populações que se vieram a estabelecer na região. Foi por volta do século XVII que a Lagoa quase desapareceu por completo, e através de obras de drenagem por parte dos monges resultaram terrenos pantanosos e férteis, tomando o resquício da Lagoa a forma de uma ria através da qual desaguava o rio Alcoa.

No entanto, anteriormente à fundação do Mosteiro de Alcobaça, formou-se um aglomerado populacional situado na orla da Lagoa, a noroeste desta, tendo sido administrada pela realeza e mais tarde atribuída ao domínio dos monges. Em finais do século XII foi-lhe atribuído o topónimo de **Pederneira** e a sua população era constituída essencialmente por pescadores e mareantes, aos quais foram concedidos vários benefícios por parte dos monarcas, o que veio a influenciar as características que a Vila<sup>20</sup> tinha para oferecer, como o caso de bons estaleiros para a construção de embarcações<sup>21</sup>. A seguir a Alcobaça, a Pederneira era vila mais populosa e produtiva dos domínios de Cister e foi no início do século XVI que o Rei D. Manuel I lhe concedeu o Foral, mais precisamente no ano de 1514.

---

<sup>19</sup> Gonçalves, I. (1989). *O Património do Mosteiro de Alcobaça nos séculos XIV e XV*. Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e humanas. Lisboa. p. 271.

<sup>20</sup> Em 1514, D. Manuel concede um foral à Pederneira, em que esta é designada de Vila.

<sup>21</sup> Na época áurea dos Descobrimentos Portugueses, a Pederneira detinha um dos mais ativos estaleiros navais do reino, de onde saíram muitas naus e caravelas. Pelo porto da Pederneira eram escoadas mercadorias e madeiras do Pinhal do Rei para a capital e além-mar.

A Pederneira contava assim com diversos estaleiros, estalagens, um hospital, tabernas, açougues e feira de cereais, tornando-se numa vila cada vez mais populosa. No final desse mesmo século, a população sofre um declínio devido ao desenvolvimento do Sítio da Nazaré e o progressivo afastamento do mar provocado pelo assoreamento da Lagoa e ao aparecimento da nova praia. Por volta do ano de 1834 deu-se a extinção das ordens religiosas, mas permaneceu na Vila uma pequena povoação, tendo vindo a desenvolver-se, marcada pelas ruas estreitas e um largo principal onde se situam a Igreja Matriz e um pelourinho, vestígios da opressão monástica.

No alto do escarpado promontório da zona envolvente à Lagoa localiza-se o Sítio da Nazaré, cuja primeira construção nela erguida - a Ermida da Memória - data do ano de 1182<sup>22</sup>. Este local foi designado de Sítio de Nossa Senhora da Nazaré após a descoberta de uma Imagem escondida numa gruta daquele lugar, á qual se atribuiu o nome de Imagem de Nossa Senhora da Nazaré por se tratar de uma Imagem trazida de Nazaré, na Galileia.<sup>23</sup>

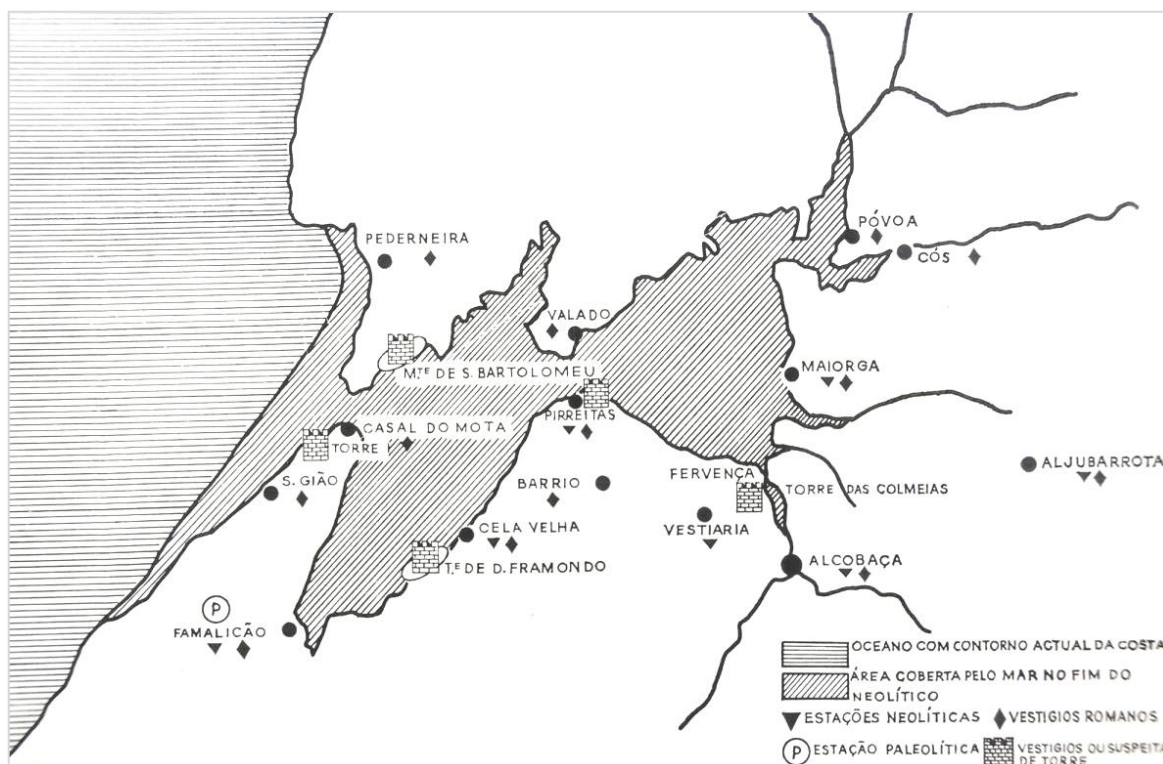


Figura 25 - Lagoa da Pederneira: área coberta pelo mar no fim do neolítico e contorno atual da costa.

<sup>22</sup> Segundo a *Cronologia Lendária* publicada por Frei Bernardo de Brito, Monge de Alcobaça (1568-1617), nomeado Cronista da Ordem de Cister em 1597 e Cronista-Mor do Reino em 1614.

<sup>23</sup> Juntamente com a Imagem foi descoberto um pequeno cofre em marfim que continha relíquias e um pergaminho que contava a história daquela, atribuindo a sua proveniência a Nazaré, terra natal da Virgem Maria.

Deu-se, assim, a necessidade de construir alojamentos para acolher e servir os peregrinos que desde cedo começaram a visitar a capela que lá se ergueu em honra da Imagem. No ano de 1377 é mandado fundar pelo Rei D. Fernando um santuário para o qual seria transferida a Imagem, sofrendo várias reconstruções e remodelações ao longo de vários séculos até finais do século XIX.

Sabe-se que por volta do ano de 1648 existiam cerca de trinta casas, estrebarias e fontes que pretendiam acolher grandes romagens oriundas de várias localidades e classes sociais, incluindo a família Real, dando-se também a construção do Palácio Real junto ao santuário. Até meados do século XX era elevado o número de peregrinos que se deslocavam ao Sítio da Nazaré, resultando numa malha urbana constituída por diversos e grandes largos que se destinavam a receber sazonalmente um grande número de romeiros e festeiros.

Junto às areias próximas do mar, por baixo do promontório do Sítio da Nazaré, deu-se o surgimento de algumas construções nas quais os pescadores viviam e guardavam os seus utensílios de pesca, contando no ano de 1780 com cerca de 58 casas, térreas na sua maioria. A esta zona se deu o nome de **Praia da Nazaré** e já nesta altura havia registo de pessoas que vinham até a esta zona tomar *banhos salgados*, pernoitando em casa dos pescadores - alojar os banhistas é uma prática generalizada do século XIX até meados do século XX, cujas famílias organizavam a sua vida em função dos rendimentos do verão de modo a compensar os fracos ganhos da pesca.

Devido às modificações na costa marítima, algumas das colónias piscatórias que se haviam fixado junto a Ílhavo viram-se forçadas a abandonar as suas casas, mudando-se para a Praia da Nazaré, às quais se vieram juntar os pescadores da Pederneira e do Sítio de modo a ficarem mais próximos do mar. Isto, juntamente com multidões de pessoas que sazonalmente chegavam à Nazaré, quando se deu a moda dos *banhos salgados*, veio a determinar o crescimento da construção na Praia da Nazaré.

Sabe-se que o aglomerado urbano adquiriu este topónimo em meados do século XIX, sendo que até então se designava de Praia da Pederneira. Aquando da transferência da comunidade piscatória para junto da orla costeira, os monges mandaram erguer uma capela, designada de Capela Mor da Igreja de Santo António, bem como uma casa onde recolhiam os impostos sobre o pescado. Sendo que as primeiras casas surgiram de modo espontâneo a norte da Praia da Nazaré, sabe-se que a partir daí começaram a obedecer a um esquema pré-estabelecido de diretrizes urbanísticas por parte dos monges, caracterizando-se numa construção perpendicular ao mar da qual veio a resultar ruas estreitas quase paralelas entre si e que



Figura 26 - Aparecimento e evolução dos três núcleos populacionais: Sítio, Pederneira e Praia da Nazaré, respetivamente.



Figura 27 - Malha urbana da Nazaré no século XIX e XX, respetivamente.

conduzem os transeuntes ao mar, onde se centra a vida das comunidades piscatória e balnear<sup>24</sup>.

Desde finais do século XIX, quando a “moda de ir a banhos” se tornou um dos comportamentos socais da elite e da população portuguesa em geral, a Praia da Nazaré tornou-se uma das mais procuradas estâncias balneares do país, impondo na população práticas económicas muito específicas, ligadas ao turismo - atividade económica recente no tempo histórico. O seu aparecimento veio a determinar o seu crescimento urbanístico, levando à construção de edifícios de veraneio bem como à construção de estruturas de apoio e de animação. Assim, a pequena comunidade piscatória constituída por cabanas de materiais precários vai dando lugar a novas moradias, pensões, hotéis, cafés e lojas para entretenimento dos banhistas, algumas delas apenas funcionando durante a época balnear.

Surgiam por volta do ano de 1888 dois estabelecimentos de “Banhos Quentes”, associados a um conceito moderno e original para a época, explorando as qualidades terapêuticas da água salgada, sendo mais um dos fatores atrativos por parte daqueles que procuravam tratamento para o reumatismo. Assim, um cano disposto sobre a areia trazia a água para o interior do edifício, com o auxílio de uma bomba, que seria posteriormente depositada em reservatórios e aquecida por uma caldeira, permitindo ao paciente tomar banhos de imersão ou duches de agulheta, segundo a prescrição médica.

De modo a se coadunar às exigências de uma população sazonal, a Nazaré viu-se obrigada a adaptar as práticas e as estruturas consideradas essenciais para o bem-estar daquela, associando-se a necessidade de se promover turisticamente. É no ano de 1889 que se dá a inauguração do ascensor, fazendo a ligação entre a Praia da Nazaré e o Sítio da Nazaré, no promontório, local de peregrinação. Outros melhoramentos urbanísticos se viriam a realizar, nomeadamente a nível de acessos, de limpeza, iluminação, estruturas culturais, serviço postal, estabelecimentos comerciais, entre outros. Foi no ano de 1905 que surgiu o primeiro plano urbanístico para a Praia da Nazaré, pelo arquiteto *Ernest Korrodi* (1870-1944) e pelo engenheiro José Theriaga (1857-1944), que, no entanto, nunca se veio a realizar. Nele eram sugeridos dois bairros de grande dimensão designados por “bairros para a colónia balnear”, parques e jardins públicos, avenidas de largas dimensões perpendiculares ao mar que formavam quarteirões de habitação, alterando significativamente a morfologia que até então se havia definido.

---

<sup>24</sup> Monteiro, J. O. (1995). *Jornadas sobre cultura marítima*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré.

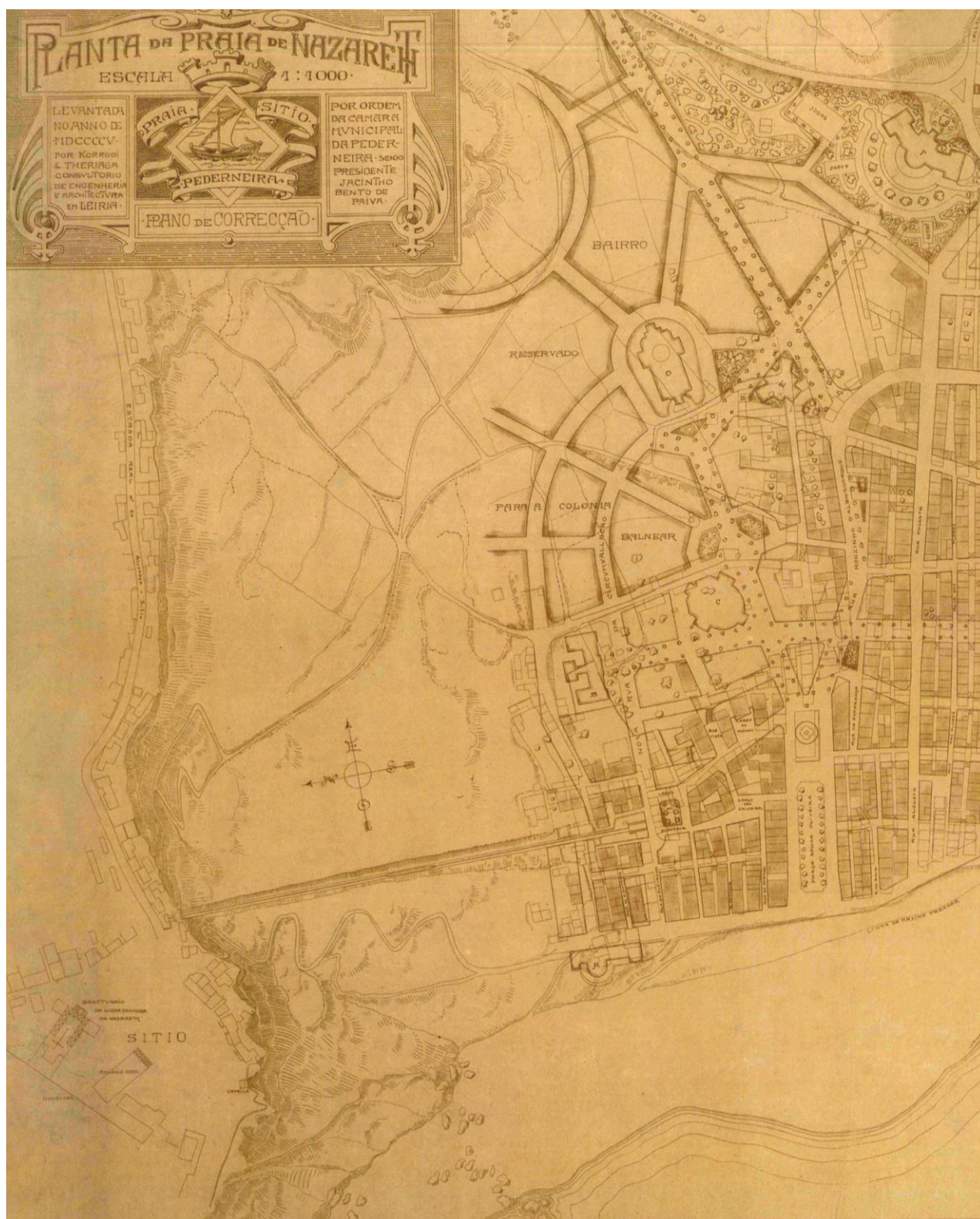


Figura 28 - Plano Urbanístico para a Vila da Nazaré, 1905.

Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré



Foi com o objetivo de alcançar estes melhoramentos que a Nazaré evoluiu urbanisticamente, e aliada à sua paisagem natural e tipicidade das ruas e suas gentes se tornou a mais bela praia de banhos<sup>25</sup>. No ano de 1915, a Nazaré passa a ser considerada oficialmente como localidade de turismo, tendo sido criada em 1922 a Comissão de Iniciativa, à qual sucedeu a Comissão Municipal de Turismo, no ano de 1937. A mesma, em conjunto com a Direção-Geral do Turismo, publicitou a Vila em cartazes artísticos, jornais e revistas de edições nacionais e internacionais, bem como através da rádio, do cinema, da fotografia, da pintura, da música e da dança.

Segundo o roteiro *Nazareth - Portugal*, é possível ler-se que os turistas que procuravam a Nazaré “alojavam-se em boas construções destinadas exclusivamente para habitações de banhistas durante o verão, convenientemente mobiladas”<sup>26</sup>. Surgiu, inclusive, na arquitetura nazarena três *Chalets*, denominados de “Juncal”, “Miramar” e “Maria”, junto à beira-mar, na zona norte da Praia da Nazaré - apesar do seu estado de degradação, ainda hoje se encontram erguidos. No que diz respeito à construção de hotéis, por volta do ano de 1887 era inaugurado na Praia o Grand Hotel Club, o Casino-Hotel, no Sítio, no ano de 1908, e o Hotel José Lúcio, alojando apenas os turistas que por aqui vinham de passagem, tornando-se muito dispendioso para a maioria dos veraneantes, que optavam pelo aluguer das casas de família.

A Praça Sousa Oliveira, junto aos *Chalets*, onde antigamente se realizava o mercado local descoberto, foi transformada em espaço social por excelência, local onde se reuniam o maior número de alojamentos e estabelecimentos comerciais. Mais tarde, esta praça viria a converter-se na zona das esplanadas dos cafés e pastelarias, onde para muitos veraneantes terminava o dia e começava a noite. Em agosto de 1930 dá-se a inauguração do Casino na avenida junto ao areal, oferecendo uma grande sala de baile, um campo de jogo para ténis, ringue de patinagem e cinema ao ar livre, sendo um dos espaços de divertimento mais valorizado pelos turistas.

Também no início do século XX se deu a construção do paredão junto à Avenida da República, à beira-mar, com a ajuda de subsídios por parte dos pescadores, dando-se como concluído por volta do ano de 1921. Com a construção do Porto de Abrigo no ano de 1983, deu-se a deslocação da atividade piscatória que até então tinha lugar no areal da praia e que constituía uma vertente turística específica da Vila. Todavia, a Nazaré piscatória evoluiu no tempo e no espaço a par de uma Nazaré turística, não negando de todo a influência daqueles que a visitavam. Mas foi exatamente por conseguir aliar este processo de mudança com a preservação das suas tradições que alcançou uma projeção a nível nacional e internacional, distinguindo-se como uma das mais típicas praias de Portugal.

---

<sup>25</sup> Guimarães, V. *et al.* (1913). *Nazareth: Portugal*. 1.<sup>a</sup> Edição, Tipografia Freire. Nazaré. p.17.

<sup>26</sup> Guimarães, V. *et al.*, *Op. cit.*, p. 18.

Fotografias de época relativas às atividades piscatória e mercantil da Vila



Figura 29 - Descarga da sardinha, 1907.



Figura 30 - *Chalets* vistos do mar, 1914.



Figura 31 - Bois puxando barco do caranguejo, 1915.



Figura 32 - Nazaré vista do Poente, 1915.



Figura 33 - Mercado a funcionar na praça Sousa Oliveira, 1925



Figura 34 - Barca salva-vidas no areal, em frente à Capitania, 1931.



Figura 35 - Chalets e Praia de banhos, 1931.



Figura 36 - Pescadores a puxar a rede à mão, 1932.



Figura 37 - Mercado do Peixe no areal, 17 de abril de 1934.



Figura 38 - Mercado do Peixe no areal, 17 de abril de 1934.

### 3.1.1. Nazaré, uma nova entidade urbanística

No ano de 1912 é atribuído ao conjunto urbano da Praia da Nazaré e do Sítio da Nazaré a designação de Vila da Nazaré. Só mais tarde, a 16 de janeiro de 1997, com a entrada em vigor do PDM, a Vila da Nazaré passou a englobar os três núcleos primitivos - Praia, Sítio e Pederneira - bem como as novas urbanizações, designadas de Urbisol e Rio Novo<sup>27</sup>, que vieram a constituir uma ligação urbanística entre os núcleos acima citados.

Aquando da aprovação do PDM, a zona urbana da Nazaré passou a constituir uma “ilha” urbana rodeada por zonas naturais, quer marítimas através do Oceano Atlântico, quer terrestres que se encontram integradas na REN. A Vila encontra-se, deste modo, circundada por quatro áreas: a norte, pelo Pinhal de N. Sr.<sup>a</sup> da Nazaré, ocupando uma zona de dunas florestada maioritariamente por pinheiro bravo, de cujas dunas sobressai a da Agueira, a mais alta da Europa; a nascente, pela Mata Nacional de Valado dos Frades, ocupando uma outra zona de dunas florestada; a sul, pelo atual Porto de Abrigo - exceção à envolvente natural - construído na zona do antigo troço terminal do Rio Alcoa, cuja construção implicou a deslocação da foz natural do mesmo rio para sul; a poente, pela Praia de Banhos e pelo Promontório, imponente formação geológica que, numa extensão de um quilómetro, abriga a Enseada da Nazaré dos ventos do norte.

As diversidades paisagísticas, ecológicas e geológicas bem como a qualidade das zonas envolventes da Nazaré aliadas à proximidade da área urbana têm vindo a sofrer cada vez mais com a intensa utilização humana, ocasionando danos erosivos bem visíveis e irreversíveis. Como caso disso o Promontório, integrado na malha urbana cujo estado de degradação e erosão que advém da passagem de milhares de visitantes se torna cada vez mais patente.

O concelho da Nazaré é atualmente constituído por três freguesias: Famalicão, Nazaré e Valado dos Frades. No que diz respeito à economia do concelho, o setor primário, nomeadamente a agricultura, continua a desempenhar um papel importante nas freguesias de Famalicão e Valado dos Frades, onde existem ainda hoje fortes explorações agrícolas, ligadas essencialmente à hortifruticultura. Relativamente aos setores de atividade, no setor primário destaca-se a agricultura intensiva, a silvicultura, a pecuária e a produção animal, como a pesca; no setor secundário, a indústria cerâmica e a indústria transformadora agroalimentar e de pescado; e no setor terciário, o turismo, englobando a hotelaria, a restauração e o comércio, bem como serviços administrativos.

---

<sup>27</sup> Por volta do ano de 1970 deu-se a criação de novos núcleos urbanos, a Urbisol e o Rio Novo. Contudo, os novos núcleos urbanos possuem características distintas, quer ao nível do traçado urbano quer ao nível da composição das comunidades residentes, não tendo á sua disposição um centro cívico estabilizado como acontece nos núcleos primitivos.

### 3.2. “Nazaré, um estudo urbanístico”

*“Sob a densa névoa de novembro apercebemo-nos de uma aldeia de pescadores adormecida. Mulheres com um cesto de roupa sobre a cabeça, apressam-se por vielas estreitas e angulosas; os homens pescam no alto-mar ou observam a rebentação no belíssimo areal da praia. Muitos usam trajas tradicionais. Um imponente penedo com o farol e as colinas em redor completam o cenário marcante.*

*Este quadro ilude. Sob o ardente sol de agosto, revela-se uma vila invadida por até 90.000 visitantes diários. Os turistas com os seus carros entram pelas ruas estreitas do centro velho e a praia é coberta de toalhas de gente que se bronzeia. Acorda o agitado movimento e a cobiça daqueles que, ao oferecer souvenirs, refeições ou alojamento, se disputam por clientes.*

*A nossa estadia de dois meses no local mostrou claramente que o turismo maciço está a destruir o que levou centenas de anos a crescer. Exemplos assustadores dos resultados já são conhecidos 400 Km para o sul, no Algarve.*

*Terá a Nazaré de seguir o mesmo caminho? Este trabalho tem como intenção mostrar, através de critérios radicais, alternativas para o futuro. É uma proposta concreta de soluções, cujo conceito pode ser aplicado noutras regiões e resulta da análise minuciosa feita sobre um trabalho de levantamento urbanístico”.<sup>28</sup>*

É através do documento intitulado de “Nazaré, um estudo urbanístico” que os recém-formados arquitetos Georg Gressenbauer e Markus Haipl<sup>29</sup> analisam as mutações ocorridas a nível urbanístico e arquitetónico na Vila provocadas pelo desenvolvimento do turismo em massa, propondo alguns objetivos a prosseguir e novas propostas de utilização dos espaços.

---

<sup>28</sup> Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.ª Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena, p. 1.

<sup>29</sup> Arquitetos austríacos formados pela Academia de Belas Artes de Viena.

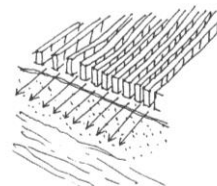
TIPOLOGIE  
Elemente der Stadt  
**TIPOLOGIA**  
Elementos da vila



Meer, Strandpromenade, Kliff  
*Mar, Marginal, Rocha*



Höfe, Balkone, Mauern  
*Pátios, Varandas, Muros*



Kontakt zum Meer  
*Contacto com o mar*



Hauptplatz  
*Praça principal*



Wäsche  
*Roupa lavada*



gegrillte Sardinen  
*Sardinhas assadas*



"Vielsprachigkeit"  
*"Poliglota"*



Konditoreien  
*Pastelarias*



schmale Türen  
*Portas estreitas*



Souvenirs  
*Suvenirs*



Treppen  
*Escadas*



Trachten  
*Trajes*



holzig gepflasterte Straßen  
*Ruas de pavimento irregular*



frische Fische  
*peixe fresco*



schmale Häuser, enge Gassen  
*Casas estreitas, ruas abertas*

Figura 39 - Os autores identificaram os aspetos arquitetónicos e culturais que definiam a Vila.

Neste estudo, tendo em conta a evolução cronológica da Vila, analisa-se que a partir dos anos 70 o turismo regista um forte desenvolvimento, desvalorizando-se a pesca em prol deste, que se torna excessivo. Como resultado, o turismo passou a ser quase exclusivamente a única fonte de rendimento na Vila, papel até então desempenhado pela pesca, indústria e comércio e cerâmicas.

Tomando estes acontecimentos como causa dos grandes problemas de natureza social e urbanística, os autores identificaram que a Nazaré vivia totalmente dependente do turismo, registando-se assim a destruição do centro velho pelo crescimento desmesurado e descontrolado do restante espaço existente, resultado da *“monocultura de uma vila de veraneio. A Nazaré em breve será o tipo de lugar que se procura evitar por ser feio. É lamentável observar a sua progressiva perda de identidade”*<sup>30</sup>.

Como forma de melhorar e garantir a qualidade de vida daqueles que nela habitam e que regularmente a visitam, tornava-se urgente atingir determinados objetivos, bem como: o indiscutível controlo do turismo; o melhoramento inevitável das infraestruturas numa vila em desenvolvimento; a proteção do Património Histórico; a integração urbanística do centro e do porto de abrigo; e, por fim, a definição de espaços verdes, escassos.

*“A cidade cresce, descontrolada. Constrói-se em preciosas áreas verdes. O crescimento urbano não segue um critério de qualidade. Os três núcleos, Nazaré, Sítio e Pederneira, misturam-se e confundem-se na falta de um conceito e infraestruturas. A zona existente entre o centro e o porto reflete a ausência de qualquer coordenação”*<sup>31</sup>. Foi então que propuseram uma definição clara da identidade dos três núcleos urbanos independentes correlacionados entre si por áreas verdes, concedendo elevada relevância à *“grande horta a sul da cidade”* - terrenos de grande qualidade agrícola devido à existência da Lagoa e do rio que aqui desaguava - que garantia o abastecimento local.

Fazendo a distinção entre a zona velha e o novo bairro a sul proposto, identificou-se que nas construções existentes e parcialmente bem conservadas *“é visível a atual falta de preocupação pela conciliação de aspetos arquitetónicos e culturais na escolha de materiais e linguagem formal”*<sup>32</sup>. Assim, no estudo urbanístico, propunha-se que: as casas tradicionais de um ou dois andares fossem ampliadas ou demolidas, de acordo com o seu estado de conservação, dando lugar a construções modernas; não se realizasse a substituição de portas e janelas em madeira por outras de materiais como o alumínio ou o plástico, de modo a evitar uma gradual destruição do carácter da vila; não se procedesse à construção de hotéis de “oito

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, p.11.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p.13.

<sup>32</sup> *Ibid.*, p.14.

andares”, que iriam inevitavelmente sobressair na silhueta da vila de modo desproporcional tal como a grande Avenida à Beira-mar com a sua iluminação industrial. Para tal, seria necessário preservar o conjunto urbanístico, procedendo à demolição de prédios importunos, bem como promover reformas e junções de pequenas habitações e assim recuperar o antigo traçado da Avenida - e, com isto, realizar a substituição da iluminação.

*“Entre o centro velho e o porto impera o caos. Nesta imensa “terra de ninguém”, entre depósitos de lixo, estacionamentos e bairros de lata, destacam-se blocos de cimento armado até oito andares. O desenquadramento entre o novo porto e o centro cria um fosso entre vida e trabalho”<sup>33</sup>.*

A proposta passava pela construção de uma estreita faixa urbana ao longo da frente costeira, dando continuação à frente já existente, ligando desta forma a zona habitacional com o porto de abrigo - as novas construções seriam de caráter residencial, comercial, hoteleiro e turístico.

Do mesmo modo, surgia a sul do Mercado Municipal uma praça principal para feiras e cerimónias, bem como um novo edifício que iria albergar a Câmara Municipal, um hospital, uma igreja e um centro paroquial. Os edifícios que albergavam anteriormente a fábrica das sardinhas e a lota do peixe seriam convertidos em espaços culturais, dotados de auditórios e *ateliers*, sendo que hoje em dia os mesmos acolhem o edifício do Centro Cultural da Nazaré.

Para promover o crescimento urbanístico da Vila orientado para o seu norte, os autores propunham a construção de um novo bairro, de construção densa e vinculada ao centro urbano já existente, com construções de dois ou três andares de utilização mista. Com isto se pretendia a sua reestruturação, designada pelos mesmos como *“um dos tristes cenários conhecidos de blocos residenciais de cimento armado pré-fabricado e edifícios de alturas desproporcionadas, degradados apenas com cerca de 15 anos, ignorando a topografia, a estrutura, o espaço e a intimidade da vila velha”<sup>34</sup>.*

Um dos aspetos a evitar seria a necessidade do uso automóvel dentro da Vila, desenhando os novos bairros de modo a permitir o acesso a pé a todos os serviços, criando-se um parque de estacionamento a sul do porto de abrigo à disposição dos turistas que teriam transporte para o centro garantido pelos transportes públicos<sup>35</sup>.

---

<sup>33</sup> *Ibid*, p.14.

<sup>34</sup> *Ibid*, p.16.

<sup>35</sup> Segundo Georg Gressenbauer e Markus Haipl, *“os veículos de 90.000 turistas diários necessitam de um espaço de estacionamento em cuja área caberia duas vezes a vila velha”.*



Figura 40 - Situação urbanística da Vila em 1993.

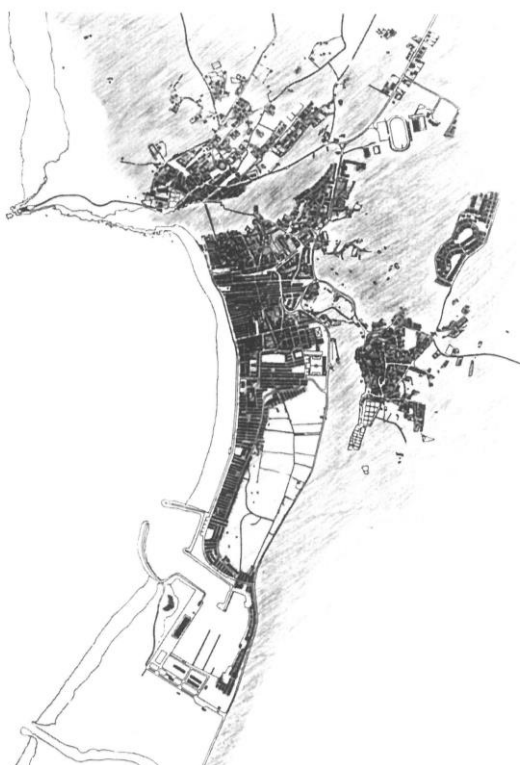


Figura 41 - Proposta da extensão construtiva.

Considerando o turismo como principal causa da perda da identidade da Vila com o crescimento do número de lojas de *souvenirs*, restaurantes, bares e pensões, prejudicando a vida dos habitantes locais, seria necessário promover o aparecimento de outras formas de rendimento, como o artesanato, o comércio e a prestação de serviços - a inexistência destas entidades deixa “a Nazaré como uma “cidade morta” durante o inverno”. Tentar diminuir a massa de visitantes de modo a oferecer mais qualidade em vez de quantidade, criando até um novo porto atraente destinado a iates, instalações desportivas e atividades culturais, são fatores que poderiam garantir um melhoramento da qualidade de vida na Vila.

A nível da habitação, a estruturação urbana deveria seguir a tradição, compreendendo residências com plantas variáveis de dois ou três pisos, com pátios e utilização mista do piso térreo, albergando espaços comerciais, administrativos e de serviços. A edificação da faixa urbana em frente ao mar, ligando a zona velha ao porto de abrigo, aliada à construção de um largo passeio ao longo do cais concederiam uma nova atmosfera ao espaço, dotando-o de espaços comerciais e sociais.

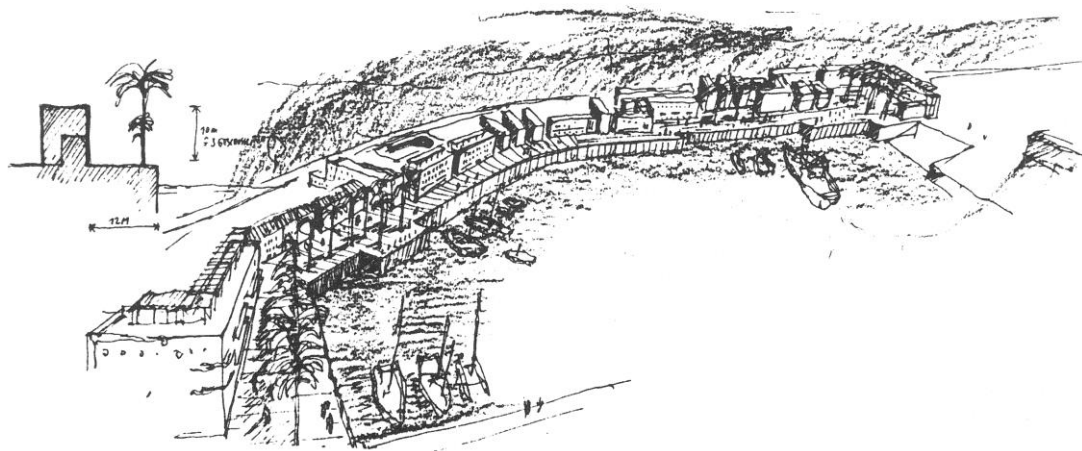


Figura 42 - Proposta de edificação junto ao Porto de Abrigo.

### Considerações sobre “Nazaré, um estudo urbanístico”

Após a análise do respetivo estudo urbanístico elaborado pelos arquitetos Georg Gressenbauer e Markus Haipl, verifica-se que a maioria das patologias por eles identificadas continuam presentes hoje em dia na Vila da Nazaré, nomeadamente a dispersão urbana entre os diversos núcleos que a constituem. A sul da Vila, junto ao porto de abrigo, verifica-se um vazio urbano, identificado no estudo urbanístico, cujo “*desenquadramento entre o novo porto e o centro cria um fosso entre vida e trabalho*”<sup>36</sup>.

O mesmo se pode afirmar sobre o vazio a sul do Mercado Municipal, onde surgiu no ano de 2006 um parque de estacionamento subterrâneo de três pisos, que apesar de tudo não tem capacidade de resposta nos dias em que os turistas e visitantes locais se dirigem à Nazaré. Junto a este, permanece um vazio urbano, usado no verão como mais uma tentativa de resposta à falta de estacionamento, lado a lado com o recente edifício da Biblioteca Municipal da Nazaré.

Este espaço descaracterizado surge como um exemplo de mau desempenho urbanístico na Vila que a presente proposta de requalificação do Mercado Municipal pretende destacar e alertar à sua integração na malha urbana.



Figura 43 - Proposta de urbanização do vazio urbano a sul do Mercado Municipal.

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 17.



## **4. SOBRE O EDIFÍCIO**

*“Finda a leitura do expediente, o vogal cidadão João Duarte Vieira, referindo-se ao propósito revelado pela Comissão Administrativa dessa Câmara, da presidência do Sr. Silvino Brilhante Periquito, em fazer construir um Mercado fechado em Nazaré, apresentou a seguinte exposição e proposta: “Tendo apreciado o parecer do Concelho Central da Direcção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais, que acompanhou, em dezassete do corrente, a devolução a esta Câmara de um projecto respeitante à construção d’um mercado fechado na sede desta Câmara, provocará justos e indignados protestos por parte da grande maioria dos habitantes desta localidade, de que resultou uma representação dirigida às entidades superiores, (...) com as legítimas e sensatas reclamações deste povo, cuja redacção é do teor seguinte: Tem especial importância a escolha do local para estas edificações e de ser feita de forma que ofereça o máximo de facilidades e comodidades à população que vai servir. É preferível aumentar a despesa inicial da obra, que se faz de uma só vez, com a aquisição de um terreno que reúna todas aquelas boas qualidades, do que sacrificar por muitos longos anos a comodidade da população - Os considerandos, ou melhor dizer, ou doutos conselhos acima expostos, são na verdade o que há de mais lógico e plausível, pois não sendo justificação possível a descentralização do aludido mercado para os confins da localidade, com a agravante do extremo trajecto ser de difícil acesso em consequência do seu enorme declive, cujo desnível é por todos condenável, a persistir-se em tal resolução, teríamos de concluir que mais iria servir interesses d’alguns particulares do que propriamente os interesses gerais da população e do Município.*

*Ora sendo a Nazaré uma das praias de turismo de maior concorrência em todo o nosso litoral, e contando entre os seus atractivos um pouco mais do que lhe proporcionaram as suas inigualáveis belezas naturais, sendo motivo para lhe diminuírem sensivelmente a sua numerosa colónia balnear, derivando para outras praias se esta câmara lhe tirassem o direito às suas antigas regalias de um Mercado Central, muito embora ao ar livre. De tal forma iriam agravar a péssima situação económica em que se debatem todas as classes da Nazaré, que há anos se encontram face a uma decadência da sua indústria piscatória ocasionada pela falta de um “Porto de Abrigo” que lhe proporcione o seu desenvolvimento, como é de justiça. (...)*

*Portanto, se até então poderíamos prescindir de receita da colónia balnear, hoje mais do que nunca, nos deveremos preocupar com a sua conservação e até com o seu desenvolvimento progressivo para modernizar a Nazaré, proporcionando ao banhista e forasteiros o máximo de comodidade e de conforto. Para terminar, e para garantia dos interesses deste Município,*

*facilitando-lhe a solvência dos compromissos a contrair para a construção do futuro Mercado Municipal, proponho o seguinte: que se convidem os autores do projecto em questão a modificá-lo segundo o parecer do Conselho Central, adaptando-o a outro local reconhecidamente central, que de preferência deverá ser o da Praça Manuel d'Arriaga (sic)<sup>37</sup>.*

A população exigia a construção de um edifício adequado onde pudessem exercer as suas funções, o que viria a acontecer quase duas décadas mais tarde. A construção do edifício do Mercado Municipal da Nazaré, na década de 50<sup>38</sup>, tratou-se de um marco importante na vida da população, surgindo como resposta à necessidade da existência de um local com as devidas condições, quer higiénicas quer funcionais, para a realização das trocas comerciais que até então decorriam em praças públicas a céu aberto.

#### **4.1. O Mercado Municipal da Nazaré**

O Mercado foi construído no centro histórico da Vila da Nazaré, implantado junto à Avenida Vieira Guimarães, a norte. Ladeado pela Rua Alves Redol e pela Rua Sub-Vila, a oeste e este respetivamente, e a sul pela Rua das Traineiras, o lote compreende uma área total de 4855 m<sup>2</sup> e uma área de implantação do edifício de 4130 m<sup>2</sup>.

A Avenida Vieira Guimarães trata-se de um dos acessos principais da Vila, ligando o centro histórico e onde se concentram os principais edifícios de comércio à Avenida implantada à Beira-mar e respetivas zonas habitacionais, mais recentes, a sul e a norte da Nazaré. Junto ao Mercado podem identificar-se diversas tipologias de habitação, de um, dois ou três pisos, sendo que no piso térreo da maior parte das mesmas se configuram espaços destinados ao comércio. Junto ao alçado norte do edifício em estudo encontra-se implantado um hotel recente com 7 pisos e, do mesmo modo, junto ao alçado sul do Mercado um edifício habitacional também com 7 pisos. Portanto, configuram-se como os dois edifícios mais díspares a nível de cêrcea de todo o conjunto edificado.

---

<sup>37</sup> Sessão Ordinária de 27 de maio de 1937 da Câmara Municipal da Nazaré. Discutia-se a construção de um Mercado Municipal fechado, ainda estando por determinar o local da sua implantação. Informação obtida através da Biblioteca da Nazaré.

<sup>38</sup> Não foi encontrado qualquer registo ou documentação que indicasse o ano de construção do mesmo edifício, assim como o seu autor. Contudo, pensa-se que o projeto seja da autoria do Engenheiro Amadeu Gaudêncio e que data da década de 50, mais concretamente dos anos 1954-1955.

Da maioria dos edifícios comerciais destacam-se os de restauração e pastelaria - que se encontram em maior número - juntamente com uma loja de ferragens e o hotel a norte. A este do Mercado configura-se o Posto da Polícia de Segurança Pública e uma agência imobiliária, de um modo mais particular. A sul do edifício ainda é possível identificar o vazio urbano estudado por Georg Gressenbauer e Markus Haipl (Cap.3), que separa o Mercado do novo edifício da Biblioteca Municipal.

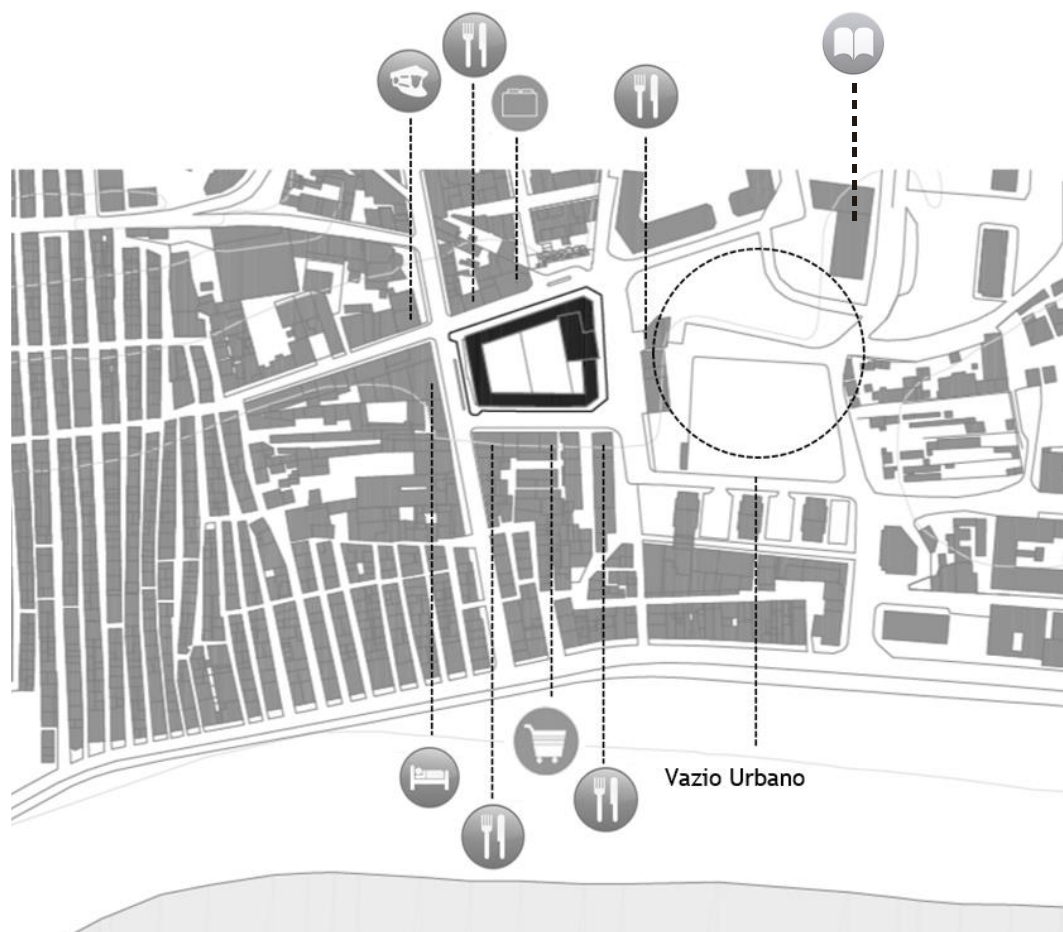


Figura 44 - Identificação de tipologias envolventes ao Mercado.

#### 4.1.1. Organização espacial

De planta trapezoidal, a sua composição espacial, como é conhecida hoje em dia, não foi fruto da construção inicial do Mercado, mas sim resultado de uma evolução construtiva. Numa primeira fase de construção, o edifício era constituído apenas pela zona das bancas de venda e delimitado por um muro. Através de uma segunda intervenção - cuja data é desconhecida - procedeu-se à construção das lojas que circundam a zona de bancas de venda onde foram definidas as 4 entradas para o Mercado. Finalmente, a par de uma terceira intervenção,

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

procedeu-se à construção da cobertura do edifício, que se pensa ter acontecido no ano de 1976<sup>39</sup>.

Mais tarde, o Mercado volta a sofrer alterações, nomeadamente na zona de venda de peixe, onde é visível, através de desenhos técnicos cedidos pela CMN, a construção de 4 zonas distintas de bancas destinadas à venda de peixe fresco e peixe seco. Do mesmo modo, ocorreram remodelações nas instalações sanitárias públicas - às quais foram acrescentados balneários públicos - e ainda se procedeu à construção de uma zona de arrumos, um bengaleiro e uma zona para vigilância, junto à entrada sul do Mercado. Nesta fase, realizou-se ainda a substituição da cobertura pertencente às zonas remodeladas, que se configura da mesma forma como na restante nave.

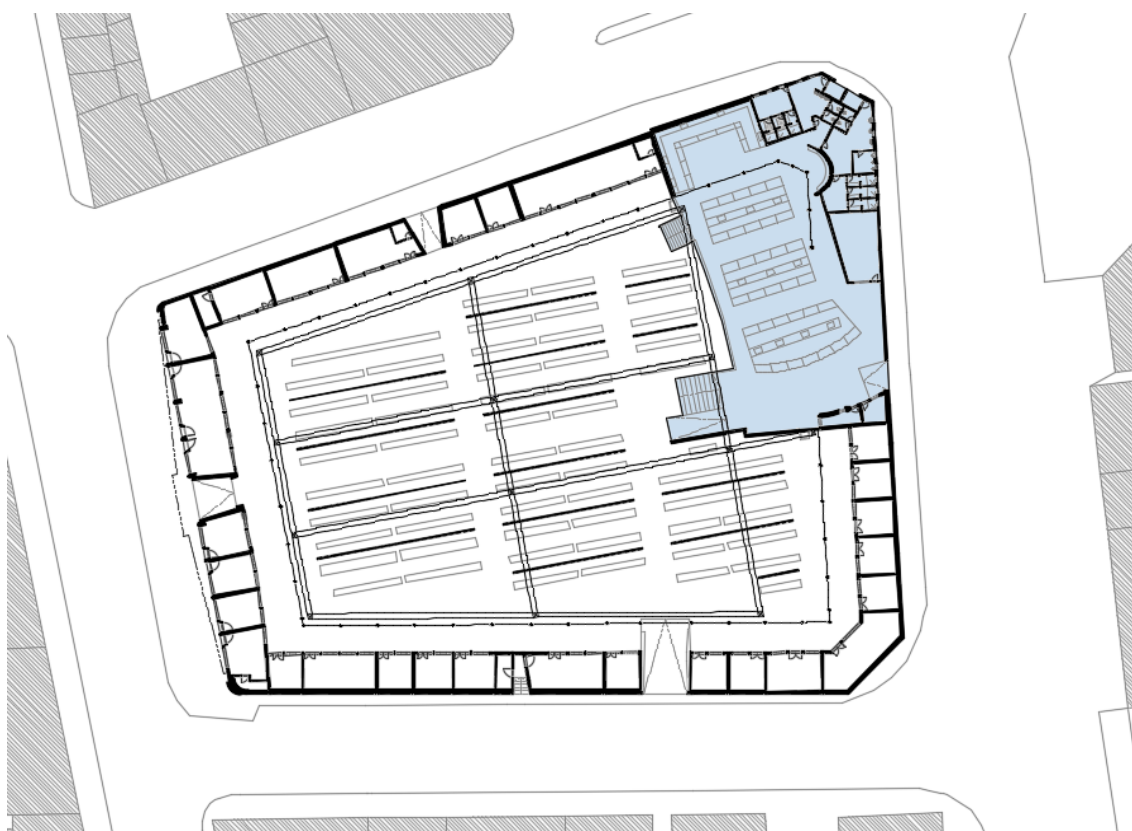


Figura 45 - Zona de venda de peixe intervencionada, destacada da restante área do Mercado.

---

<sup>39</sup> Informação obtida por parte de alguns moradores da zona circundante ao edifício.



Av. Vieira Guimarães.



Rua Alves Redol.

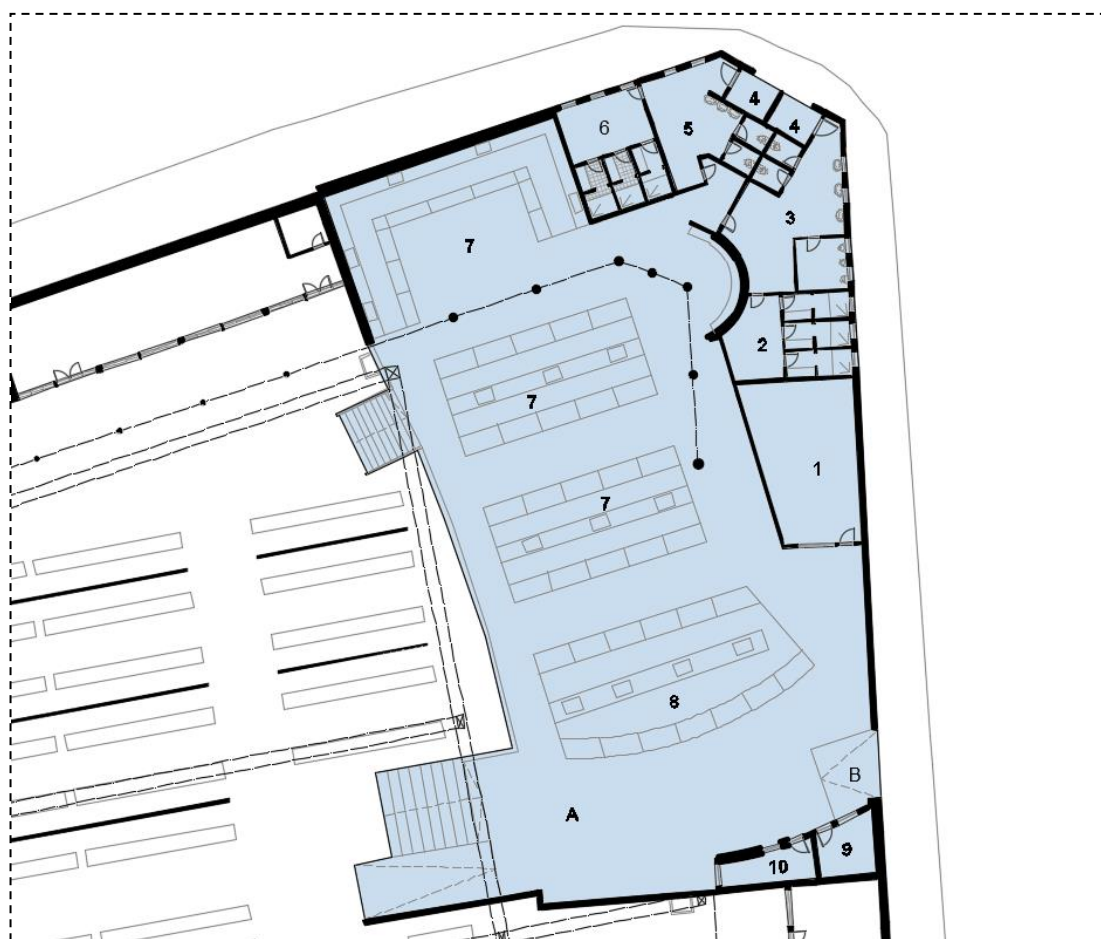


Rua Sub - Vila.

Figura 46 - Levantamento fotográfico do existente: espaços exteriores.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Atualmente, e após todas as intervenções, o Mercado constitui-se por uma nave composta por três zonas fundamentais ao seu funcionamento, sendo elas: a zona central, onde se localizam as bancas de venda de produtos fruto-hortícolas, bem como floristas e panificação, contando com 58 bancas (as mesmas são ocupadas por dois ou mais vendedores); a zona de venda de peixe fresco e peixe seco, que se situa junto à entrada sul e a uma cota superior às restantes bancas de venda; e a zona das lojas, totalizando-se 28 unidades e uma zona de arrumos sem ligação ao interior do edifício, delimitadas das restantes zonas através de um pórtico colonado.



Áreas: 1 - Arrumos; 2 - Duches públicos masculinos; 3 - I.S. públicas masculinas; 4 - Acesso I.S. públicas; 5 - I.S. públicas femininas; 6 - Duches femininos públicos; 7 - Bancas venda de peixe fresco; 8 - Bancas venda peixe seco; 9 - Vigilante; 10 - Bengaleiro; A - Mercado do Peixe; B - Acesso Sul.

Figura 47 - Zona de venda de peixe intervencionada.



Rua das Traineiras.



Figura 48 - Levantamento fotográfico do existente: entrada sul do Mercado.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Estas mesmas lojas foram alterando as suas funções ao longo do tempo, sendo que o último registo retrata a existência de treze talhos, dois cafés, duas pastelarias, uma florista, dois arrumos, uma mercearia, um *snack-bar*, quatro lojas de pronto-a-vestir, uma loja de ferragens e uma padaria. Efetivamente, apenas doze lojas se encontram ainda a funcionar: quatro lojas de pronto-a-vestir, seis talhos (nem todos ocupam a mesma função), o *snack-bar* e a mercearia. É importante referir ainda que sete das lojas encerradas se encontram com o equipamento destinado à sua função e que nove se encontram totalmente vazias, também encerradas.



Figura 49 - Função das diversas lojas no interior do Mercado.



Figura 50 - Levantamento fotográfico do existente: espaços comerciais.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Três talhos foram recentemente alterados, albergando atualmente um deles uma peixaria, outro onde tem lugar o Veterinário Municipal e, por fim, um terceiro ocupado por uma mercearia *gourmet*. Da mesma forma, a loja de ferragens deu lugar ao novo Posto de Turismo da Nazaré e uma das pastelarias que, do mesmo modo, deu lugar a uma garrafeira.

Na zona central, cerca de dois terços das bancas de venda se encontram atualmente em uso, ao contrário da zona de venda de peixe que funciona na sua plenitude. As lojas dispõem individualmente de uma montra de largas dimensões, podendo albergar duas ou mais montras consoante o tamanho da mesma. No entanto, comunicam com o exterior através de janelas de pequena dimensão que marcam ritmadamente o exterior do edifício. Deve também salientar-se que apenas as lojas orientadas a norte comunicam diretamente com o exterior, possuindo ainda uma montra direcionada ao interior do mercado, sem comunicação direta.

O Mercado disponibiliza um total de 3737,06 m<sup>2</sup> de área comercial, sendo que 341,5 m<sup>2</sup> desse total se encontram sem funções comerciais, por estarem encerradas ou por terem mudado a sua função como no caso do Posto de Turismo e do Veterinário Municipal.

Loja	N.º Ident. <sup>40</sup>	Estado	Área
Café	11	Encerrado c/ mobiliário	14,80 m <sup>2</sup>
Pastelaria	12	Encerrado c/ mobiliário	15,30 m <sup>2</sup>
Florista	13	Encerrado c/ mobiliário	14,30 m <sup>2</sup>
Talho	14	Em funcionamento	15,65 m <sup>2</sup>
Arrumos	15	Encerrado c/ mobiliário	14,10 m <sup>2</sup>
Talho <sup>41</sup>	16	Encerrado s/ mobiliário	35,30 m <sup>2</sup>
Talho	17	Encerrado s/ mobiliário	23,05 m <sup>2</sup>
Mercearia	18	Em funcionamento	14,70 m <sup>2</sup>
Arrumos	19	Encerrado s/ mobiliário	14,95 m <sup>2</sup>
Café	20	Encerrado c/ mobiliário	13,30 m <sup>2</sup>
Talho	21	Em funcionamento	28,00 m <sup>2</sup>
Arrumos	22	-	6,29 m <sup>2</sup>

Tabela 1 - Identificação das Lojas, seu estado e área segundo o último registo da CMN.

---

<sup>40</sup> N.º identificativo de loja. Informação complementada em anexo, no desenho n.º 3.

<sup>41</sup> Loja atualmente ocupada pela Mercearia Gourmet.



Figura 51 - Levantamento fotográfico do existente: espaços comerciais.

Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Loja	N.º Ident.	Estado	Área
Talho <sup>42</sup>	23	Encerrado s/ mobiliário	16,06 m <sup>2</sup>
Talho	24	Em funcionamento	15,00 m <sup>2</sup>
Talho	25	Encerrado c/ mobiliário	13,65 m <sup>2</sup>
<i>Snack-Bar</i>	26	Em funcionamento	28,40 m <sup>2</sup>
Pastelaria <sup>43</sup>	27	Encerrado c/ mobiliário	12,85 m <sup>2</sup>
Pronto-a-Vestir	28	Em funcionamento	24,15 m <sup>2</sup>
Pronto-a-Vestir	29	Em funcionamento	16,20 m <sup>2</sup>
Pronto-a-Vestir	30	Em funcionamento	16,15 m <sup>2</sup>
Pronto-a-Vestir	31	Em funcionamento	19,00 m <sup>2</sup>
Loja de Ferragens <sup>44</sup>	32	Encerrado s/ mobiliário	54,75 m <sup>2</sup>
Padaria	33	Encerrado s/ mobiliário	54,75 m <sup>2</sup>
Talho	34	Encerrado s/ mobiliário	35,86 m <sup>2</sup>
Talho	35	Em funcionamento	28,80 m <sup>2</sup>
Talho	36	Encerrado s/ mobiliário	30,10 m <sup>2</sup>
Talho	37	Em funcionamento	15,30 m <sup>2</sup>
Talho	38	Em funcionamento	13,90 m <sup>2</sup>
Talho	39	Encerrado s/ mobiliário	58,30 m <sup>2</sup>

Tabela 2 - Identificação das Lojas, seu estado e área segundo o último registo da CMN.

No que diz respeito à restante zona comercial, o Mercado de venda de produtos frescos ocupa uma área total de 2555 m<sup>2</sup>, com uma superfície de bancas de venda de 320 m<sup>2</sup>. Por sua vez, o Mercado do Peixe contabiliza 519 m<sup>2</sup> de área total e uma superfície de bancas de cerca de 100 m<sup>2</sup>, com uma superfície de 29,40 m<sup>2</sup> para a venda de peixe seco e uma superfície de 69 m<sup>2</sup> para venda de peixe fresco (tabela 3).

---

<sup>42</sup> O talho foi encerrado, sendo atualmente ocupado pelo o veterinário municipal.

<sup>43</sup> Loja ocupada por uma nova função, albergando a Garrafeira.

<sup>44</sup> O novo Posto de Turismo da Nazaré ocupa a antiga loja de Ferragens.

Zona	Superfície de bancas de venda	Área total
Mercado Produtos Frescos	319,43 m <sup>2</sup>	2555,42 m <sup>2</sup>
Mercado do Peixe	98 m <sup>2</sup>	518,68 m <sup>2</sup>
Lojas <sup>45</sup>	-	662,96 m <sup>2</sup>
<b>Total área comercial</b>		<b>3737,06 m<sup>2</sup></b>

Tabela 3 - Contabilização da área comercial total.

O edifício contabiliza uma área útil total de construção de 3960,76 m<sup>2</sup>, sendo que 84,05 m<sup>2</sup> dessa área se traduz nos quatro acessos e a restante junto ao Mercado do Peixe, mais precisamente a área relativa aos balneários e I.S. públicas masculinas e femininas, o hall relativo às I.S. públicas, os arrumos, o bengaleiro e a sala de vigilância (tabela 4).

Zona	Área
Mercado Produtos Frescos	2555,42 m <sup>2</sup>
Mercado do Peixe	518,68 m <sup>2</sup>
Lojas	662,96 m <sup>2</sup>
Acessos	84,05 m <sup>2</sup>
Arrumos (junto ao Mercado do Peixe)	32,69 m <sup>2</sup>
I.S. públicos masculinos	31,05 m <sup>2</sup>
Duches públicos masculinos	19,37 m <sup>2</sup>
I.S. públicas femininas	19,42 m <sup>2</sup>
Duches públicos femininos	18,42 m <sup>2</sup>
Sala Vigilância	6,32 m <sup>2</sup>
Bengaleiro	6,02 m <sup>2</sup>
Hall I.S. Públicas	6,36 m <sup>2</sup>
<b>Total área útil de construção</b>	<b>3960,76 m<sup>2</sup></b>

Tabela 4 - Contabilização da área útil total de construção.

---

<sup>45</sup> Inclui os arrumos juntos às lojas, uma vez que são utilizados por quem explora as mesmas.

#### 4.1.2. Materialização

No que diz respeito à materialização, as lojas são construídas em tijolo cerâmico e respetiva cobertura em betão armado, ao invés da cobertura da praça central das bancas de venda que é constituída por uma estrutura metálica. Na planta da situação atual do Mercado é bem visível a marcação de três grandes treliças metálicas transversais que servem de apoio à cobertura.

A cobertura da zona central configura-se como um volume separado do restante volume do edifício, com o formato de dois grandes arcos e um meio arco que concedem um pé direito elevado com o objetivo de ventilar o espaço, ainda que de forma insuficiente. Da mesma forma, através do uso de diversas placas de policarbonato, a cobertura tem como principal função a iluminação do espaço. Este material é também usado nas laterais do volume da cobertura, alternado com o uso de placas de fibrocimento.

Exteriormente, o edifício é caracterizado pela sua simplicidade estética à exceção do alçado norte, onde se situa a entrada principal, onde é bem visível a relevância dada às lojas de Pronto-a-Vestir, Posto de Turismo e à Padaria cujas paredes exteriores se encontram revestidas por cerâmico de cor verde. É ainda possível verificar que este alçado é marcado verticalmente por pilares revestidos a cerâmico de cor preto.

Os alçados este e oeste são marcados ritmadamente pelas janelas das lojas interiores e pelas entradas em rampa para o interior do edifício. O alçado sul é também marcado ritmadamente pelas janelas das lojas e da zona de balneários e instalações sanitárias públicas, pela entrada e pelo volume da cobertura que sobressai relativamente ao restante edificado.

Quanto ao seu interior, denota-se alguma preocupação nos revestimentos das superfícies, quer horizontais quer verticais, a fim de garantir as condições sanitárias e de higiene obrigatórias a este tipo de edifício. Assim, as paredes das lojas e os pilares que delimitam a zona central das bancas de venda encontram-se revestidos por material cerâmico de cor verde. Por sua vez, o pavimento da zona delimitada pelos pilares é realizado em tijoleira, enquanto que a restante zona de vendas apresenta um pavimento cerâmico de cor cinza. Por fim, as bancas são revestidas lateralmente em reboco de cor verde e superiormente em mármore branco. O pavimento no interior das lojas é realizado a cerâmico de cor cinza e as paredes das mesmas revestidas em cerâmico de cor branco.

Na zona do Mercado do Peixe, o pavimento é realizado em cerâmico de cor cinza, sendo que na zona das bancas de venda (que se encontram a um nível superior de cerca de 15 cm) o pavimento é antiderrapante, também cerâmico e de cor cinza. As bancas de venda são em mármore branco na sua totalidade, sendo que na zona central suportam diversos lavatórios e superfícies de trabalho. As paredes são revestidas a material cerâmico de cor verde, de reduzida dimensão, até cerca de 1,5m de altura e na restante superfície a tinta plástica de cor branca.



Figura 52 - Levantamento fotográfico do existente: materiais de revestimento de superfícies.

### 4.1.3. Estado de Conservação

A presença do Mercado Municipal no seio da Vila da Nazaré não se cinge apenas à necessidade de abastecer a população de bens essenciais, constituindo também um papel imprescindível à dinâmica sociocultural e económica da Vila, bem como a sua relação com a atividade turística que cada vez mais se faz sentir. Assim, aumenta cada vez mais a importância de tais espaços para os visitantes, permitindo-lhes conhecer a população e respetivos modos de vida.

Com o passar dos anos, o Mercado foi mostrando marcas evidentes de desgaste físico tornando-se inadequado às exigências do século XXI, sendo que a reabilitação do mesmo deve passar não só pela sua estrutura, mas também pelo próprio conceito de mercado em si.

No que diz respeito ao seu estado de conservação, foi realizada uma análise aos elementos de construção, dividindo-os em três núcleos: elementos primários, secundários e os acabamentos<sup>46</sup>. Esta análise é decorrente da observação *in-situ* que permite a exposição da situação concreta existente.

Por elementos de construção primários designam-se as paredes, quer interiores quer exteriores, bem como as lajes de pavimento e a cobertura. Deste modo, observa-se que as paredes interiores se encontram em boas condições, quer física quer estruturalmente, na maioria dos espaços que constituem o edifício. Apenas em alguns casos se pode verificar a existência de fissuras superficiais no seu revestimento. Por outro lado, alguns dos muros que separam as bancas de venda na zona central do Mercado encontram-se em progressivo estado de degradação, apresentando fissuras superficiais e fissuras profundas.

No que diz respeito às paredes exteriores, observam-se ocasionalmente pequenas fissuras, sendo que algumas das mesmas foram recentemente recuperadas ou simplesmente revestidas a tinta plástica. Quanto às lajes de pavimento das lojas e da zona do Mercado de produtos

---

<sup>46</sup> Esta análise seguiu o exemplo do artigo da autora Ana Cristina Freitas, intitulado de “Reabilitação Urbana - a necessidade de um manual de procedimentos técnicos”. No mesmo pode ler-se que *“para todos os intervenientes nas ações de reabilitação (Entidades Promotoras, Projetistas, Entidades Executantes, Fiscalização, etc.) há sempre a tentativa de encontrar um “Manual de Procedimentos Técnicos” que faça referência aos principais tipos de intervenção a efetuar, materiais a empregar, tecnologias e processos construtivos, ensaios a realizar, (...) em suma, um guia que, de forma expedita, definisse soluções técnicas de reabilitação onde se conseguisse aliar as inegáveis qualidades estéticas, arquitetónicas, culturais e históricas das construções tradicionais aos níveis de conforto e habitabilidade das construções correntes atuais. (...) a proposta de uma tipificação de causas de anomalias em edifícios é uma tarefa extremamente difícil e, possivelmente, não alcançável numa forma única e coerente.”* Fonte: FREITAS, Ana Cristina. “Reabilitação Urbana - a necessidade de um manual de procedimentos técnicos”, em revista Al Arquitectura Ibérica n.º 36, Caleidoscópio, 2011, pp. 6-7.

variados verifica-se que se encontram em bom estado de conservação, não apresentando qualquer tipo de patologia estrutural. No entanto, é no Mercado do Peixe que se observam algumas patologias ao nível das lajes, mais concretamente nas que se encontram sobre-elevadas e que diferenciam o espaço de circulação das bancas de venda, que apresentam em alguns dos casos fissuras de tamanho razoável.

Na cobertura do edifício é visível algum nível de degradação no que diz respeito aos materiais que a constituem, nomeadamente as placas de policarbonato e de fibrocimento. No entanto, a estrutura metálica da cobertura encontra-se em bom estado de conservação. Na laje de cobertura das lojas não se identificam quaisquer anomalias estruturais, apresentando em alguns dos casos a existência de humidade, danificando apenas os materiais de acabamento.

Zona	Elemento de construção	Patologia diagnosticada	Estado de conservação
(geral)	Paredes exteriores	Fissuras superficiais	Razoável
(geral)	Paredes interiores	Fissuras superficiais	Bom
Mercado de produtos variados	Muro separação das bancas	Fissuras superficiais e profundas	Mau
Lojas e Mercado de produtos variados	Lajes de pavimento	-	Bom
Mercado do peixe	Lajes de pavimento	Fissuras profundas	Mau
Mercado do Peixe e Mercado de produtos variados	Cobertura	Degradação dos materiais de construção	Razoável
Lojas	Laje de cobertura	Infiltração de água	Razoável

Tabela 5 - Patologias diagnosticadas nos elementos de construção primários.



Figura 53 - Patologias diagnosticadas nos muros de separação do Mercado de produtos variados.

Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré



Figura 54 - Patologias diagnosticadas nas lajes de pavimento do Mercado de Peixe.



Figura 55 - Patologias diagnosticadas nos materiais constituintes da cobertura.



Figura 56 - Patologias diagnosticadas nas paredes interiores.

Dos elementos de construção secundários entendem-se as janelas interiores e exteriores, as portas exteriores e interiores, as montras, as guardas e os lanternins. As janelas são na sua totalidade de aro em madeira, mostrando sinais de desgaste, bem como as portas exteriores e as montras das lojas. As portas interiores, isto é, as pertencentes às lojas, são metálicas e apresentam igualmente sinais de desgaste.

As guardas, apenas presentes junto às escadas e à rampa, encontram-se em bom estado de conservação uma vez que são de aplicação recente. Os lanternins, presentes na cobertura do edifício, são em policarbonato e encontram-se em mau estado de conservação, apresentando descoloração e alteração das propriedades físicas iniciais.

Zona	Elemento de construção	Patologia diagnosticada	Estado de conservação
Lojas	Janelas interiores e exteriores	Descasque de tinta; envelhecimento da madeira	Razoável
Lojas	Portas interiores e exteriores	Descasque de tinta; envelhecimento da madeira	Razoável
Transição entre Mercado do Peixe e Mercado produtos variados	Guardas Metálicas	-	Bom
Cobertura	Lanternins	Descoloração; deterioração	Mau

Tabela 6 - Patologias diagnosticadas nos elementos de construção secundários



Figura 57 - Patologias diagnosticadas nas portas e janelas interiores.



Figura 58 - Patologias diagnosticadas nas janelas e fissuras nas paredes exteriores.



Figura 59 - Patologias diagnosticadas nas superfícies.

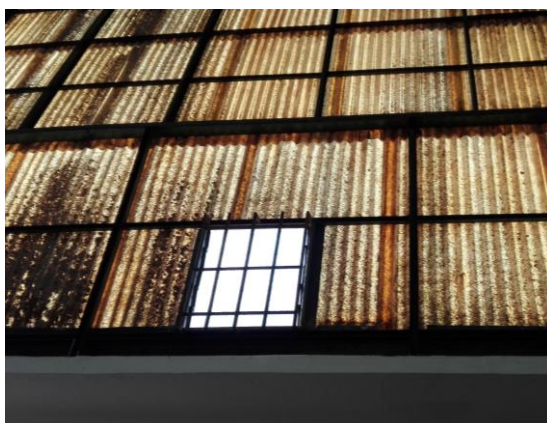


Figura 60 - Patologias diagnosticadas na estrutura da cobertura e queda de ladrilhos.

Por fim, os acabamentos, que se dividem em acabamentos exteriores em paredes, acabamentos interiores em paredes, acabamentos interiores em tetos e acabamentos em pavimentos.

A nível de acabamento exterior e interior em paredes, pode afirmar-se o seu razoável estado de conservação, observando-se ocasionalmente pequenas fissuras sendo que as mesmas foram recentemente revestidas com tinta plástica de cor branco e cinza. Nas zonas revestidas a cerâmico de cor verde é possível observar fissuras e em alguns casos a queda do mesmo material, ocorrendo a formação de sujidade.

De acordo com os acabamentos interiores em tetos, ressalta a inexistência de quaisquer tetos falsos, sendo o acabamento feito apenas a reboco de cor branco, que se encontra em razoável estado de conservação excetuando algumas zonas onde é evidente a infiltração de humidade.

Os acabamentos em pisos são os que indicam pior estado de conservação. O pavimento interior das lojas encontra-se desgastado e descolorado em algumas zonas, fruto do uso ao longo dos anos de funcionamento do edifício. Relativamente ao pavimento na zona central junto às bancas de venda, quer de fruto-hortícolas quer do peixe, pode afirmar-se desadequado ao tipo de edifício pelos baixos-relevos que apresenta e que permitem a deposição de sujidade, pelo que necessitam de substituição. Em algumas zonas também se verifica a sua deterioração e a presença de fissuras.

Zona	Elemento de construção	Patologia diagnosticada	Estado de conservação
(geral)	Paredes exteriores e interiores	Fissuras; queda dos ladrilhos; formação de sujidade; quebra nas pedras naturais	Razoável
Lojas	Acabamentos interiores em tetos	Descasque de tinta; humidade	Razoável
(geral)	Pavimentos	Desgaste; descoloração; fissuras; deterioração avançada e deposição de sujidade	Mau

Tabela 7 - Patologias diagnosticadas nos acabamentos.

#### **4.1.4. Considerações finais**

Após uma análise mais cuidada aos elementos estruturais e constituintes do edifício, verifica-se que o mau estado de conservação atual se deve principalmente ao mau desempenho dos métodos construtivos, provocando a infiltração de água e humidade, bem como do simples desgaste que o mesmo tem vindo a sofrer ao longo dos anos.

As paredes exteriores e interiores encontram-se em bom estado de conservação sendo que a sua maior parte poderá ser mantida, apesar de se verificarem algumas anomalias no que diz respeito ao seu alinhamento, isto é, não se apresentam totalmente ortogonais entre si - salientam-se, assim, alguns defeitos construtivos fruto do método de construção. Quanto aos elementos estruturais que constituem as lajes de pavimento e as lajes de cobertura pode afirmar-se o seu bom estado de conservação, podendo ser mantidos, sendo apenas necessário a substituição ou recuperação dos revestimentos.

Considera-se, ainda, a inadequada seleção de materiais e conseqüente deposição de sujidade e desgaste dos materiais de revestimento, que deveriam ter sido substituídos ou recuperados ao longo dos anos. No entanto, o espaço não se encontra suficientemente higienizado, provocando mau cheiro e dando um aspeto sujo e desorganizado aos espaços constituintes do edifício.

A degradação dos materiais constituintes da cobertura considera-se resultante das ações naturais (variações de temperatura, de radiação solar, do vento - pressão, abrasão e vibração -, presença de água - chuva, humidade do solo -, entre outros) a que os mesmos se encontram expostos e que posteriormente provocam alterações físicas.

No que diz respeito aos elementos exteriores, nota-se um maior cuidado a nível de recuperação dos seus componentes ao longo dos anos, sabendo-se que todo o edifício foi recentemente pintado. Apenas a cobertura se mantém sem qualquer alteração desde que foi erguida, excetuando-se a troca esporádica de uma ou outra placa de policarbonato ou de fibrocimento.



## **PARTE II**

### **PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO**



## **5. SOBRE A PROPOSTA**

O presente capítulo pretende descrever e justificar a proposta para a requalificação do Mercado Municipal da Nazaré, expondo um conjunto de intenções e opções tomadas na definição de uma estratégia inicial que veio a alterar não só a tipologia do edifício, mas também o modo como o próprio se organiza e adapta às necessidades atuais da sociedade em que se insere.

A proposta de intervenção procura atingir um público-alvo específico: a população em geral, ajustada a um quotidiano muito próprio relacionado com a prática da pesca e da exploração agrícola, bem como os turistas, cada vez mais importantes para a Vila.

Assim, pretende-se que o mesmo se converta num distintivo arquitetónico e referência da regeneração urbana na Vila da Nazaré, uma simbiose entre o existente e o novo, reativando a arquitetura existente e ao mesmo tempo projetá-la para o futuro. Isto é conseguido através da projeção de espaços adaptáveis aos registos do momento, dotando-os de dinamismo e flexibilidade.

Por este motivo, o programa proposto para o edifício desdobra-se em duas vertentes particulares: uma comercial e outra cultural. A vertente comercial diz respeito à própria função de Mercado, mantendo os espaços de venda de produtos alimentares frescos que abastecem não só a população da Vila como das proximidades, tratando-se de um espaço bastante frequentado. Por outro lado, desempenhar um papel fundamental a nível cultural através da construção de um Museu da Pesca, equipamento até então inexistente na Vila, que permita a divulgação e preservação da identidade, modos de vida e costumes de um povo tão particular. Entende-se, portanto, como um equipamento detentor de forte potencial não só turístico, mas também educacional.

## 5.1. Conceito

O conceito traduz-se num conjunto de intenções que pretendem trazer coerência a todo o conjunto edificado, isto é, uma arquitetura nova que procura os seus fundamentos na experiência do existente, na consideração da memória histórica do edifício requalificado.

Deste modo, a proposta pretende relacionar diversos conceitos representativos do local e modos de vida da respetiva população como forma de compreensão dos espaços e, principalmente, dos elementos construtivos. Assim, apresentam-se os conceitos de PESCA, MAR, PEIXE, BARCOS e BARRACAS DA PRAIA, cuja essência e conteúdo visam potencializar os constituintes dos espaços arquitetónicos.

Ao conceito de PESCA se atribuem as texturas, as redes de pesca, as próprias técnicas a si associadas, que serão transmitidas através da materialização e conceção dos espaços, mais particularmente no espaço do Museu e respetivos acabamentos exteriores.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Por sua vez, o conceito de MAR que transmite a ideia de cor e de identidade, relacionado com o conceito de PEIXE, associando-se ao edifício ao nível das texturas, do formato associado às escamas que impulsionaram a criação de um elemento construtivo relevante no projeto.

De outro modo, o conceito de BARCO e respetivos elementos construtivos como a madeira que representa um papel particular na conceção de determinados espaços. As BARRACAS DA PRAIA e suas características quer visuais quer construtivas, desde as cores aos tecidos, no desenho e formalização dos módulos de venda de produtos frescos, elementos essenciais à organização e divisão dos espaços comerciais.

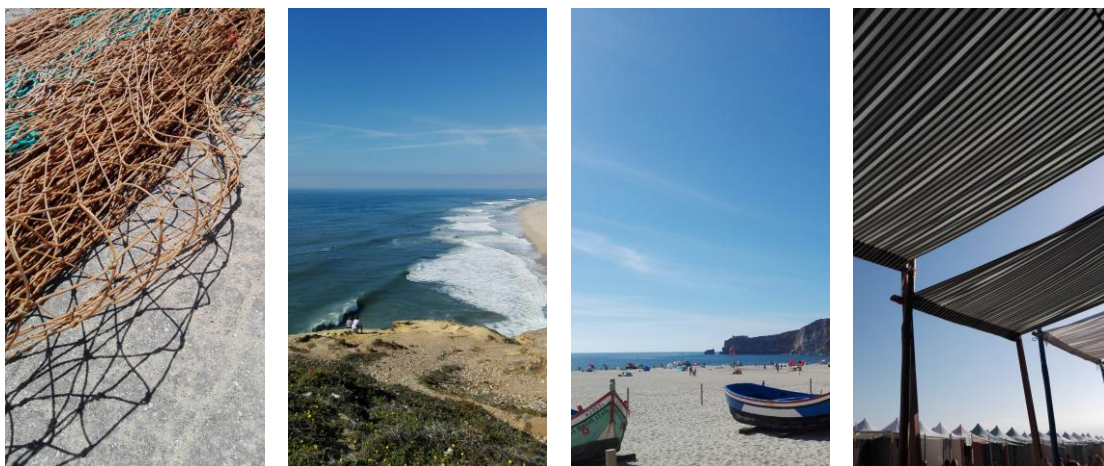


Figura 61 - Conceitos representativos do local.

## 5.2. Estratégias de Intervenção

### Estratégias Urbanas

A nível urbano, observa-se que o Mercado se situa junto a um eixo principal e a três secundários. Como estratégia de intervenção, propõe-se que o mesmo deixe de se entender como um volume encerrado pelos mesmos, de modo a passar a entender-se de forma desconfinada. Para tal, procedeu-se ao vínculo da Rua das Traineiras com a Avenida Vieira Guimarães, introduzindo nelas os acessos principais. Assim, as duas ruas interligam-se diagonalmente através do espaço interior do Mercado, um espaço central que se traduz numa grande praça coberta, reforçando a ideia de desconfinamento.

Apesar de os dois acessos serem ambos detentores de protagonismo, o acesso sul é o que se destaca ao nível da sua dimensão, devido ao facto de se localizar perto do novo edifício da Biblioteca Municipal da Nazaré. Entre os dois edifícios é possível observar um vazio urbano, muitas vezes utilizado para estacionamento, sem qualquer tipo de organização. Ao criar-se uma ligação entre os dois edifícios, pretende-se alertar para as falhas urbanísticas da Vila e

estimular a sua regeneração, sendo que poderia ser implantado neste vazio urbano um espaço verde e de lazer, praticamente inexistentes na Nazaré. Deste modo se pretende tornar os dois volumes em referências arquitetónicas da Vila e impulsores da regeneração urbana.

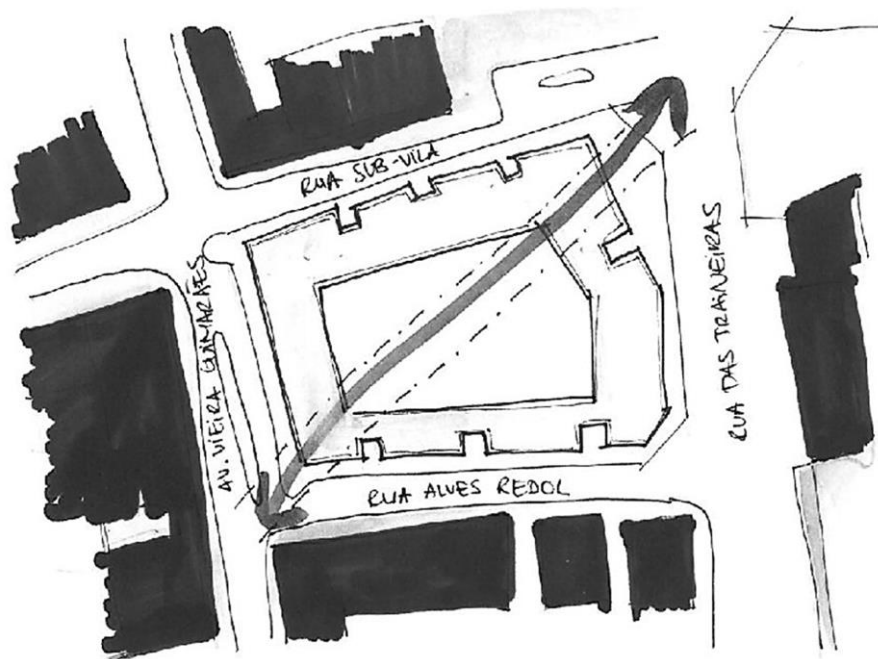


Figura 62 - Diagramas conceituais das estratégias urbanas.

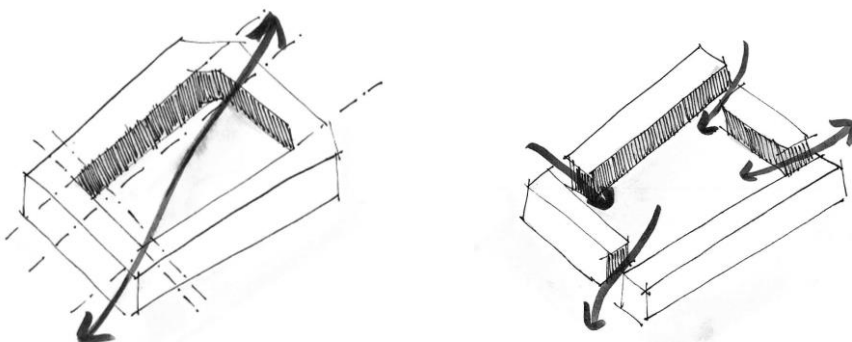


Figura 63 - Diagramas conceituais das estratégias de intervenção.

### Estratégias Funcionais

No que diz respeito às funções que o volume arquitetónico pretende albergar, definiu-se que as mesmas deveriam ser articuladas segundo duas cotas: a uma cota inferior, o Mercado, virado e orientado para si mesmo; e a uma cota superior, o Museu da Pesca, e que estabelece relação com o espaço exterior. Assim, observa-se uma execução volumétrica simples e clara, isto é, uma estrutura existente, fechada e dura, e uma estrutura acrescentada, clara e transparente.

Apesar de a cobertura existente ter sido demolida tendo em conta o seu estado de degradação, os pilares e as treliças metálicas que a sustentavam foram mantidos, não só por se encontrarem em boas condições de conservação, mas também como forma de manter alguma da identidade do edifício existente. Da mesma forma, se decidiu deixar à vista a estrutura metálica do piso a acrescentar, relacionando o passado com o presente, uma vez que a cobertura metálica ostentava bastante o espaço interior do Mercado.

De modo semelhante, se decidiu o uso do policarbonato alveolar como principal material de revestimento exterior do piso superior. A rematar o revestimento translúcido surge uma nova “pele”, metálica, que se adapta ao volume construtivo e que pretende uniformizar todas as situações de projeto. Como uma dupla fachada, protege os vãos em policarbonato da insolação direta, provocando um jogo de luz e sombras sobre uma tela de projeção, cuja forma se assemelha ao padrão de escamas dos peixes.

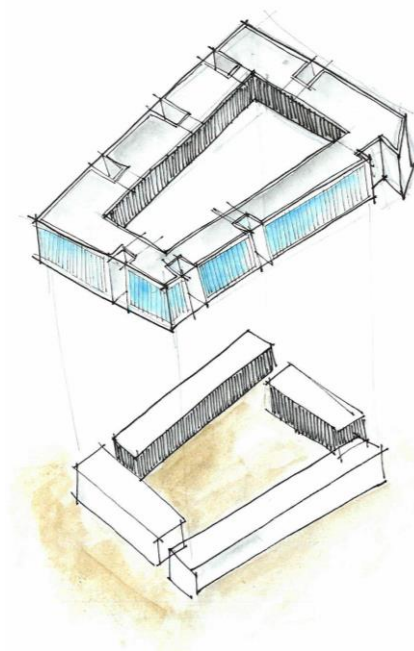


Figura 64 - Diagrama conceitual dos volumes arquitetónicos.

### 5.3. Distribuição Funcional

O edifício divide-se em duas partes de acordo com as funções espaciais, articuladas em dois níveis, compreendendo o programa do Mercado no piso térreo e o programa do Museu da Pesca no piso superior.

Assim, o programa do Mercado abrange os seguintes espaços: 18 lojas flexíveis e adaptáveis a diversas funções comerciais, sendo que quatro das mesmas se encontram equipadas com uma câmara frigorífica particular para responderem à função de Talho; o Mercado do Peixe, com bancas para venda de peixe seco e um módulo para venda de peixe fresco; o Mercado de produtos frescos variados; uma câmara frigorífica de peixe e outra destinada a hortícolas e frutícolas e respetivo *hall* de distribuição; duas áreas técnicas e antecâmara de acesso às mesmas; uma sala de arrumos; a secretaria; o gabinete de vigilância; quatro acessos, sendo o principal de maior dimensão para responder às mais diversas situações e que facilite a fluidez de visitantes e usuários mas também a carga e descarga dos produtos ou qualquer outro tipo de mercadorias; a galeria porticada responsável pela distribuição espacial entre as diversas zonas comerciais; e, por fim, as instalações sanitárias públicas, dividindo-se em instalações sanitárias públicas femininas, instalações sanitárias públicas masculinas, instalação sanitária pública para pessoas de mobilidade reduzida, uma pequena sala de arrumos e respetivo corredor de distribuição.

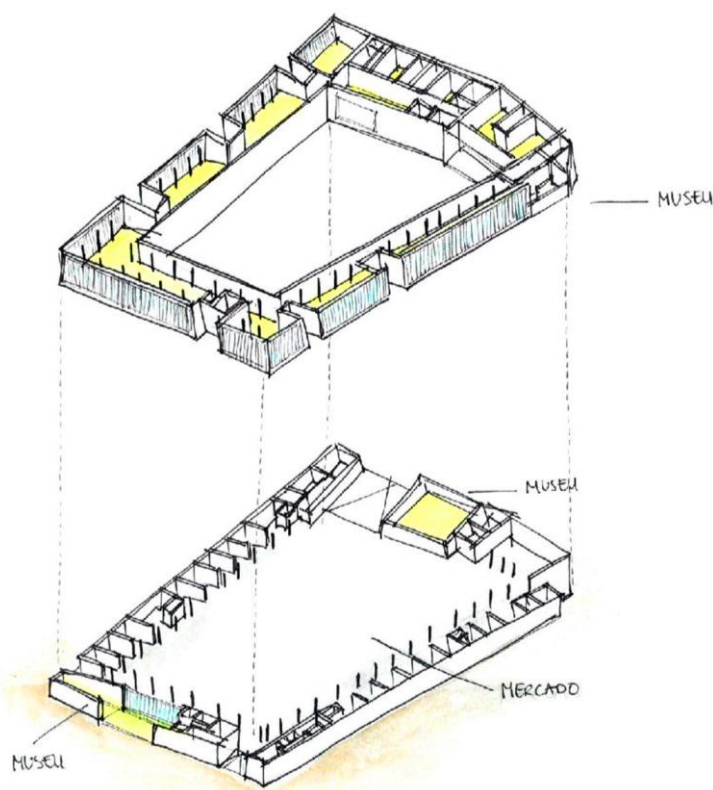


Figura 65 - Esquema conceptual da distribuição funcional do edifício.

Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Divisão	Área (m <sup>2</sup> )
18 lojas (inclui 4 talhos)	325,31
Mercado do Peixe	208,00
Mercado de Produtos Frescos	1 979,34
Câmara frigorífica do peixe	24,69
Câmara frigorífica hortícolas/frutícolas	19,33
<i>Hall</i> câmaras frigoríficas	8,67
Área técnica 1	47,71
Área técnica 2	25,76
<i>Hall</i> áreas técnicas	2,84
Arrumos	2,95
Secretaria	11,09
Gabinete Vigilância	5,75
Acessos	158,38
Galeria de circulação	460,14
I.S. públicas femininas	17,20
I.S. públicas masculinas	16,61
I.S. públicas para mobilidade reduzida	5,58
Arrumos I.S. públicas	2,08
<i>Hall</i> I.S. públicas	12,21
<b>Total área útil do Mercado</b>	<b>3 333,64</b>

Tabela 8 - Contabilização da área útil do Mercado.

Por sua vez, o programa do Museu da Pesca divide-se em dois pisos, sendo que o piso térreo inclui os seguintes espaços: o duplo *hall* de entrada; o átrio/recepção onde se configura o acesso vertical ao piso superior; a loja do Museu; o bengaleiro; o elevador; o corredor e distribuição espacial que dá acesso às instalações sanitárias principais do Museu; as instalações sanitárias masculinas; as instalações sanitárias femininas; as instalações sanitárias para pessoas de mobilidade reduzida; a zona de cargas e descargas, respetivo acesso vertical e plataforma de elevação; e o acesso vertical exterior, constituindo o acesso secundário ao Museu.

Divisão	Área (m <sup>2</sup> )
Duplo <i>hall</i> de entrada	3,65
Átrio/receção	88,29
Loja do Museu	28,01
Bengaleiro	5,68
Elevador	1,96
Corredor de distribuição	10,33
I.S. masculinas	10,80
I.S. femininas	9,21
I.S. mobilidade reduzida	6,57
Cargas e descargas	127,52
Acesso secundário exterior	17,08
Total área útil do Museu Piso 0	309,01

Tabela 9 - Contabilização da área útil do Museu - Piso 0.

No que diz ao piso superior, o programa abrange os seguintes espaços: as cinco galerias de exposição, sendo uma das galerias destinada a exposições temporárias e as restantes quatro a exposições permanentes; o gabinete do Diretor do Museu; a sala audiovisual, compreendendo uma componente multifuncional; o auditório; a sala de projeção respetiva ao auditório; o átrio de receção ao auditório, às instalações secundárias do Museu e zona de oficinas de restauro; as instalações sanitárias secundárias do Museu, de apoio ao auditório, que se dividem em instalações sanitárias masculinas, femininas e para pessoas de mobilidade reduzida e respetivo corredor de distribuição; o armazém de reserva e acondicionamento de bens culturais; a sala de arquivo; a sala de reuniões; a sala dos funcionários e copa; os balneários para uso dos funcionários do Museu e das oficinas de restauro, dividindo-se entre balneários femininos e balneários masculinos; a sala de arrumos; a duas oficinas de restauro, respetivo corredor de distribuição e arrumos; o átrio que permite a ligação entre as galerias de exposição e as oficinas de restauro, permitindo a passagem de peças expositivas; a receção e sala de organização de eventos; a central de vigilância; a saída de emergência; e os pátios exteriores, quatro inacessíveis e um acessível, junto à sala dos funcionários e à sala de reuniões.

Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

Divisão	Área (m <sup>2</sup> )
Galerias exposição temporária e permanente	1100,66
Gabinete Diretor do Museu	17,97
Sala audiovisual	88,20
Auditório e sala projetor	107,08
Átrio receção ao auditório	98,41
I.S. masculinas	7,57
I.S. femininas	6,74
I.S. mobilidade reduzida	5,36
Corredor distribuição I.S.	9,07
Armazém	68,20
Arquivo	7,23
Sala de reuniões	22,67
Sala dos funcionários/copa	27,64
Balneários femininos	10,30
Balneários masculinos	10,30
Arrumos	7,64
Acesso vertical	15,54
Oficinas de restauro e arrumos	170,63
Corredor distribuição das oficinas	55,48
Átrio	34,90
Receção/organização de eventos	32,40
Central de vigilância	14,36
Saída de emergência	6,89
<b>Total área útil do Museu Piso 1</b>	<b>1 925,24</b>

Tabela 10 - Contabilização da área útil do Museu - Piso 1.

Ao Mercado corresponde uma área útil de 3 342,58 m<sup>2</sup> (tabela 8) e ao Museu da Pesca uma área útil de 2 234,25 m<sup>2</sup> (tabela 9 e tabela 10) o que perfaz um total de 5 576,83 m<sup>2</sup> de área útil total do conjunto edificado (tabela 11). Sendo que a área de implantação do edificado

proposto corresponde a 3 925,42 m<sup>2</sup> e o lote compreende uma área total de 4854,98 m<sup>2</sup>, conclui-se que 929,56 m<sup>2</sup> de área do lote se encontra desocupada.

Piso	Área útil do Mercado (m <sup>2</sup> )	Área útil do Museu (m <sup>2</sup> )
Piso 0	3 342,58	309,01
Piso 1	-	1 925,24
Total	3 342,58	2 234,25
	<b>Total área útil edificado</b>	<b>5 576,83</b>

Tabela 11 - Contabilização da área útil total do conjunto edificado.

### 5.3.1 Mercado

#### Acessos

O Mercado possui quatro acessos distintos, estando o principal e de maior dimensão virado a sul e constituindo-se por uma rampa com cerca de 8,5 m de largura e 13 m de comprimento e uma escadaria, vencendo um desnível de 1,6 m existente entre a Rua das Traineiras e a cota de soleira, a que se encontra o Mercado de produtos frescos.

O pavimento é realizado em calçada de modo a que se entenda uma continuidade do exterior para o interior do edifício, ligando os dois espaços. As paredes laterais são revestidas a placas cimentícias do tipo “Viroc” que assumem três tonalidades: azul celeste, azul cobalto e cinza betão. Do mesmo modo, o revestimento das paredes exteriores do piso do Mercado interliga-se com as paredes interiores do mesmo, havendo, uma vez mais, continuidade e ligação entre os dois espaços. Superiormente, o acesso é revestido a teto falso de grelhas metálicas deixando à vista, mas de forma inalcançável, as redes e instalações elétricas do edifício.

Junto à entrada do Museu da Pesca têm lugar dois acessos secundários, mais estreitos que o principal, sendo que o acesso situado a este é realizado através de uma pequena escadaria enquanto que o acesso a norte é realizado através de uma rampa que vence um desnível de cerca de 0,40 m. Do mesmo modo que no acesso principal, o pavimento é realizado em calçada e o revestimento das paredes a placas cimentícias do tipo “Viroc” de cor azul celeste, azul cobalto e cinza betão, havendo continuidade entre espaço exterior e interior. O teto falso é de grelhas metálicas deixando á vista as redes e instalações elétricas.

Por último, o acesso secundário a sul junto à Secretaria e ao Gabinete de Vigilância, observando-se os mesmos acabamentos que nos restantes acessos. Os portões são concebidos em aço inoxidável em cada um dos quatro acessos ao Mercado.

### **Mercado de produtos frescos**

O Mercado de produtos frescos compreende toda a área central do edifício, optando-se pelo revestimento da totalidade do pavimento existente por não se encontrar em boas condições de conservação. Assim, o pavimento existente em cerâmico de cor cinza foi revestido a cimento polido, de fácil limpeza e adaptabilidade, bem como o espaço que traduz a galeria porticada de circulação, havendo entre ambos uma calha de escoamento de água.

Como forma de organizar o espaço de venda procedeu-se à projeção de módulos de venda de dimensões diferentes que se adaptam aos diferentes alinhamentos do espaço sendo que os mesmos podem ser distribuídos de distintas formas e assim modificar a organização espacial. Cada um dos módulos se encontra organizado em torno de um plano central equipado com bancas de trabalho e lavatórios e delimitados por bancas de venda de produtos frescos variados, realizadas em madeira e revestidas a chapas de aço inoxidável. A área de venda encontra-se a uma cota superior da restante área de circulação do mercado de cerca de 15 cm e os acessos são realizados através de rampas, facilitando as cargas e descargas. O seu pavimento é realizado em flutuante de madeira.

O conceito que impulsionou a criação dos módulos de venda relaciona-se diretamente com as barracas da praia, típicas da praia da Nazaré, e que se traduz nos seus elementos construtivos e técnica de montagem. Assim, a estrutura é realizada em madeira e a sua cobertura em tecido, colorido e semelhante aos que revestem as barracas.

No entanto, o espaço foi pensado de modo a adaptar-se às mais diversas situações sendo possível o desmantelamento dos módulos de venda para que o mesmo se torne numa praça flexível e multifuncional.

### **Mercado do Peixe**

Com uma área total de 208 m<sup>2</sup>, o Mercado do Peixe apresenta duas zonas distintas de venda: um módulo de venda de peixe fresco, semelhante aos módulos de venda do Mercado de Produtos Frescos e uma banca para venda de peixe seco, iguaria tradicional da Vila. A nível estrutural são realizados a madeira e revestidos a chapa de aço inoxidável para garantir a sua fácil limpeza. As bancas de trabalho são equipadas com lavatórios e torneiras de bica extensível. O pavimento do módulo de venda de peixe é realizado em material cerâmico antiderrapante e de fácil limpeza, sendo o restante pavimento do mercado ladeado de calhas para o escoamento de água.

Quanto aos materiais de revestimento, as paredes são revestidas a cerâmico de cor branco, com dimensões correspondentes a 20x20 cm, e superiormente a teto falso de grelhas metálicas. O pavimento do espaço correspondente ao Mercado do Peixe é realizado em cimento polido de igual forma que no Mercado de Produtos Frescos.

### **Câmaras frigoríficas do peixe e hortícolas/frutícolas**

Através da introdução de duas câmaras frigoríficas, pretende-se atribuir ao Mercado uma zona onde os comerciantes possam manter os seus produtos refrigerados, apesar de na maioria dos casos os produtos permanecerem nas bancas de venda - à exceção do peixe fresco que é sempre acondicionado em local próprio.

As câmaras frigoríficas encontram-se precedidas por um *hall* de acesso restrito, cuja parede onde se configura o acesso é realizado em placas de policarbonato e estrutura metálica, permitindo uma relação indireta entre as câmaras frigoríficas e o Mercado do Peixe.

### **Lojas**

No que diz respeito à organização espacial das 18 lojas ressalta a intenção de as tornar flexíveis e adaptáveis aos diversos registos que as mesmas podem vir a solucionar, apresentando-se quatro soluções espaciais.

Em três soluções, o espaço é dotado de elementos móveis de arrumação e acondicionamento, bem como uma banca frontal de venda ao público. Os mesmos elementos móveis de arrumação assumem três configurações: no primeiro caso, verifica-se a existência de uma banca frontal de venda e de elementos móveis de arrumação numa das paredes laterais e na posterior, juntamente com uma bancada equipada com um lavatório de auxílio; no segundo caso, verifica-se igualmente a existência da banca frontal de venda e elementos móveis de arrumação numa das paredes laterais e na parede posterior; e no terceiro caso, uma banca frontal de venda e elementos de móveis de arrumação apenas na parede posterior.

Na quarta e última solução, apresenta-se a organização espacial para os quatro talhos, variando as dimensões entre si devido ao alinhamento dos pilares e paredes existentes, sendo que cada unidade detém uma câmara frigorífica particular. O espaço é dotado não só de elementos móveis de arrumação e de um lavatório, bem como de uma *vitrine* que difere de dimensão de talho para talho, consoante o seu comprimento.

O fecho destes espaços é efetuado através de uma grade de enrolar em madeira, permitindo a segurança dos mesmos. Em qualquer uma das quatro soluções espaciais, as lojas são revestidas em cerâmico de cor cinza claro, com dimensões correspondentes a 20x20 cm e superiormente a teto falso em gesso cartonado, de cor branco. Quanto ao pavimento, é importante referir que as três primeiras soluções descritas se encontram a uma cota superior em relação ao restante piso do Mercado de Produtos Frescos, cerca de 15 cm, sendo o seu acesso realizado através de uma rampa tendo em conta a necessidade de efetuar cargas e descargas. O pavimento é realizado a cerâmico de cor cinza claro, com dimensões correspondentes a 30x60 cm.

### **Secretaria, Gabinete de vigilância e arrumos**

Junto à entrada sudoeste do Mercado compartimentam-se a secretaria, com uma área total de 11,09 m<sup>2</sup>, o gabinete de vigilância, com uma área total de 5,75 m<sup>2</sup>, e os arrumos, por sua vez com uma área total de 2,95 m<sup>2</sup>. Estes espaços já se configuravam no projeto existente, tendo sido mantidos devido à sua importância no funcionamento do espaço e sua gestão, em local diferente, determinado através das estratégias de intervenção.

Quanto aos materiais de revestimento, as paredes são revestidas a reboco de cor branco, o pavimento a flutuante de madeira, com régua de 18 cm e o teto falso realizado a gesso cartonado de cor branco.

### **Área técnica**

Junto à entrada sul do Mercado têm lugar duas áreas técnicas precedidas por uma antecâmara e um corredor, cuja cota de acesso se situa ao mesmo nível que a galeria porticada de circulação. A primeira área técnica possui uma área total de 47,71 m<sup>2</sup> e a segunda cerca de 25,76 m<sup>2</sup>, destinadas às instalações de ar-condicionado, aquecimento e ventilação responsáveis pela climatização do edifício, com ligação à cobertura do edifício.

A nível de revestimentos, o pavimento é realizado em autonivelante cimentício e as paredes a reboco de cor branco, não se verificando a instalação de qualquer tipo de teto falso.

### **Instalações sanitárias públicas**

As instalações sanitárias passam a ocupar uma localização diferente da que assumiam no projeto existente, localizando-se junto ao acesso norte. Sem ligação direta ao Mercado, têm acesso a uma cota 0,60 m inferior à cota de soleira. Organiza-se segundo um corredor de distribuição funcional, sendo que do lado esquerdo se situam as instalações sanitárias femininas e do lado esquerdo as instalações masculinas, e ao centro as instalações sanitárias para pessoas de mobilidade reduzida e uma sala para arrumos.

A instalação sanitária pública é pavimentada na sua totalidade a cerâmico de cor cinza com dimensões correspondentes a 30x30 cm e as suas paredes revestidas a cerâmico de cor cinza com dimensões de 30x60 cm até uma altura de 1,5 m, sendo o restante acabamento realizado a reboco de cor branco. Apenas no corredor de distribuição se observa que o revestimento da parede junto aos dois acessos é realizado a placas cimentícias do tipo “Viroc” de cor azul celeste, azul cobalto e cinza betão, havendo continuidade entre espaço exterior e interior. As portas de acesso são de correr e ficam à face da parede exterior do edifício, também realizadas a placas cimentícias do tipo “Viroc” e uma vez fechadas completam a sequência do acabamento exterior do Mercado.

	Dimensão	Material	Cor
Lavatório	450x600x140 mm	Cerâmica	Branco
Sanita	620x360 mm	Cerâmica	Branco
Urinol	542x361 mm	Cerâmica	Branco
Sanita Mobil	690x360x885 mm	Cerâmica	Branco
Lavatório Mobil	640x550x170 mm	Cerâmica	Branco

Tabela 12 - Materiais utilizados nas instalações sanitárias públicas.

### 5.3.2. Museu da Pesca

#### Piso 0

##### Entrada principal do Museu da Pesca

O acesso principal do Museu da Pesca é realizado através de um *hall* duplo envidraçado que dá ligação ao átrio de receção do Museu e onde se configura o balcão de atendimento aos visitantes e respetivo bengaleiro de acesso restrito ao público. Na extremidade este do corpo, tem lugar a loja do Museu da Pesca junto à qual tem arranque a escadaria de acesso ao piso superior e que se configura como um elemento escultural e caracterizador do espaço. A escada é metálica, de cor branco.

O átrio de receção é composto por um vão envidraçado orientado a norte para a Avenida Vieira Guimarães e por outro vão realizado a placas de policarbonato que permite uma ligação visual com o Mercado. A este, na loja do Museu, tem lugar um outro vão relacionando o espaço com a Rua Sub-Vila.

Junto ao elevador configura-se o corredor de serviço para as instalações sanitárias principais do Museu. A nível de acabamentos, as paredes são revestidas na totalidade a reboco de cor branco, excetuando-se as instalações sanitárias masculinas, femininas e para mobilidade reduzida, cujo acabamento é realizado a cerâmico de cor cinza, de dimensão 30x60 cm. A loja do Museu, o *hall* duplo, o átrio de receção e o corredor de serviço é pavimentado a microcimento de cor cinza, enquanto que o bengaleiro é pavimentado a cerâmico de cor cinza de 30x30 cm de dimensão e as instalações sanitárias a cerâmico de cor cinza de 30x60 cm de dimensão. O teto falso é em gesso cartonado de cor branco em todos os espaços do corpo de entrada do Museu, excetuando-se as instalações sanitárias em que é realizado a gesso cartonado hidrófugo, também de cor branco.

	Dimensão	Material	Cor
Lavatório	400x400x140 mm	Cerâmica	Branco
Sanita	545x360x400 mm	Cerâmica	Branco
Urinol	542x361 mm	Cerâmica	Branco
Sanita Mobil	690x360x885 mm	Cerâmica	Branco
Lavatório Mobil	640x550x170 mm	Cerâmica	Branco

Tabela 13 - Materiais utilizados nas instalações sanitárias do Museu.

### **Cargas e descargas**

A zona de cargas e descargas do Museu possui uma área útil total de 127,52 m<sup>2</sup> e situa-se no alçado sul do edifício junto à Rua das Traineiras, devido à largura da via que facilita as cargas e descargas de bens culturais. O acesso a esta divisão pode ser efetuado através da cota de pavimento do Mercado de Produtos Frescos com recurso ao elevador de acesso restrito ao público em geral. Os bens culturais são transportados para o piso superior através de uma plataforma elevatória.

O portão de entrada ao espaço de cargas e descargas é do tipo basculante e revestido exteriormente por placas cimentícias do tipo “Viroc” que uma vez fechado completa a sequência do acabamento exterior do Mercado.

### **Acesso secundário exterior**

No alçado oeste tem lugar o acesso secundário ao Museu com ligação direta ao átrio e à receção e sala de organização de eventos. O acesso foi projetado para os funcionários do Museu e para o público em geral, servindo de entrada mais direta aos espaços organizados a sul do edifício.

### **Piso 1**

#### **Galerias de exposição**

No piso superior do Museu situam-se as cinco galerias de exposição, sendo uma das galerias destinada a exposições temporárias e as restantes quatro a exposições permanentes. A galeria de exposição temporária situa-se próxima da escadaria de acesso sendo delimitas entre si

através de uma guarda realizada em cordas de sisal, desde o pavimento até ao teto falso. O uso das cordas de sisal encontra-se associado à prática da pesca e às redes de pesca, trazendo para a conceção do espaço elementos representativos da localidade.

As restantes galerias de exposição destinam-se a receber as exposições permanentes, desde embarcações tradicionais a redes de pesca, murais explicativos das técnicas tradicionais usadas pelos pescadores nazarenos e história da identidade piscatória da Vila. As galerias são separadas entre si por pátios inacessíveis que marcam visualmente os alçados do edifício e dividem-se tematicamente da seguinte forma: a Galeria da Pesca; a Galeria das Embarcações; a Galeria das Redes; e a Galeria do Peixe.

As galerias de exposição são pavimentadas a microcimento de cor cinza, as paredes revestidas a reboco de cor branco, os vãos realizados a placas de policarbonato alveolar de acabamento fosco e os pilares metálicos deixados à vista. O teto falso é realizado em gesso cartonado de cor branco, que sustenta o sistema de iluminação com projetores de calha.

#### **Gabinete do Diretor do Museu e Sala Audiovisual**

Junto ao elevador situa-se o gabinete do Diretor do Museu, com ligação adjacente aos espaços de exposição, numa atitude de proximidade aos visitantes. O seu pavimento difere em relação às galerias de exposição, sendo realizado a flutuante em madeira com régua de 18 cm e teto falso realizado a gesso cartonado de cor branco.

Entre o gabinete do Diretor do Museu e a Galeria da Pesca situa-se a Sala Audiovisual, que assume um carácter multifuncional, podendo receber as mais variadas atividades. Nela poderão ser projetados documentários ou filmes relacionados com a prática da pesca local, podendo ser fechada do restante espaço através da porta de correr e escurecida através das cortinas de alta densidade instaladas junto aos vãos.

A Sala Audiovisual é ainda equipada com bancos corridos realizados a madeira de pinho que possibilitam comodidade aos visitantes. O pavimento é realizado a microcimento de cor cinza, as paredes revestidas a reboco de cor branco, os vãos realizados a placas de policarbonato alveolar de acabamento fosco e os pilares metálicos à vista, do mesmo modo que nas galerias de exposição.

#### **Auditório e instalações sanitárias de apoio**

O auditório surge como remate às galerias de exposição, sendo que entre os dois espaços se configura a saída de emergência. O auditório, que comunica com as galerias de exposição através de um vão envidraçado, funciona em rampa tornando o espaço acessível na sua totalidade e deste modo marcar a sua posição no alçado este.

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

As paredes são revestidas a folhas de aglomerado de cortiça expandida e rematadas a ripas de madeira, incluindo a parede divisória que separa o espaço do auditório da sala de projeção. O vão orientado a este é concebido a placas de policarbonato alveolar de acabamento fosco com instalação de cortinas de alta densidade. O pavimento é realizado a flutuante em madeira com régua de 18 cm e teto falso acústico.

As instalações sanitárias de apoio ao Auditório têm acesso através de um átrio, organizando-se segundo um corredor de distribuição. Os seus acabamentos são iguais às instalações sanitárias principais do Museu.

	Dimensão	Material	Cor
Lavatório	400x400x140 mm	Cerâmica	Branco
Sanita	545x360x400 mm	Cerâmica	Branco
Urinol	542x361 mm	Cerâmica	Branco
Sanita Mobil	690x360x885 mm	Cerâmica	Branco
Lavatório Mobil	640x550x170 mm	Cerâmica	Branco

Tabela 14 - Materiais utilizados nas instalações sanitárias de apoio ao Auditório.

### Átrio de receção ao Auditório e Oficinas de Restauro

O átrio de receção ao Auditório e Oficinas de Restauro tem uma área total de 98,41 m<sup>2</sup> e resolve a distribuição funcional entre diversos espaços tais como a transição entre as galerias de exposição e o auditório, as instalações sanitárias de apoio ao auditório, o armazém de reserva de bens culturais, zona de cargas e descargas de bens culturais através da plataforma elevatória, o acesso vertical, o acesso à sala de reuniões, à sala dos funcionários e aos arrumos.

De modo a criar uma ligação entre este espaço e o Mercado decidiu-se a colocação de um espaço interno que permite a visualização direta para a zona do Mercado de Produtos Frescos e para a rampa principal de acesso ao edifício. Assim, além de organizar o espaço a nível de distribuição funcional também permite a criação de um elemento de interesse visual. O pátio é delimitado por um vão envidraçado e por guardas metálicas.

O seu pavimento é realizado em microcimento de cor cinza de forma a manter uma continuidade entre o átrio e as galerias de exposição. As paredes são revestidas a reboco de cor branco e o teto falso realizado a gesso cartonado.

### **Armazém, sala de reuniões, arquivo, sala dos funcionários e arrumos**

O armazém de reserva e acondicionamento de bens culturais compreende uma área total de 68,20 m<sup>2</sup>, não possuindo iluminação natural. O pavimento é contínuo do tipo “Epoxy” de cor branco e paredes revestidas a reboco de cor branco. Não apresenta teto falso compreendendo um pé direito de 5 m, facilitando o acondicionamento de bens.

Junto ao mesmo, a sala de reuniões com ligação direta a um pátio exterior acessível através do vão envidraçado orientado a oeste. Este espaço dá acesso ao arquivo de documentação. No que diz respeito aos acabamentos, as paredes são revestidas a reboco de cor branco, o teto falso realizado a gesso cartonado de cor branco, diferindo ao nível dos pavimentos uma vez na sala de reuniões o mesmo é realizado a flutuante em madeira e no arquivo a cerâmico de cor cinza de 30x30 cm de dimensão.

A sala dos funcionários e copa comunica com o pátio exterior acessível através do vão envidraçado orientado a este e dá acesso aos balneários de apoio às oficinas de restauro. Representa um espaço de descanso destinado aos funcionários do Museu. O pavimento da sala e copa é realizado a flutuante em madeira de régua de 18 cm, as paredes revestidas a reboco de cor branco e o teto falso a gesso cartonado. Por sua vez, o pavimento dos balneários a cerâmico de cor cinza de 30x30 cm de dimensão, as paredes a cerâmico de cor cinza de 30x60 cm de dimensão e o teto falso a gesso cartonado hidrófugo. Os arrumos compreendem uma área total de 7,64 m<sup>2</sup> e acabamentos iguais à sala de arquivo.

### **Oficinas de restauro**

As duas oficinas de restauro têm como objetivo não só recuperar os bens culturais a expor no Museu, mais precisamente as embarcações tradicionais<sup>47</sup>, bem como a recuperação de peças de outras instituições ou entidades. O espaço destinado ao arrumo de ferramentas e materiais das oficinas é delimitado por uma estrutura metálica revestida a placas de policarbonato alveolar e faz a separação entre as duas oficinas.

As portas de harmónio em madeira permitem o fecho das oficinas do corredor de serviço, caso seja necessário devido ao tipo de trabalho nelas a realizar. O pavimento das oficinas e corredor de serviço é contínuo do tipo “Epoxy” de cor branco e o rodapé em alumínio acetinado. As paredes são revestidas a reboco de cor branco e o teto falso realizado a gesso

---

<sup>47</sup> Atualmente encontram-se ao abandono no porto de abrigo dezenas de embarcações de relevo para a identidade da Nazaré e intrinsecamente ligadas à sua história, como o caso da Barca Salva-vidas, responsável pelo resgate de inúmeros pescadores e que, como tal, merece ser preservada.

cartonado de cor branco. O espaço tem ligação ao exterior através dos vãos envidraçados que permitem a ventilação e a iluminação natural, bem como ao Mercado através de um pátio interno semelhante ao que se configura no átrio de receção ao auditório.

#### **Central de vigilância, receção das oficinas de restauro e de organização de eventos**

Junto ao acesso exterior secundário do Museu configura-se o átrio que permite a passagem das peças expositivas entre as oficinas de restauro e as galerias de exposição, dando ainda ligação à central de vigilância e à receção e sala de organização de eventos. A central de vigilância torna-se o espaço responsável pelos conteúdos informáticos e multimédia do Museu, bem como da segurança do respetivo acervo e segurança física dos visitantes.

A receção e a sala de organização de eventos pretendem receber as entidades que se desloquem ao espaço para usufruir dos seus serviços e ainda a preparação de eventos, como o caso de conferências ou outras atividades lúdicas que venham a realizar-se no edifício. O pavimento do respetivo átrio é contínuo do tipo “Epoxy” e nas restantes divisões concebido a flutuante em madeira de régua de 18 cm, paredes revestidas a reboco de cor branco e teto falso a gesso cartonado de cor branco.

## **5.4. Materialização**

### **Sistema estrutural**

As paredes estruturais do conjunto edificado são concebidas a betão armado, situando-se junto aos acessos verticais e aos acessos horizontais do Mercado. As paredes existentes e que foram mantidas são em tijolo cerâmico e as restantes de blocos de betão 20 e 25 do tipo “Artebel”. Com o objetivo de reforçar a estrutura do piso térreo foram adicionados perfis metálicos UPN 400 fixos às paredes existentes e às novas através de ligação química, suportando o piso superior juntamente com perfis metálicos IPN 200 e IPN 400 que descarregam, por sua vez, nos pilares de betão armado situados nas paredes exteriores e nos pilares de betão armado que delimitam a galeria de circulação.

A laje de pavimento do piso superior é efetuada em *steel deck* de 15 cm de espessura, sendo que parte da mesma se encontra em consola, rematada através de perfis metálicos L 200 e perfis metálicos UPN 200. As paredes do piso superior são realizadas em betão armado, no que diz respeito às paredes estruturais, e em blocos de betão 20 do tipo “Artebel”.

### **Revestimento exterior e acabamentos**

As paredes exteriores do piso térreo são revestidas a placas cimentícias do tipo “Viroc”, que assumem três tonalidades distintas - azul celeste, azul cobalto e cinza betão - e que garantem o isolamento térmico. Quanto às paredes exteriores do piso superior, o seu

revestimento é efetuado através de uma camada de argamassa de reboco hidrofugada de cor branco, uma tela de fibra de vidro e isolamento de poliestireno expandido do tipo “Wallmate” de 8 cm de espessura. Fixa às paredes exteriores, configura-se a pele metálica.

As paredes exteriores do Gabinete do Diretor são revestidas a placas do tipo “Viroc” nas cores azul celeste, azul cobalto e cinza betão.

### Cobertura

A cobertura do Museu da Pesca é plana e realizada a laje *steel deck* de 15 cm de espessura, sustentada por perfis metálicos IPN 500 e UPN 200.

Uma vez que parte da estrutura metálica que suportava a cobertura do corpo existente foi mantida, a nova cobertura da zona central do Mercado sustenta-se sobre a mesma. Através das vigas longitudinais em madeira de pinho que se sustentam sobre as vigas metálicas transversais ergue-se a nova cobertura do Mercado, dotando o espaço de iluminação natural através do uso de placas de policarbonato alveolar. O uso da madeira de pinho como principal material de construção para a cobertura deve-se ao fato de esta ser a matéria-prima através da qual se produziam as embarcações tradicionais de pesca, interligando o passado com o presente.

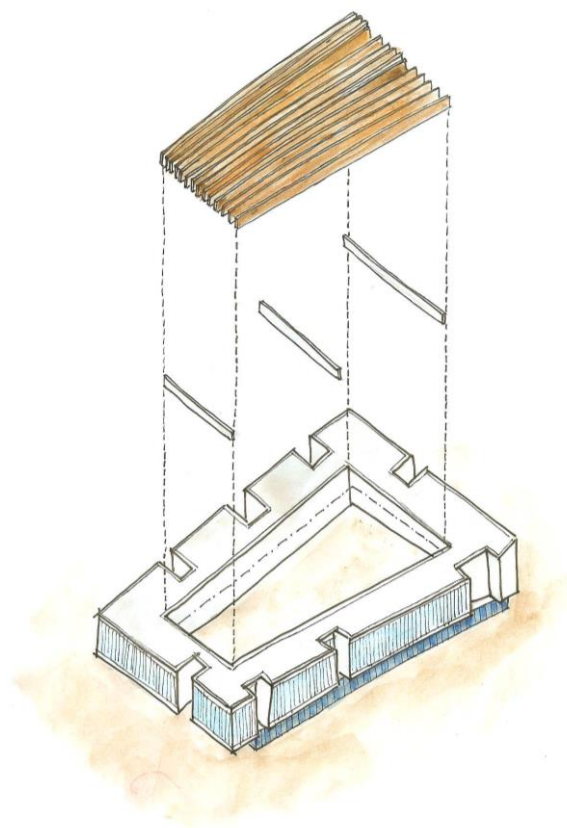


Figura 66 - Esquema conceptual da cobertura central do Mercado.

## **6. CONCLUSÃO**

Como ponto de partida para a realização da atual dissertação definiram-se estratégias e delinear-se objetivos, passando primeiramente pela perceção dos Mercados públicos como equipamentos impulsionadores da consolidação dos meios urbanos e ao entendimento da importância da sua permanência na urbe. Como analisado, eles representam muito mais do que construções históricas. São eles próprios palco da interação social, parte da memória coletiva de uma determinada sociedade, pelo que se ressalta a importância de manter estes valores.

Do mesmo modo, tornou-se necessário entender os fatores de desenvolvimento da Vila da Nazaré e das suas gentes, bem como a sua inevitável relação com o mar, principal fonte de abastecimento durante séculos e que veio a transformar e a desenhar a sua estrutura e consolidação urbana. Assim, procedeu-se a um estudo mais aprofundado acerca da sua trajetória histórica e acontecimentos que a tornaram tão peculiar como é hoje em dia, destacando-se os acontecimentos que levaram ao enraizamento da atividade piscatória na Vila, ao aparecimento do Mercado do peixe no areal da praia e posteriormente à edificação de um local destinado ao comércio local, ao qual se aplica o projeto proposto.

Tendo em vista a requalificação do atual Mercado Municipal da Nazaré, destaca-se a importância do comércio local, a sua privilegiada localização no centro histórico e as características simbólicas a si associadas como ponto de partida para manter a sua função enquanto equipamento público destinado ao abastecimento, ao encontro e ao convívio da população.

É então que surge a necessidade de definir uma estratégia através da qual o edifício ganhe destaque e se reintegre na dinâmica urbana, não sendo possível exigir que continue a competir com as novas formas de abastecimento. Tornou-se essencial, neste sentido, a pesquisa e a análise de diversos casos de estudo, entre os quais projetos clássicos e projetos atuais, que permitiram o entendimento dos espaços do Mercado e sua organização tipológica, e assim poder aplicar algum do seu conteúdo no desenvolvimento do trabalho.

Posteriormente, definiu-se que o edifício teria de se destacar, isto é, através de um processo de metamorfose, a proposta de requalificação procura uma possível adaptação e reintegração do edifício no ambiente urbano da Vila, reinterpretando os espaços já existentes.

Segundo Aldo Rossi (2001), *“(...) é provável que este valor da história, entendido como memória coletiva, portanto como relação da coletividade com o lugar e com a ideia deste, nos dê ou ajude a perceber o significado da estrutura urbana, da sua individualidade, da arquitetura da cidade que é a forma desta individualidade. (...) assim, a união entre o passado e o futuro está na própria ideia da cidade que a percorre, tal como a memória percorre a vida de uma pessoa, e que para se concretizar se deve sempre formalizar, mas também conformar com a realidade. E esta conformidade permanece nos seus factos*

*singulares, nos seus monumentos, na ideia que deles temos (sic)*<sup>48</sup>. Assim, revelou-se essencial ter em conta o facto de não se poder ignorar o passado de forma a responder às necessidades de um presente efémero, mas sim conjugar um conjunto de fatores responsáveis à manutenção da identidade do edifício. Deste modo se introduziu na proposta o programa do Museu da Pesca, aliado à reabilitação do espaço comercial.

A mudança do programa prevê a sua adaptabilidade à contemporaneidade, atribuindo-lhe uma função lúdica, educacional e turística, áreas cada vez mais em destaque, realçando-se pela diversidade, pela cultura própria e particular do lugar, em oposição à monofuncionalidade, ao vazio de identidade que muitas vezes caracteriza parte dos edifícios reabilitados.

Esta foi, sem dúvida, uma das aprendizagens retiradas durante o processo de desenvolvimento deste trabalho, a consciência em preservar a identidade própria dos espaços que, de certa forma, os transformaram em distintivos culturais e referências indispensáveis aos locais, como o caso do edifício em estudo. Destaca-se, de um modo mais particular, o papel enriquecedor que este trabalho desenvolveu na aquisição de novos conhecimentos e experiências, quer profissionais, quer pessoais, e que se assumem como resultado de todo o percurso académico da autora.

Por fim, a realização deste trabalho destaca a necessidade de se apostar na reabilitação urbana, intervencionando edifícios como o Mercado da Nazaré, restituindo-lhes um papel no presente, adequado às necessidades atuais. Os Mercados poderão vir a tornar-se elementos importantes na requalificação do espaço público e equipamentos dinamizadores dos meios urbanos, restando à sociedade atual o compromisso de assegurar a sua permanência nas nossas cidades.

---

<sup>48</sup> Aldo Rossi, *Op. cit.*, p.193.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros:

Almeida, G. (2001). *A arte romana: as origens da arte romana até ao final do império e o seu legado*. 1.ª Edição, Plátano Editora. Lisboa

Almeida, G. (2003). *A arte grega: a arte grega, a beleza na arte da Grécia clássica e a sua influência no ocidente*. 1.ª Edição, Plátano Editora. Lisboa

Almeida, N. F et al. (2014). *Mercado do bom sucesso*. 1.ª Edição, Caleidoscópico - Edição e Artes Gráficas, S.A. Casal de Cambra.

Brogger, J. (1992). *Pescadores e Pés-Calçados*. 1.ª Edição, Livraria SUSY. Nazaré.

Ceia, C. (2003). *Normas para apresentação de trabalhos científicos*. 4.ª Edição, Editorial Presença. Lisboa.

Didacta, Enciclopédia Temática Ilustrada. (1997). *História*. 1.ª Edição, F.G.P. Editora. Lisboa.

Freitas, V. P. (2012). *Manual de apoio ao projeto de reabilitação de edifícios antigos*. Região Norte da Ordem dos Engenheiros.

Gonçalves, I. (1989). *O Património do Mosteiro de Alcobaça nos séculos XIV e XV*. Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e humanas. Lisboa.

Grande Enciclopédia Universal. (2004). *Malaxar - Molada*. Vol. 13, tomo 13. 1.ª Edição, Editora Durclub, S.A.

Grande Enciclopédia Universal. (2004). *Geóide - Hokusail*. Vol. 10, tomo 10. 1.ª Edição, Editora Durclub, S.A.

Gressenbauer, G. e Haipl, M. (1993). *Nazaré, um estudo urbanístico*. 1.ª Edição, Academia de Belas Artes de Viena. Viena.

Guimarães, V. et al. (1913). *Nazareth: Portugal*. 1.ª Edição, Tipografia Freire. Nazaré.

Instituto dos Museus e da Conservação e Museu Dr. Joaquim Manso. (2010). *Nazaré, Memórias de uma paria de banhos*. 1.ª Edição, Museu Dr. Joaquim Manso. Nazaré.

Janson, H. W. (1989). *História da arte*. 4.ª Edição, Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.

Llera, R. R. (2006). *Breve história da arquitetura*. 1.ª Edição, Editorial Estampa. Lisboa

Monteiro, J. O. (1995). *Jornadas sobre cultura marítima*. 1.ª Edição, Câmara Municipal da Nazaré. Nazaré.

Mumford, L. (1998). *A Cidade na História: suas origens, transformações e perspectivas*. Editora Martins Fontes, São Paulo, Brasil.

Neves, J. M. (2004). *Cidades contemporâneas: Ponte de Lima*. José Guedes Cruz. 1.ª Edição, Caleidoscópio - Edição e Artes Gráficas, S.A. Casal de Cambra.

Nitsch, F. e Menzel, M. (1968). *Tiendas: centros comerciales, grandes almacenes - instalación y decoración*. 2.ª Edição, Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona.

Rossi, A. (2001). *A Arquitetura da cidade*. 2.ª edição, Edições Cosmos. Lisboa.

Távora, F. (1999). *Da organização do espaço*. 4.ª Edição, Faculdade de arquitetura do Porto. Porto.

#### Dissertações:

Branco, A. *A complementaridade entre Mercados e Logradouros como um meio de Revitalização urbana*. Dissertação para a obtenção do Grau de Mestre em Arquitetura com Especialização em Urbanismo. Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Lisboa, Agosto de 2014.

Rodrigues, A. *Proposta de Reabilitação de Habitação em Meio Meio Rural, Sítio da Mãe-de-Deus, Ilha da Madeira*. Dissertação para a obtenção do Grau de Mestre em Arquitetura. Universidade da Beira Interior. Covilhã, Fevereiro de 2016.

#### Revistas:

AA.VV. (2009). *Eduardo Souto de Moura, 2005-2009*. El Croquis n.º 146, Madrid, 2009;

GUÀRDIA, M. e OYÓN, J. L. *Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona*. Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, Vol. XII, nº 744, 25 de agosto de 2007;

AA.VV. (1998). *Museos de arte*. AV n.º 71, Arquitectura Viva SL. Madrid.

AA.VV. (2011). *Al Arquitectura Ibérica - n.º 36 Reabilitação rehabilitation*. Caleidoscópio - Edição e Artes gráficas, S.A. Casal de Cambra.

#### Fontes da Internet:

1. Wes, A., "Agricultural Revolution: AP European History Crash Course", 2016. [internet] Disponível em [https://www.albert.io/blog/wp-content/uploads/2016/06/British\\_agriculture\\_1860](https://www.albert.io/blog/wp-content/uploads/2016/06/British_agriculture_1860). [consultado a 05/02/2017];

## Proposta de Requalificação para o Mercado Municipal da Vila da Nazaré

2. Mariano, B., “*A Cultura da Ágora*”, 2011. [internet] Disponível em <http://agoratest.blogspot.pt>. [consultado a 05/02/2017];
3. Euclides, M., “*O Foro de Roma*”, 2014. [internet] Disponível em [http://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercado\\_de\\_Trajano\\_en\\_siglo\\_II\\_\(planta\\_prox.jpg\)](http://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Mercado_de_Trajano_en_siglo_II_(planta_prox.jpg)). [consultado em 05/02/2017];
4. Euclides, M., “*O Foro de Roma*”, 2014. [internet] Disponível em [http://www.urbipedia.org/images/3/33/Mercado\\_trajano.perspectiva.jpg](http://www.urbipedia.org/images/3/33/Mercado_trajano.perspectiva.jpg). [consultado em 05/02/2017];
5. Preziosi, A., “*A Turkish Bazaar*”, 2013. [internet] Disponível em [http://paintingandframe.com/uploadpi/amadeo\\_preziosi/big/\\_turkish\\_bazaar.jpg](http://paintingandframe.com/uploadpi/amadeo_preziosi/big/_turkish_bazaar.jpg). [consultado em 05/02/2017];
6. Godin, J., “*Wroclaw - Breslau, Polónia*”, 2006. [internet] Disponível em <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=417980>. [consultado em 05/02/2017];
7. Marois, N., “*Les Halles, du ventre de Paris à la Canopée*”, 2016. [internet] Disponível em <http://www.europe1.fr/societe/en-images-les-halles-du-ventre-de-paris-a-la-canopee-2710567>. [consultado em 05/02/2017];
8. Lobo, D., “*About Mercado do Bom Sucesso*”, 2014. [internet] Disponível em <http://uli.org/awards/mercado-bom-sucesso-2014-global-awards-excellence-finalist>. [consultado em 06/02/2017];
9. Sarmiento, P. “*Mercado do Bom Sucesso*”, 2009. [internet] Disponível em <http://www.pedrosarmiento.com/mercado-do-bom-sucesso.html>. [consultado em 06/02/2017];
10. Cordeiro, A., “*Mercado do Bom Sucesso ganha prémio de arquitetura em Nova Iorque*”, 2014. [internet] Disponível em <http://www.oeirascomhistoria.pt/mercado-bom-sucesso-ganha-premio-de-arquitectura-em-nova-iorque>. [consultado em 06/02/2017];
11. Cordeiro, A., “*Mercado do Bom Sucesso ganha prémio de arquitetura em Nova Iorque*”, 2014. [internet] Disponível em <http://www.maiahoje.pt/noticias/ler-noticia.php?noticia=359#.WJfg1PmLSM8>. [consultado em 06/02/2017];
12. Henriques, L., “*Mercado Municipal de Santa Maria da Feira*”, 2010. [internet] Disponível em [http://architectuul.com/architecture/view\\_image/market-of-santa-maria-da-feira/10690](http://architectuul.com/architecture/view_image/market-of-santa-maria-da-feira/10690). [consultado em 06/02/2017];

13. Henriques, L., “*Mercado Municipal de Santa Maria da Feira*”, 2010. [internet] Disponível em <http://hueandsaturation.tumblr.com/post/73198650956/municipal-market-santamaria-da-feira-1959>. [consultado em 06/07/2017];
14. Henriques, L., “*Mercado Municipal de Santa Maria da Feira*”, 2010. [internet] Disponível em <http://www.conarquitectura.com/ca42/content/ca42/pdf%20desc/CA2042%2011.pdf>. [consultado em 06/02/2017];
15. Philippe, M., “*Mercat Santa Caterina*”, 2016. [internet] Disponível em [http://barcelona.com/anuaire\\_barcelonemonument/marchesantacaterina\\_barcelone](http://barcelona.com/anuaire_barcelonemonument/marchesantacaterina_barcelone). [consultado em 06/02/2017];
16. Alfonso, L., “*Mercado de Santa Caterina en Barcelona*”, 2006. [internet] Disponível em <http://catarino.net/travel/spain/barcelona/travels-guide-el-born/>. [consultado em 07/02/2017];
17. Nifosi, L., “*Mercat de Santa Caterina*”, 2006. [internet] Disponível em <http://www.barcelona-access.com/files/5445-8091-Imagen/mercat-santa-catarina-arcelona-c1.jpg>. [consultado em 07/02/2017];
18. Lomholt, I., “*Santa Caterina Market Building: Barcelona*”, 2016. [internet] Disponível em <http://www.angred.mx/blog/2009/03/30/mercat-santa-caterina-programa/>. [consultado em 07/02/2017];
19. AA.VV, “*Visitar Portugal*”, 2014. [internet] Disponível em <http://www.visitarportugal.pt/distritos/d-leiria/d-leiria>. [consultado em 05/08/2016];
20. AA.VV, “*Visitar Portugal*”, 2014. [internet] Disponível em <http://www.visitarportugal.pt/distritos/d-leiria/c-nazare>. [consultado em 05/08/2016];

## **ANEXOS**

PEÇAS DESENHADAS DO PROJETO DE REQUALIFICAÇÃO PROPOSTO