



RECALCULANDO A ROÇA NA (DES)FRAGMENTAÇÃO GLOBAL PRODUTIVA

26 a 29 de novembro de 2025

Mercados Pluriculturais e Espaços de Integração Rural-Urbana: ausências e potencialidades no contexto capixaba

Pluricultural Markets and Rural-Urban Integration Spaces: absences and potentialities in the Espírito Santo state context

Mariana Dutra Rodrigues

Graduanda em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Espírito Santo

E-mail: mariana.d.rodrigues@edu.ufes.br

1 INTRODUÇÃO

Os mercados públicos têm desempenhado, historicamente, papel essencial na vida urbana, ultrapassando a função de simples abastecimento para se tornarem espaços de sociabilidade, identidade e memória coletiva. Esses equipamentos articulam dimensões culturais, econômicas e urbanísticas, funcionando como pontos de encontro entre diferentes grupos sociais e como expressão material da cultura local. Para Pereira, Kunz e Franco (2021), os mercados públicos configuram-se como patrimônios culturais que revelam modos de vida comunitários e práticas culturais que contribuem para a consolidação da identidade urbana. Na perspectiva de Gehl (2013), a vitalidade das cidades depende da existência de espaços que favoreçam a permanência, o encontro e a interação — princípios que se manifestam claramente nos mercados, onde a mistura de usos, sons e práticas cotidianas reforça o pertencimento e a vida pública ativa.

De modo semelhante, Lamas (2005) destaca que os mercados, desde sua origem nas cidades europeias, constituem infraestruturas urbanas fundamentais para o equilíbrio entre abastecimento, sociabilidade e economia local. Essa característica explica por que, no Brasil, cresce o interesse pela requalificação de mercados históricos, que passam a desempenhar também funções culturais, turísticas e gastronômicas, como ilustram o Mercado Central de Belo Horizonte e o Mercado Modelo de Salvador (Danielli & Mackmillan, 2018). Freire (2018) observa que essa transformação reflete uma mudança estrutural e simbólica: os mercados públicos deixaram de ser apenas centros de abastecimento de alimentos para se consolidarem como polos de convivência e de turismo gastronômico, expressando novas dinâmicas sociais e econômicas nas cidades.

No contexto capixaba, Botecchia, Peyneau e Bellini (2019) identificam que as tipologias dos mercados públicos em Vitória sofreram transformações significativas entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX, acompanhando as mudanças urbanas e as novas demandas sociais. Moya e Dias (2009) ressaltam, por exemplo, que o HortoMercado, originalmente voltado ao abastecimento, foi reativado e ressignificado como centro gastronômico e cultural, evidenciando seu papel social e econômico na cidade. Apesar disso, as autoras apontam limitações persistentes de infraestrutura e gestão, que dificultam o pleno atendimento às demandas culturais e sociais da população. Esse cenário indica que, embora os mercados de Vitória expressem forte valor simbólico e histórico, há um potencial ainda subutilizado de integração entre produção local, cultura e vida urbana.



RECALCULANDO A ROÇA NA (DES)FRAGMENTAÇÃO GLOBAL PRODUTIVA

26 a 29 de novembro de 2025

2 JUSTIFICATIVAS E OBJETIVOS

O estudo dos mercados públicos pluriculturais justifica-se pela relevância desses espaços como articuladores entre produção local, vida urbana e identidade cultural. Mais do que pontos de abastecimento, os mercados representam lugares de encontro, convivência e troca simbólica, onde se expressam práticas sociais, memórias coletivas e modos de vida. No entanto, em muitas cidades médias brasileiras, observa-se que esses equipamentos perderam parte de sua vitalidade social, seja pela falta de diversidade de usos, seja por modelos de gestão e implantação que não dialogam com as novas dinâmicas urbanas e culturais. Essa realidade evidencia a necessidade de compreender como determinadas experiências contribuíram para moldar o papel dos mercados na cidade contemporânea. Estudar casos de diferentes contextos, como o Mercado da Capixaba e o HortoMercado em Vitória, permite identificar acertos, fragilidades e aprendizados que podem orientar futuras concepções de projetos voltados à integração entre produção local, cultura e sociabilidade. O foco deste estudo é, portanto, analisar criticamente as trajetórias e resultados desses espaços, com o intuito de fornecer subsídios conceituais e projetuais para novas propostas de mercados urbanos que dialoguem com as especificidades locais e com as demandas contemporâneas.

O objetivo geral da pesquisa é investigar o potencial dos mercados públicos pluriculturais como espaços integradores entre rural e urbano, cultura e economia, tomando o contexto do Espírito Santo como referência central. De forma específica, busca-se analisar os elementos arquitetônicos, espaciais e de gestão que influenciam o êxito ou a limitação desses equipamentos; compreender de que forma as experiências capixabas se relacionam com práticas bem-sucedidas em outros contextos nacionais e internacionais; e refletir sobre como esses aprendizados podem fundamentar concepções futuras de mercados urbanos mais inclusivos, dinâmicos e culturalmente significativos. Assim, a investigação pretende compreender como os mercados capixabas dialogam com experiências de outras regiões e quais aprendizados podem orientar propostas projetuais contemporâneas mais adequadas às dinâmicas atuais das cidades médias, oferecendo subsídios para o desenvolvimento cultural, social e econômico por meio de equipamentos urbanos pluriculturais.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Os mercados públicos configuram-se como equipamentos urbanos que articulam dimensões econômicas, culturais e sociais, constituindo-se como espaços simbólicos de trocas materiais e imateriais. De acordo com Gehl (2013), a vitalidade urbana depende de lugares que estimulem o encontro e a permanência das pessoas — princípio que encontra nos mercados um de seus exemplos mais expressivos. Entretanto, o papel desses espaços ultrapassa a simples sociabilidade cotidiana: eles representam, segundo Danielli e Mackmillan (2018), uma tipologia urbana capaz de traduzir as dinâmicas sociais e econômicas de cada época, refletindo modos de vida, padrões de consumo e formas de interação coletiva.

Pintaudi (2006) destaca que os mercados sofreram sucessivas metamorfoses ao longo da história, acompanhando as transformações das cidades e suas demandas. Inicialmente vinculados ao abastecimento básico e à regulação sanitária, tornaram-se progressivamente espaços multifuncionais, integrando comércio, lazer, gastronomia e turismo. Essa ampliação de usos, conforme aponta Freire (2018), é uma resposta às novas demandas urbanas, nas quais o consumo cultural e a experiência social ganham centralidade.

Sob a ótica patrimonial e cultural, Pereira, Kunz e Franco (2021) enfatizam que os mercados devem ser reconhecidos como expressões da memória coletiva e da identidade local, pois guardam práticas e sociabilidades que atravessam gerações. Assim, a preservação ou reinterpretção desses espaços não se



RECALCULANDO A ROÇA NA (DES)FRAGMENTAÇÃO GLOBAL PRODUTIVA

26 a 29 de novembro de 2025

limita à conservação física, mas envolve o fortalecimento de vínculos simbólicos e de pertencimento.

No contexto capixaba, Botecchia, Peyneau e Bellini (2019) observam que os mercados de Vitória revelam fragilidades estruturais e funcionais que limitam sua atuação como polos de integração cultural e econômica. O estudo aponta a ausência de políticas contínuas de valorização e gestão, além da falta de estratégias que estimulem a diversidade de usos e a aproximação com a produção local. Já Moya e Dias (2009), ao analisarem o HortoMercado, identificam um movimento de ressignificação do espaço, que assume características mais voltadas à gastronomia e ao lazer, revelando a busca por novos modelos de vitalidade urbana, ainda que com desafios quanto à sua consolidação como equipamento cultural pleno.

Esses estudos permitem compreender que os mercados públicos, mais do que espaços de comércio, funcionam como mediadores entre o urbano e o rural, entre o cotidiano e o simbólico, entre tradição e contemporaneidade. A partir dessa base teórica, o presente trabalho busca discutir como os mercados pluriculturais podem se afirmar como espaços de identidade e convivência, explorando as potencialidades e lacunas existentes no contexto capixaba.

4 METODOLOGIA

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa de caráter teórico e documental, fundamentada na análise interpretativa de referências bibliográficas, estudos de caso e documentos institucionais relacionados aos mercados públicos. Essa escolha metodológica se justifica pela natureza exploratória do estudo, que busca compreender os mercados enquanto espaços de integração social, cultural e econômica, sem se restringir a intervenções projetuais ou levantamentos empíricos diretos.

O percurso metodológico envolve três etapas principais. A primeira consiste em uma revisão bibliográfica sobre a temática dos mercados públicos e pluriculturais, abordando sua evolução histórica, dimensões urbanas e socioculturais, além de contribuições teóricas de autores como Gehl (2013), Sennett (2018), Pintaudi (2006) e Pereira, Kunz e Franco (2021), entre outros. Essa etapa permite construir o arcabouço conceitual necessário para a leitura crítica dos casos analisados.

A segunda etapa compreende a análise documental e comparativa de experiências nacionais e internacionais de mercados urbanos, com foco em estratégias de implantação, gestão e integração cultural. São observadas tipologias e práticas que revelam como esses espaços se configuram como instrumentos de vitalização urbana e fortalecimento de identidades locais.

Por fim, a terceira etapa volta-se ao contexto capixaba, com ênfase nos casos do Mercado da Capixaba e do HortoMercado de Vitória, investigando suas transformações tipológicas, usos atuais e papel sociocultural. A partir de estudos existentes (Botecchia et al., 2019; Freire, 2018; Moya & Dias, 2009), busca-se identificar lacunas e potencialidades desses equipamentos enquanto referências para reflexões sobre novos modelos de mercado urbano.

A metodologia, portanto, estrutura-se em uma leitura crítica e interpretativa, que relaciona teoria, documentação e análise comparativa. O objetivo não é propor intervenções físicas, mas compreender as dinâmicas e aprendizados que possam subsidiar concepções futuras de mercados pluriculturais mais integrados à realidade social, econômica e cultural do Espírito Santo.



RECALCULANDO A ROÇA NA (DES)FRAGMENTAÇÃO GLOBAL PRODUTIVA

26 a 29 de novembro de 2025

5 DISCUSSÃO

A análise das referências nacionais e internacionais evidencia que o sucesso de mercados públicos pluriculturais depende da articulação entre elementos arquitetônicos, organização espacial, diversidade de usos e gestão eficiente. Gehl (2013) e Sennett (2018) reforçam a importância de espaços urbanos que incentivem a permanência, o encontro humano e a convivência entre diferentes grupos sociais. As experiências de mercados brasileiros, como o Mercado Central de Belo Horizonte, o Mercado Modelo em Salvador e os estudos sobre Vitória (Botecchia et al., 2019; Freire, 2018; Moya & Dias, 2009), demonstram que mercados bem-sucedidos combinam funções econômicas com culturais, sociais e turísticas, promovendo identidade e dinamismo urbano.

No caso do Espírito Santo, observa-se que embora mercados históricos, como o HortoMercado, tenham conseguido incorporar novas funções sociais e culturais, outros equipamentos ainda enfrentam limitações de infraestrutura, diversidade de usos e gestão, o que restringe seu potencial integrador. A comparação com experiências internacionais sugere que mercados pluriculturais podem se tornar catalisadores urbanos quando equilibram tradição e inovação, permitem flexibilidade de usos, promovem sociabilidade e valorizam a produção local. Assim, identifica-se a necessidade de compreender quais estratégias e elementos são determinantes para que mercados funcionem como espaços multifuncionais e culturalmente significativos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo evidencia que mercados públicos pluriculturais representam instrumentos essenciais para a integração entre produção local, cultura e vida urbana, contribuindo para a identidade e o dinamismo das cidades médias. Observa-se que o êxito desses espaços está diretamente relacionado à diversidade de usos, qualidade do espaço público, gestão eficiente e capacidade de incorporar práticas culturais e sociais.

No contexto capixaba, os casos analisados permitem identificar acertos, fragilidades e oportunidades, oferecendo subsídios conceituais para a concepção de novos mercados urbanos. A investigação demonstra que experiências bem-sucedidas combinam elementos arquitetônicos adequados, flexibilidade funcional e articulação com a vida urbana, indicando caminhos para propostas projetuais contemporâneas mais inclusivas, dinâmicas e culturalmente significativas. Dessa forma, os mercados pluriculturais podem consolidar-se como polos de convivência, identidade e desenvolvimento local, contribuindo para cidades mais integradas e socialmente vivas.

7 REFERÊNCIAS

BOTECCHIA, Flávia Ribeiro; PEYNEAU, Anna Cláudia Dias; BELLINI, Anna Karine de Queiroz Costa. *Mercados públicos em Vitória: contribuições a uma análise das tipologias edificadas*. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENSINO DE ARQUITETURA E URBANISMO (ENANPARQ), 2019, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: ANPARQ, 2019.

DANIELLI, Luciana; MACKMILLAN, Vanessa M. *Mercados públicos: tipologias e sociabilidades do ambiente urbano*. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO (ENANPARQ), 2018, São Paulo. *Anais...* São Paulo: ANPARQ, 2018.

FREIRE, Ana Lúcia Oliveira. *Mercados públicos: de equipamentos de abastecimento de alimentos a*



RECALCULANDO A ROÇA NA (DES)FRAGMENTAÇÃO GLOBAL PRODUTIVA

26 a 29 de novembro de 2025

espaços gastronômicos para o turismo. 2018. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

GEHL, Jan. *Cidades para pessoas*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

LAMAS, José Manuel Ressano Garcia. *Morfologia urbana e desenho da cidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2005.

MOYA, Ivana Marins da Silva; DIAS, Cristina Maria de Mattos. *O caso do HortoMercado de Vitória, ES*. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 65–82, 2009.

PEREIRA, Aline Lopes; KUNZ, Suzane Andrade; FRANCO, Mariana Vieira de Araújo. *Mercados públicos como patrimônio cultural: um estudo da cidade de Goiânia*. Brasília: Universidade de Brasília, 2021.

PINTAUDI, Silvana Maria. *Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana*. São Paulo: Departamento de Planejamento, Universidade Estadual Paulista, 2006.

SENNETT, Richard. *Construir e habitar: ética para uma cidade aberta*. Rio de Janeiro: Record, 2018.