

Título: Mercado da Vila Rubim – Intervenção urbana em área de interesse de preservação de patrimônio imaterial, como parte da implementação da Agenda 21 Local

Autor: Lília Maria Cunha Figueiredo e Mello, Administradora Regional do Centro e Melissa Passamani Boni, Arquiteta.

Instituição: Prefeitura de Vitória

I - INTRODUÇÃO

A cidade de Vitória, capital do Espírito Santo, fundada em 1551, implantou-se em uma elevação de forma oval - hoje conhecida como Cidade Alta e até hoje com seu traçado colonial viário preservado - entre a baía e o maciço central da ilha, circundada por braços de mar e pequenos riachos que propiciaram a formação de manguezal, que corresponde a 10% do território do município.

Tendo permanecido por 250 anos praticamente contida em seu núcleo inicial, conservou boa parte desse traçado urbano original. A “Planta da Vila de vitória, Capital da Capitania do Espírito Santo, provavelmente levantada em 1767 por José Antonio Caldas, mostra que pouco mais de 200 anos depois de sua fundação, a Vila continuava, basicamente, concentrada no sítio da colina original e em suas encostas.

Junto ao porto, em terrenos conquistados com aterros, surgiram as primeiras ruas de comércio da parte baixa, onde se instalaram os trapiches. Do lado da colina atracavam pequenas embarcações, onde hoje estão situadas a Praça Costa Pereira e o Parque Moscoso, as duas áreas verdes mais importantes do centro da cidade.

Ao longo do Império, a população de Vitória expandiu-se com alguma irregularidade. Em 1872 eram 16.200 habitantes, por volta de 1890 eram cerca de 16.900 e em 1900, já sob regime republicano, a população havia diminuído para apenas 11.800 habitantes.

II- HISTÓRICO DO MERCADO:

O primeiro Mercado Municipal de Vitória foi construído em 1871 pelo presidente Francisco Corrêa, cujo projeto é de autoria do engenheiro Manoel M. Freire. O edifício era de pedra e cal, com 3 alas, em “U”, com área interna e alpendres.

Em 1926, no governo Florentino Avidos, foi demolido, sendo construído no mesmo ano o Mercado da Capixaba.

A construção do novo mercado - o Mercado da Capixaba - mais amplo e com melhores condições de higiene caracteriza-se por uma concepção espacial cujo abastecimento de verduras, peixes e carnes era localizado no pátio central, a céu aberto, o que possibilitava maior ventilação e

as mercearias de “secos e molhados” localizavam-se na parte periférica da edificação, no pavimento térreo.

Localizado na Avenida Capixaba, atual Jerônimo Monteiro, que começava a adquirir seu caráter comercial, sua principal função era o abastecimento alimentício da cidade, porém abrigava em seu pavimento superior o “Hotel Avenida” de propriedade particular.

Nessa época, o mar batia próximo de sua fachada posterior (hoje Avenida Princesa Isabel), onde havia um atracadouro. A proposta de um mercado com um atracadouro aos fundos era perfeita, pois facilitava o acesso de canoas e pequenas embarcações, proporcionando transporte barato aos produtos da pequena lavoura.

Ainda na década de 1920, houve a transferência de parte do Mercado Municipal Mercado da Capixaba, para a Vila Rubim, no intuito de servir a este bairro populoso.

Este antigo prédio era composto por dois pavimentos de forma retangular e estilo eclético. O pavimento superior voltava-se para a avenida Duarte Lemos e o inferior para a atual Pedro Nolasco. Este mercado foi inaugurado em 1928 e seu programa era composto por uma administração e aproximadamente 20 mercearias na parte alta, enquanto que na parte baixa instalaram-se açougues e hortigranjeiros. O prédio sede do mercado era de cor amarela, com pé-direito alto e avarandado, onde localizavam-se alguns armazéns. Nos fundos, existia uma escadaria que ia ao encontro do mar.

Com a conclusão dos galpões para o novo mercado da Vila Rubim, em 1969/1970, o Mercado da Capixaba foi aos poucos sendo desocupado, perdendo sua função de abastecimento alimentício da cidade que, à época, transferiu-se totalmente para esse local.

No início dos anos 60, a urbanista Adina Mera, a pedido da administração do Porto de Vitória, realizou um estudo de ocupação para o aterro, já em parte realizado entre as ilhas do Príncipe e de Vitória.

A configuração atual da área deve-se em parte ao plano de Adina Mera, que apontou para a ampliação da área portuária, para a construção do novo mercado (final dos anos 60), para a extensão do aterro (início da década de 70) e para a localização da rodoviária (final dos anos 70).

Em relação ao aterro, pode-se dizer que este foi necessário devido à expansão do comércio da região, verificada nos anos 50, visando ao atendimento da demanda de espaço por parte de comerciantes da grande Vitória e Região Serrana.

Em 1969, no governo de Cristiano Dias Lopes, foi inaugurado o Mercado da Vila Rubim, com 3 galpões, que abrigava inicialmente 100 boxes, destinados a pequenos feirantes que comercializavam exclusivamente hortifrutigranjeiros.

Conforme planejado, cada feirante teria direito a apenas um box, porém, na prática o que se constatou foi que o número de proprietários diminuiu em virtude do acúmulo de boxes nas mãos de

comerciantes detentores de uma estrutura econômica mais sólida, prejudicando o pequeno comércio e iniciando a descaracterização da idéia inicial de comercialização exclusiva de hortifrutigranjeiros.

Sob nova visão de abastecimento, o Governo Élcio Álvares construiu, em 1976, novos pavilhões sobre o trecho do aterro para a expansão do comércio varejista, como capitalização da CEASA.

A Prefeitura Municipal de Vitória, no governo de Crisógono Teixeira da Cruz executou a abertura da avenida Pedro Nolasco e demoliu o antigo mercado da Vila Rubim, onde surgiu posteriormente a Praça Manoel Rosindo, atualmente totalmente ocupada barracas de comerciantes varejistas e que possui projeto de recuperação a ser implantado em 2002.

Na década de 1980, pode-se dizer que este mercado tornou-se menos freqüentado devido a presença dos “kilões”, que se instalaram na maioria dos bairros de Vitória e municípios vizinhos, sendo dispensado o deslocamento até a Vila Rubim.

Por outro lado, certos moradores distantes do mercado eram atraídos para este por melhores preços e mercadorias, além da típica tradição/costume de se ir ao mercado. Assim, o mercado continuou existindo, apesar da mudança em seu perfil original.

Mas um fato trágico marcou definitivamente esse local da cidade: um incêndio de grandes proporções, iniciado a partir de estoque de pólvora para fogos de artifício e rojões de festa junina.

Pode-se dizer que esse incêndio, ocorrido em 1 de julho de 1994, marcou uma nova fase do comércio da Vila Rubim. O incêndio evidenciou um período de transição, pois a tragédia não significou o fim e sim a necessidade de buscar-se novos caminhos.

Após longo período em que a cidade de Vitória se abastecia quase que exclusivamente do Mercado da Vila Rubim, chegou a era dos super e hipermercados, dos shoppings e do comércio e feiras de bairro. O Mercado passou a trocar de papel de acordo com as mudanças dos hábitos da população, mudando a atividade econômica, diversificando os produtos oferecidos, ao mesmo tempo que não perdia suas funções típicas, sobrevivendo a todo tipo de descaso do poder público pelo local, que passa a dar as costas para esse nobre espaço onde todas as tradições capixabas estão ainda intactas.

A falta de investimentos públicos naquele local levou ao abandono por parte da classe média, porém a diversidade de produtos manteve cativos os mais velhos e os moradores da região e entorno.

Com o incêndio, mesmo os comerciantes mais atingidos pela explosão, permaneceram no local em barracas improvisadas, vendendo os mesmos produtos.

Foi, no entanto, no momento em que se decidiu pelo critério arquitetônico de revitalização e reconstrução, que o Mercado passou por seus momentos mais críticos: o governo da época elaborou um projeto que não foi aprovado pela Prefeitura de Vitória, onde no local dos galpões que

desapareceram, construía-se um prédio no formato de shopping, isto é, voltado para seu interior, com as paredes externas fechadas para a rua. Faltava personalidade. Induziria os frequentadores a criar expectativa de que aquele local venderia produtos de shopping center.

Nessa época a cidade de Vitória estava vivendo o processo de construção de sua Agenda 21 Local, utilizando-se do instrumento de planejamento estratégico, que é um processo altamente participativo, bem identificado com essa característica da cidade: a participação popular.

Esse foi o momento histórico mais sensível – o da análise da história da cultura dos comerciantes locais e a percepção histórica da estratégia de sobrevivência até então colocada em prática por aquele agrupamento que manteve intacto um patrimônio imaterial da cidade.

Um mercado, em qualquer cidade do mundo, é a síntese do que há de significativo, de marcante na cultura daquele povo. Ele possui atributos exclusivos que geram identidade através do complexo de atividades, do seu aroma, suas cores, o povo que frequenta, suas texturas. Como traduzir história e tradição arquitetonicamente? Como concentrar, equilibradamente, num espaço reconstruído – pois nada sobrou dos prédios após o incêndio - a continuidade de todas as atividades que, teimosamente, seus ocupantes preservaram?

O destino do mercado em sua função de expressão histórica de identidade, folclore e tradição esteve num equilíbrio precário nesse momento. O que a população gostaria de encontrar nesse mercado revitalizado? O que seria necessário fazer para que os próprios comerciantes não passassem pelo processo da expulsão branca assim que assumissem um espaço em alvenaria construída com bons materiais, depois de passarem oito anos ocupando barracos de madeira? O lastro histórico que um mercado representa é uma marca que não se apaga e não se dispersa entre os membros da cidade.

O mercado é a única área do Centro da cidade que consegue manter-se acordado madrugada adentro. Quando acaba o movimento do comércio varejista inicia-se o comércio atacadista de pescados, alcançando um equilíbrio difícil de se reproduzir em outro local onde bares e restaurantes podem tirar proveito.

Por todos esses motivos, definiu-se, como critério arquitetônico, recriar a ambiência de mercado, com lojinhas voltadas para as calçadas e para um interior que também seria um calçadão, com bancos, floreiras e cobertura.

No entanto, a edificação, por si só, não garantia a preservação do patrimônio cultural, histórico, enfim, imaterial, guardado naquele local. Muitos comerciantes iniciaram um processo de tentativa de mudança de hábitos, entusiastas do progresso estabelecido no seu imaginário de que faz sucesso quem vende produtos modernos, cheirosos e com o brilho publicitário do grande comércio

varejista da cidade. Foi durante a obra que foi identificado o perigo para esse patrimônio. Organizados por uma Associação forte de comerciantes, cuja liderança positiva perseguiu os mesmos objetivos de preservação da história, a proposta de manutenção e até mesmo revitalização das atividades foi trabalhada através de cursos, palestras, visitas a outros mercados e centros produtores de artesanato, surtindo o efeito esperado pela cidade, que voltou a ter orgulho do Mercado da Vila Rubim, após sua reinauguração, em setembro de 2002.

III– O PROJETO DE RECUPERAÇÃO

Em 1998, a partir de negociação com o governo estadual (detentor da posse da área), a Prefeitura de Vitória passou a assumir a administração do Mercado, com o compromisso de reconstruir os galpões incendiados.

A Prefeitura de Vitória, através da Administração Regional do Centro e Secretaria de Desenvolvimento Urbano desenvolveu um projeto para a Recuperação do Mercado da Vila Rubim, cujo objetivo foi revitalizar física e economicamente a região, a partir de uma estreita parceria com a Associação de Comerciantes local, dentro dos princípios da participação popular, da Agenda 21 Local, o Vitória do Futuro.

Originalmente projetado em forma de três grandes galpões (1, 2 e 3), do incêndio restou apenas o de nº 1. Os galpões 2 e 3 foram completamente destruídos pelas chamas. O projeto contemplou a “reconstrução” desses dois galpões (I etapa) e a remodelação do galpão 1, integrando-o à nova proposta arquitetônica e urbanística (II etapa, a ser iniciada).

Ao todo foram recuperadas 63 lojas, respeitando-se, inclusive, as áreas, usos e comerciantes instalados anteriormente ao incêndio; porém dentro de uma nova perspectiva: o do incremento turístico da região, a partir do seu novo tratamento arquitetônico e urbanístico e sua inserção dentro de um circuito turístico regional.

Aliado à revitalização física, foram desenvolvidas ações de qualificação profissional, no sentido de capacitar os comerciantes para a nova realidade que se pretende implementar.

O partido arquitetônico adotado prioriza o pedestre e áreas de permanência e lazer, com a criação de uma espécie de praça coberta, com mezanino e o fechamento de uma rua localizada entre os galpões originais.

O contato direto com a rua/passeio, a manutenção das atividades tradicionais, como artesanato, artigos religiosos, ervas medicinais e floricultura, além de hortifrutigranjeiros, foram características importantes a serem preservadas.

A preocupação da Prefeitura de Vitória estende-se até o tratamento do interior das lojas. Nesse sentido, a Adm. Regional do Centro, em parceria com a Secretaria Municipal de

Comunicação desenvolveu o projeto “De Bem com a Vila”, movimento que articulou profissionais das áreas de arquitetura e decoração, no sentido da elaboração de projetos e busca de parcerias junto à iniciativa privada para a ambientação das lojas, com características de mercado, e divulgação do “novo” mercado junto à opinião pública. O movimento veio imprimir uma nova imagem para o mercado, valorizando-o como ponto de atratividade de consumo e lazer e integrando-o a uma rota de turismo dentro do contexto do Centro de Vitória.

Há, ainda, por parte da prefeitura, uma preocupação com o desenvolvimento da região denominada “Grande Vila Rubim”, que se estende do Parque Moscoso à região da Rodoviária de Vitória.

Nesse sentido, desenvolveu-se um Plano de Massas para a área, cujo objetivo maior é requalificar esse importante espaço urbano da cidade, integrando-o ao contexto metropolitano, especialmente ao Programa de Revitalização do Centro, revitalizando a área urbana compreendida do Parque Moscoso até a Vila Rubim, em seus aspectos sócio-econômicos, culturais e paisagísticos, requalificando esse espaço urbano da cidade de Vitória. O Plano de Massas garante as macro diretrizes do projeto e define o que se deve respeitar no futuro, para que as próximas administrações venham a preservar o Mercado dentro de um processo de continuidade de respeito às tradições, à história e à organização sócio-econômica que cada indivíduo buscou como estratégia de sobrevivência, marcando um território importante para a preservação do que restou da cultura popular capixaba, na cidade de Vitória.

IV – CONCLUSÃO

Após quatro meses de entrega aos comerciantes que passaram os últimos sete anos em barracas de madeira compensada, no meio da rua, sofrendo com chuvas, alagamentos e falta de segurança, finalmente esses guardiões da cultura da cidade, se instalaram no novo mercado inteiramente reconstruído, com o cuidado redobrado para que essas tradições não viessem a sofrer qualquer alteração em função de um projeto arquitetônico equivocado, que colocaria, por si só tudo a perder.

As diretrizes dadas através do termo de concessão assinado com a Associação de Comerciantes da Vila Rubim, que gerencia o local, também impediu que ali se instalasse um comércio de mercadorias não condizentes com um mercado, ficando proibido o comércio estranho às tradições locais.

Com todos esses cuidados foi possível preservar o patrimônio imaterial da cidade e garantir a geração de renda para todos os comerciantes que viram suas vendas triplicarem após a inauguração desse novo espaço.