

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS TECNÓLOGICAS**  
**CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO**

**CONSERVAÇÃO DA MEMÓRIA E DAS RELAÇÕES SOCIAIS DO MERCADO**

**POPULAR:**

Anteprojeto urbanístico e arquitetônico para o Mercado do Bairro de Fátima, São Luís,  
Maranhão.

**SÃO LUÍS**

2011

**THALITA KLÉCIA CARTÁGENES FERREIRA**

**CONSERVAÇÃO DA MEMÓRIA E DAS RELAÇÕES SOCIAIS DO MERCADO**

**POPULAR:**

Anteprojeto urbanístico e arquitetônico para o Mercado do Bairro de Fátima, São Luís,  
Maranhão.

Monografia apresentada ao curso de  
Arquitetura e Urbanismo da Universidade  
Estadual do Maranhão, como requisito para a  
obtenção do grau de Bacharel em Arquitetura  
e Urbanismo.

Orientador: Prof. Frederico Lago Burnett

**SÃO LUÍS**

2011

Ferreira, Thalita Klécia Cartágenes.

Conservação da memória e das relações sociais do mercado popular: anteprojeto urbanístico e arquitetônico para o Mercado do Bairro de Fátima, São Luís, Maranhão / Thalita Klécia Cartágenes Ferreira.– São Luís, 2011.

... f

Monografia (Graduação) – Curso de Arquitetura, Universidade Estadual do Maranhão, 2011.

Orientador: Prof. Carlos Frederico Lago Burnett

1.Mercado popular. 2.Relações sociais. 3.Requalificação urbanística e arquitetônica. I.Título

CDU: 725.1:339.175-026.912(812.1)

**THALITA KLÉCIA CARTÁGENES FERREIRA**

**CONSERVAÇÃO DA MEMÓRIA E DAS RELAÇÕES SOCIAIS DO MERCADO**

**POPULAR:**

Anteprojeto urbanístico e arquitetônico para o Mercado do Bairro de Fátima, São Luís,  
Maranhão.

Monografia apresentada ao curso de  
Arquitetura e Urbanismo da Universidade  
Estadual do Maranhão, como requisito para a  
obtenção do grau de Bacharel em Arquitetura  
e Urbanismo.

Apresentação da monografia em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Prof. Carlos Frederico Lago Burnett – orientador

---

1º Examinador

---

2º Examinador

## **DEDICATÓRIA**

A minha mãe, Ananizia de Lourdes, pelos  
princípios e ensinamentos que guiaram  
minha educação.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus pela vida que Ele me concebeu.

Ao meu orientador, Prof. Frederico Burnett, pelo incentivo, dedicação e conhecimentos aplicados ao longo do trabalho.

A todos os professores do curso de Arquitetura e Urbanismo da UEMA por toda dedicação ao longo do curso.

Aos meus familiares que me deram motivação e força para continuar essa jornada.

Aos amigos do curso pelas alegrias, tristezas e dificuldades que passamos sempre juntos, unidos incentivando e apoiando uns aos outros.

Ao meu namorado, Stherfano Rodrigues, pelo carinho, compreensão, apoio e paciência durante minha ausência.

(o mercado) Mesmo elementar, é o lugar predileto da oferta e da procura, do recurso a outrem, sem o que não haveria economia no sentido comum da palavra, mas apenas uma vida “encerrada”... O mercado é uma libertação, uma abertura, o acesso a outro mundo. É vir a tona...se multiplicam,tornando-se a sociedade, no fim do caminho, uma “sociedade de mercado generalizado (BRAUDEL, 1992, p.12)

## **RESUMO**

Tendo como objetivo demonstrar a importância e necessidade dos mercados populares para a sociedade e apoiado em um referencial teórico e empírico, o presente estudo propõe a requalificação urbanística e arquitetônica do Mercado Público do Bairro de Fátima, na cidade de São Luis, Maranhão, reconstituindo um local público digno e adequado que reúna espaço para o comércio de alimentos e artesanatos ao lado de áreas de vivência social, resgatando a história, a cultura e o convívio dos bairros tradicionais.

Palavras-chave: Mercado Popular. Relações Sociais. Requalificação Urbanística e Arquitetônico.



## **ABSTRACT**

Aiming to demonstrate the importance and necessity of popular markets for the company and supported by a theoretical and empirical, this study proposes the redevelopment of urban and architectural Public Market in the neighborhood of Fatima, in Sao Luis, Maranhao, reconstructing a decent public place and possessing adequate space for trade in foods and crafts next to areas of social life, rescuing the history, culture and conviviality of traditional neighborhoods.

Keywords: Popular Market. Social Relations. Architectural and Urbanistic Requalification.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Fórum Romano.....	22
Figura 02 - Halles Centralles, Paris, 1853.....	24
Gráfico 01 – Participação dos supermercados na distribuição de alimentos no Brasil.....	25
Figura 03 - Mercado de São José, no Recife 1986.....	27
Figura 04 - Mercado de São José, no Recife.....	27
Figura 05 - Mercado Ver-o-Peso, em Belém 1986.....	27
Figura 06 - Mercado Ver-o-Peso, em Belém.....	27
Figura 07 - Rio Anil, 1910.....	28
Figura 08 – Rio Bacanga, 1910.....	28
Figura 09 - Casa das Tulhas, 1910.....	29
Mapa 01 – Distribuição dos mercados públicos e supermercados na cidade de São Luís.....	32
Figura 10 – Entrada do Mercado Central.....	34
Figura 11 – Lateral do Mercado Central.....	34
Figura 12 – Equipamento de refrigeração.....	35
Figura 13 – Bancas do Mercado Central.....	35
Figura 14 – Entrada do Mercado da COHAB.....	35
Figura 15 – Feira, antes da construção do Mercado da COHAB.....	35
Figura 16 – Centro do Mercado da COHAB.....	36
Figura 17 – Bancas que ocupam os corredores.....	36
Figura 18 – Entrada do Mercado da Macaúba.....	36
Figura 19 – Interior do Mercado da Macaúba.....	36
Figura 20 – Interior do Mercado da Macaúba.....	37
Figura 21 – Interior do Mercado da Macaúba.....	37
Figura 22 – Feira antes de chegar ao Mercado do João Paulo.....	37
Figura 23 – Interior do Mercado do João Paulo.....	37
Figura 24 – Interior do Mercado do João Paulo.....	38
Figura 25 – Interior do Mercado do João Paulo.....	38
Figura 26 – Exterior do Mercado da Vila Palmeira.....	38
Figura 27 – Interior do Mercado da Vila Palmeira.....	38
Figura 28 – Exterior do Mercado da Vila Palmeira.....	39

Figura 29 – Boxes externos ao Mercado da Vila Palmeira.....	39
Figura 30 – Estrutura do Mercado da Cidade Operária.....	39
Figura 31 – Interior do Mercado da Cidade Operária.....	39
Figura 32 – Ocupação ilegal externa ao Mercado da Cidade Operária.....	40
Figura 33 – Entrada do Mercado da Cidade Operária.....	40
Figura 34 – Entrada do Mercado da Liberdade.....	40
Figura 35 – interior do Mercado da Liberdade.....	40
Figura 36 – Comércio externo ao Mercado da Liberdade.....	41
Figura 37 – Reforma no Mercado da Liberdade.....	41
Gráfico 02 – Grau de escolaridade.....	43
Gráfico 03 – Tempo que trabalha no mercado.....	43
Gráfico 04 – Emprego além do mercado.....	43
Gráfico 05 – Tamanho dos boxes.....	44
Gráfico 06 – Frequência ao mercado.....	44
Gráfico 07 – Segurança do mercado.....	44
Gráfico 08 – Motivo de frequentar o mercado.....	45
Gráfico 09 – Acessibilidade do mercado.....	45
Mapa 02 – Delimitação do Bairro de Fátima.....	46
Figura 38 – Igreja de Nossa Senhora de Fátima.....	47
Mapa 03 – Morfologia urbana.....	48
Figura 39 – Edificação de 1-2 pavimentos.....	48
Figura 40 – Edificação de 3 pavimentos.....	48
Figura 41 – Edificação acima de 4 pavimentos.....	48
Mapa 04 – Uso do solo.....	49
Figura 42 – Avenida Kennedy.....	49
Figura 43 – Rua Dep. João Vieira.....	49
Mapa 05 – Hierarquia viária.....	50
Figura 44 – Rua que não passa veículos.....	51
Figura 45 – Carros estacionados na rua lateral ao Mercado.....	51
Mapa 06 – Localização do Mercado de Fátima.....	52
Figura 46 – Entrada do Mercado de Fátima.....	52
Figura 47 – Praça onde existiu o primeiro Mercado.....	52
Mapa 07 – Mapa de localização dos comércios próximos ao Mercado de Fátima.....	53
Figura 48 – Fribal ao lado do Mercado.....	54
Figura 49 – Varejo em frente ao mercado.....	54

Figura 50 – Varejo em frente ao mercado.....	54
Figura 51 – Varejo em frente ao mercado.....	54
Figura 52 – Varejo em frente ao mercado.....	54
Figura 53 – Varejo em frente ao mercado.....	54
Figura 54 – Bancas com revestimento.....	55
Figura 55 – Bancas sem revestimento.....	55
Figura 56 – Área do Mercado com pouca iluminação.....	55
Figura 57 – Banheiro antes da reforma.....	56
Figura 58 – Banheiro depois da reforma.....	56
Figura 59 – Mistura de produtos.....	56
Figura 60 – Bancas “ilegais” dentro do Mercado.....	56
Figura 61 – Zonificação atual do Mercado de Fátima.....	57
Figura 62 – Estrutura dos pilares.....	58
Figura 63 – Estrutura do telhado.....	58
Figura 64 – Ocupação do espaço de circulação.....	58
Figura 65 – Fiação exposta e teias de aranha.....	58
Figura 66 – Calçadas externas ao Mercado.....	59
Figura 67 – Calçadas externas ao Mercado.....	59
Gráfico 10 – Tempo que trabalha no mercado.....	60
Gráfico 11 – Instalações do mercado.....	60
Gráfico 12 – Pretende sair dela.....	61
Gráfico 13 – Fluxo de pessoas.....	61
Gráfico 14 – Frequência no mercado.....	61
Gráfico 15 – Bairro onde mora.....	61
Gráfico 16 – Motivo de frequentar o mercado.....	62
Gráfico 17 – Acessibilidade do mercado.....	62
Gráfico 18 – Segurança do mercado.....	62
Gráfico 19 – Sugestões de outras novidades para o mercado.....	63
Mapa 08 – Planta de Situação.....	64
Figura 68– Planta atual do Mercado de Fátima.....	65
Figura 69 – Terreno do Mercado de Fátima.....	65
Figura 70 – Curvas de nível.....	65
Figura 71 – Setorização do pavimento térreo da proposta ao novo Mercado de Fátima.....	67

Figura 72 – Setorização do pavimento superior da proposta ao novo.....	68
Mercado de Fátima	
Figura 73 – Implantação/Urbanização da nova proposta de Requalificação.....	69
do Mercado de Fátima.	
Figura 74 – Zonificação do pavimento térreo.....	73
Figura 75 – Zonificação do pavimento superior.....	73
Figura 76 – Brises metálicos industriais.....	74
Figura 77 – Aeroporto Augusto Severo, Brasil (RN).....	75
Figura 78 – Piso em cimento queimado.....	75
Figura 79 – Pisos intertravados.....	76

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01 – Mercados Públicos Municipais de São Luís

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

SEMAPA - Secretaria Municipal de Agricultura, Pesca e Abastecimento

SEMOSP - Secretaria Municipal de Obras e Serviços Públicos

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

AFMF – Associação do Feirantes do Mercado de Fátima

ALML - Área Livre Mínima do Lote

ATME - Área Total Máxima da Edificação

INCID - Instituto da Cidade

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	16
1.1 <b>Justificativa</b> .....	18
1.2 <b>Objetivos</b> .....	19
1.2.1 Objetivo Geral.....	19
1.2.2 Objetivo Específico.....	19
1.3 Procedimentos Metodológicos.....	20
<b>2. HISTÓRICO URBANO E ARQUITETÔNICO</b> .....	21
2.1 Origem e evolução dos mercados públicos x cidade.....	21
2.2 A arquitetura em ferro e a ascensão dos mercados públicos no Brasil.....	26
<b>3. MERCADOS PÚBLICOS DE SÃO LUÍS</b> .....	28
3.1 Origem dos mercados públicos em São Luís.....	28
3.2 Importância de estudo sobre as feiras e mercados da cidade.....	29
3.3 As relações espaciais e sociais do mercado com a cidade.....	31
3.4 Visitas aos mercados públicos de São Luís.....	32
3.4.1 Mercado Central.....	34
3.4.2 Mercado da COHAB.....	35
3.4.3 Mercado da Macaúba.....	36
3.4.4 Mercado do João Paulo.....	37
3.4.5 Mercado da Vila Palmeira.....	38
3.4.6 Mercado da Cidade Operária.....	39
3.4.7 Mercado da Liberdade.....	40
3.4.8 Considerações sobre as visitas realizadas.....	41
3.5 Entrevistas aos mercados públicos visitados.....	42
<b>4. O MERCADO PÚBLICO DE FÁTIMA</b> .....	45
4.1 Características socioeconômicas e ambientais do Bairro de Fátima.....	45
4.2 Morfologia urbana do bairro.....	47
4.3 Uso do solo do bairro.....	49
4.4 Sistemas de circulação, estacionamentos, infraestrutura urbana.....	50
4.5 Histórico do Mercado de Fátima.....	51
4.6 Análise da situação atual do Mercado de Fátima.....	53
4.7 Análise arquitetônica e urbanística do Mercado de Fátima.....	54
4.8 Entrevistas feitas no Mercado de Fátima.....	60
<b>5. REQUALIFICAÇÃO URBANA E ARQUITETÔNICA DO MERCADO DE FÁTIMA</b>	
5.1 Análise da Legislação Urbanística.....	63
5.2 Elaboração do Programa de Necessidades.....	66
5.3 Anteprojeto Urbanístico.....	68
5.4 Anteprojeto Arquitetônico.....	69
5.4.1 Zonificação do Mercado de Fátima.....	73
5.5 Volumetria.....	74
5.6 Sistema Construtivo.....	74
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	77
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	78
<b>APÊNDICES</b> .....	80



## 1. INTRODUÇÃO

As feiras e mercados públicos são formas de intercâmbio encontradas em cidades desde a antiguidade. A prática secular dos mercados nos estimula a entendê-los como espaço de trocas, uma atividade “mão na mão, olho nos olhos”. Assim, tal empreitada cotidiana, nesses mercados, era marcada por certa proximidade íntima e informal entre vendedor e seus clientes.

De acordo com Ferreti: “as feiras são reuniões comerciais periodicamente realizadas em locais descobertos (ruas, praças, etc.), freqüentemente próximos ao mercado. Tendem ser realizadas durante um dia da semana e a oferecer maior variedade e quantidade de produtos do que os mercados. E o mercado como diz Ferreira: “é o local destinado ao comércio, varejo de objetos, comidas, artesanatos e etc. comuns a uma sociedade ou região. A edificação é sem sombra de dúvidas fator determinante para o entendimento de um Mercado Público. O fator comum entre essas duas formas é o local destinado a comercialização de produtos, onde se tem uma ligação direta entre consumidor e vendedor.

Os mercados ainda se mantêm fortemente presente nas cidades, porque as pessoas costumam ir a esses locais em busca de alimentos mais frescos e baratos. Nessa perspectiva, a questão dos preços das mercadorias é uma característica determinante para a escolha desses espaços de compra.

Um fenômeno importante desses espaços, principalmente no nordeste, é que as feiras e mercados não se apresentam apenas como lugares de transações comerciais, mas também, como espaços sociais, onde as pessoas desenvolvem relações de proximidade com os demais freqüentadores, passando mais tempo do que o necessário para realizarem suas compras.

Hoje em dia, muitos destes espaços, vêm sendo apropriados pelo poder público, com o interesse de vinculá-los a um potencial turístico. Assim vários mercados vêm passando por processos de requalificação urbana ou arquitetônica. Mas o interesse do presente trabalho é mostrar a importância dos mercados populares em bairros locais da cidade de São Luís, que não tem valor turístico e em especial o Mercado de Fátima, que é um símbolo de grande identidade para o Bairro de Fátima, já que os moradores fazem parte da formação do mesmo desde quando funcionava em outra área do bairro, próxima ao Mercado existente.

A conservação e requalificação do Mercado de Fátima é extremamente importante, porque faz parte da formação do bairro onde está inserido. Isso vai mantê-lo vivo como o lugar onde todos os moradores locais lutaram pela sua existência.

Conscientes de que é impossível fazer uma análise do mercado, como espaço fomentador de relações sociais e econômicas, fora do plano sócio – político – econômico, procuramos caracterizar a sociedade ludovicense e suas singularidades, entre as quais o homogêneo conjunto arquitetônico de origem civil portuguesa da América Latina.

Portanto está ao nosso dispor toda uma herança como referências, padrões e valores extremamente valiosa e que se torna necessária decodificar à luz de uma perspectiva holística, considerando sobretudo seus condicionantes históricos que nos permitem compreender o presente e projetar o futuro.

## 1.1 Justificativa

Entre o final do século XIX e a primeira metade do século passado, os mercados foram os grandes responsáveis, assim como as feiras livres, pela distribuição e comercialização de alimentos junto à população urbana, principalmente aos mais carentes.

Nos últimos anos, novas reflexões sobre o desenvolvimento das cidades têm lançado luzes sobre a necessidade de uma sustentabilidade econômica e ambiental urbana. Se por um lado, as ações do poder público ainda têm sido tímidas, no sentido de resgatar o caráter funcional e lúdico dos mercados, por outro lado, o Ministério Público tem exercido forte pressão para que sejam restabelecidas as condições de higiene, salubridade e acessibilidade, exigidas pelos órgãos reguladores dos estabelecimentos da área de alimentos.

Um fator importante a se destacar é a capacidade que este equipamento apresenta de conferir vitalidade ao espaço urbano imediato à sua implantação. A falta de um planejamento eficaz e integrado tem sido responsável por inúmeros conflitos no entorno deste equipamento, causados principalmente pelas péssimas condições de higiene das instalações e pelo aumento do tráfego de veículos e pedestres que circulam em seu entorno.

Mesmo diante de uma situação de visível abandono, os mercados públicos continuam desempenhando um valioso papel na segurança alimentar, que, pela sua estrutura de comércio a granel e baixos custos operacionais, provê o atendimento às necessidades das populações, principalmente de menor renda.

A proposta da Requalificação Urbanística e Arquitetônica, para o objeto de estudo, o Mercado de Fátima, vem firma essa importância de que o espaço serve tanto como local de abastecimento, identidade e como local de diversidade de pessoas que teceram amizade e confiança com os feirantes, desde o surgimento do mercado.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo geral**

Revalorizar a atividade do Mercado, através de um anteprojeto de arquitetura e urbanismo do Mercado de Fátima.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Enfatizar importância do papel do Mercado para o Bairro de Fátima;
- Preparar diagnóstico da edificação e do entorno;
- Elaborar programa de necessidades para a reconstrução do Mercado;
- Fazer anteprojeto de arquitetura e urbanismo para o Mercado de Fátima;

### 1.3 Procedimentos Metodológicos

Esta dissertação é uma pesquisa aplicada, cujos conhecimentos produzidos objetivam a elaboração de um Anteprojeto de Requalificação Urbana e Arquitetônica para um mercado em São Luís - MA, o Mercado de Fátima.

O trabalho procurou, qualitativamente, relacionar a subjetividade implícita nas expectativas dos sujeitos envolvidos com a realidade concreta e objetiva destes equipamentos varejistas e o contexto urbano no qual se inserem.

Na primeira etapa da pesquisa, adotou-se o método de procedimento histórico para realizar-se a coleta de informações sobre as origens, o funcionamento e o processo evolutivo dos mercados, com o intuito de se compreender o papel social e a atual configuração espacial destas edificações. Aplicou-se o método comparativo onde se investigaram o desenvolvimento e a performance do setor supermercadista em relação ao mercado público, de modo a estabelecerem-se semelhanças e diferenças morfológicas, além de correlações de desempenho social, funcional, sanitário e administrativo.

Nesta direção, realizaram-se pesquisas documentais e bibliográficas, consultando-se regulamentos, normas, legislações, livros, periódicos, artigos *on-line* e outros documentos eletrônicos, de forma a ampliar o universo de informações acerca do tema pesquisado.

Na segunda etapa, foram elaboradas pesquisas dos mercados públicos da cidade de São Luís, de modo a conhecer os desdobramentos deles na cidade e a importância que ainda exercem no contexto da atual cidade. Esta etapa foi concebida com visitas “*in loco*” aos mercados da cidade, pedidos de informações nos órgãos responsáveis pelo abastecimento e serviços de obras e entrevistas a moradores e feirantes do Bairro de Fátima.

A terceira etapa é o enfoque do objeto de estudo, o Mercado de Fátima, com análises urbanas e arquitetônicas para o conhecimento dos problemas estruturais e organizacionais. Para esses resultados foram feitas visitas “*in loco*” e entrevistas com os responsáveis pela organização do mercado e com os feirantes e usuários.

A quarta e última etapa é caracterizada pela análise da Legislação Urbanística da cidade, a criação do Programa de Necessidades e a proposta do anteprojeto urbanístico e arquitetônico do Mercado de Fátima.

## 2 HISTÓRICO URBANO E ARQUITETÔNICO

### 2.1 Origem e evolução dos mercados públicos x cidade

Desde o período neolítico, o homem já dispunha da experiência que lhe permitiu identificar e selecionar as plantas que eram úteis a sua sobrevivência. Ainda nesta época, aperfeiçoou seus instrumentos de pedra e construiu suas primeiras embarcações. As diversas mudanças ocorridas na vida das comunidades primitivas, há cerca de 12 mil anos, criaram as condições para o surgimento e o desenvolvimento da agricultura, que veio a se difundir por toda a Europa durante os seis milênios seguintes (JUNIOR, 2006).

Para garantir uma produção instável de alimentos, estes indivíduos procuraram fixar suas aldeias em terras férteis, domesticaram animais e desenvolveram o pastoreio. Há indícios de que este processo tenha sido iniciado entre o Rio Nilo, no Egito e os Rio Tigre e Eufrates, Mesopotâmia. Este domínio da natureza pelo homem resultou no aumento da produção agrícola, embora em nível de subsistência, melhorando as condições de alimentação e desencadeando o crescimento da população. Ao longo do tempo, novas técnicas de cultivo foram criadas, assegurando um incremento significativo na produção agrícola e a geração de uma larga margem de excedentes, que passam a ser trocados por bens de consumo, criando-se, desta forma, o comércio (JUNIOR, 2006).

O crescimento das cidades iniciou-se ao longo dos vales dos rios, e o seu aparecimento está relacionado ao aperfeiçoamento da navegação e do transporte aquático de massa. Em seguida, a utilização de animais de carga, veículos de rodas e a implantação de estradas calçadas permitiram a utilização dos transportes, possibilitando distribuir os excedentes e adquirir outras especialidades produzidas em lugares distantes: funções desempenhadas por uma nova instituição urbana denominada de mercado (JUNIOR, 2006).

“Não é qualquer mercado que transforma a localidade na qual ele existe em “cidade”. Mercados periódicos e feiras anuais, nos quais em épocas determinadas se encontravam comerciantes de regiões distantes para trocar entre si suas mercadorias, ou colocá-las diretamente em mão do consumidor, tinha lugar freqüentemente em locais que hoje reconhecemos serem “aldeias” (WEBER,1987).

Os mercados públicos se constituíram como uma das primeiras formas que marcam a separação homem/natureza, ou seja, do momento em que através da divisão do trabalho, os homens assumem diferentes atividades para assegurar sua própria existência, anunciando outros ritmos para o tempo/espaço social, através da troca de produtos. Todas as culturas que produziam excedentes adotaram esta forma de troca, e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira constante e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca com certa frequência, do deslocamento possível nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência (PINTAUDE, 2006).

A presença do mercado público na cidade ou fora de seus muros (quando eles existiam) nunca foi questionada como local de abastecimento de produtos enquanto em diferentes sociedades perdurou o costume de ali realizarem as trocas necessárias à reprodução da vida. (PINTAUDE, 2006).

Muitos destes mercados tiveram sua gênese nas feiras realizadas no mesmo local e terminaram perpetuando-se, materializando-se em construções porque a reprodução da vida na cidade e/ou região necessitava de um contínuo suprimento de víveres. Os espaços varejistas significativos desse período, antes do século XIX, compreendem os *bazaars* árabes, a *ágora* grega, os *mercados*, os *fóruns romanos*, as *praças medievais*, as *feiras* e os *edifícios de mercados*. Estes espaços eram caracterizados por um módulo mínimo destinado a comercializar as mercadorias, às vezes em forma de tendas ou barracas (VARGAS, 2001 p.103).

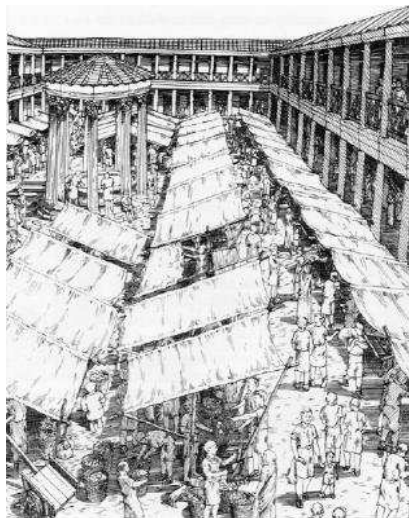


Figura 01: Fórum Romano  
Fonte: Vargas (2001:129)

Quanto à organização interna do espaço do mercado, havia designação de locais para vender frutas, verduras, peixe, carnes, salsicharia, o que não quer dizer que não existiam aqueles que as burlavam, além de muitas outras regulamentações que foram sendo criadas durante todos estes séculos, com o objetivo principal de evitar que os preços se elevassem demasiadamente com o respectivo acúmulo de mercadorias, para depois vender por um preço elevado, por parte de um pequeno número de comerciantes (PINTAUDE, 2006).

O contexto socioeconômico, no final do século XVIII, vai promover mudanças no desenvolvimento da atividade comercial e no seu relacionamento com o espaço físico. A loja ao ar livre, a venda direta da produção, começaram a ceder lugar ao comerciante, que se transformou numa força econômica (BURNS, p.2).

As feiras, por sua vez, também vão perder a importância e os mercados tenderão a se especializar em provisões apenas de alimentos. A praça de mercado nas grandes cidades deixará de ter como função principal a de ser palco para encontros semanais, conversas, diversões e compras. A proporção de mercadorias apresentadas para as compras diretas começa a superar aquelas por encomendas, e o dia especial do mercado diminui a importância sendo substituído pela condição de *todo o dia ser um dia de compra*. O mercado passará a ser o centro de atração para as compras das necessidades diárias, adotando formatos cobertos e grandiosos, no início do século XIX (VARGAS, 2001 p.158).

Os mercados públicos sempre cumpriram um papel importante na vida social das cidades. Ao mesmo tempo em que sua localização depende do encontro de fluxo de pessoas, a sua existência acaba por promover a intensificação desse encontro e possibilita que surjam em seu espaço atividades diversas. A necessidade de encontro, que coincide com o cruzamento de fluxos de pessoas ou com os locais onde as demais atividades sociais acontecem pelos mais diversos motivos: religião, política, diversão, cultura, etc, existindo, portanto, uma relação de interdependência entre o comércio e as demais atividades sociais urbanas (VARGAS, 2001 p.20).

No começo do século XX, o comércio extrapola sua função social, desenvolvendo estratégias de acumulação e projetando-se como atividade econômica altamente especulativa. As edificações que abrigam o comércio se desviam das características fundamentais de um espaço público, assimilando particularidades de um espaço privado (JUNIOR, 2006).

Neste contexto, destacam-se dois aspectos emergentes desta nova relação espacial: um deles refere-se à utilização dos empreendimentos comerciais como estratégias de especulação do espaço urbano pelo capital imobiliário, gerando novas centralidades; o outro se reporta a um comércio varejista focado na adoção de novas técnicas de comercialização e organização



do negócio que utiliza, inclusive, o espaço físico como ferramenta para racionalização do empreendimento. A configuração característica desses novos equipamentos era um conjunto de lojas, circunscrevendo uma praça central, de cobertura leve apoiada em uma estrutura de ferro. Entretanto é apenas a partir de 1830 que o ferro começa a integrar paulatinamente a composição destes edifícios (JUNIOR, 2006).

Nesse período, Les Halles Centrales de Paris, com sua construção em ferro e vidro, constituiu-se em um modelo difundido internacionalmente, inclusive no Brasil. Utilizando basicamente o ferro, o partido arquitetônico mostrou-se exemplar, pois o sistema de dispor de pavilhões que se interligavam revelou-se eficaz em vários casos de cidades menores que não necessitavam evidentemente de um mercado com as dimensões de Paris, mas que podiam planejar a quantidade de pavilhões que iriam necessitar (SILVA, 1988, p.38).

O mercado público de ferro de Paris do século XIX foi demolido em 1971 e integrou um conjunto de reformas da cidade, que estava sendo realizado em várias regiões do país. Tais equipamentos apareceriam como uma resposta dos sanitaristas às insalubres feiras livres e ribeiras de peixe dos séculos anteriores (FONSECA, 2000).

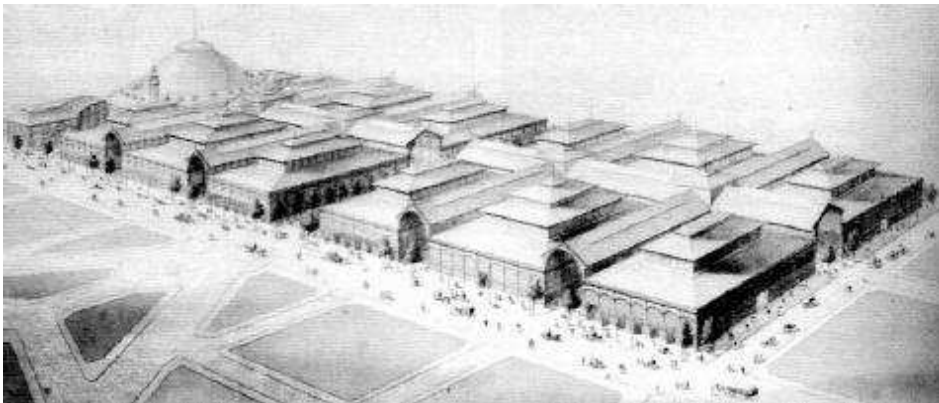


Figura 02: Halles Centrales, Paris, 1853  
Fonte: Vargas (2001:170)

O século XX será marcado por dois processos fortemente relacionados entre si e que rebatem, diretamente, sobre o desenvolvimento varejista: o crescimento demográfico e a industrialização. Esses dois fenômenos, juntos, responderam pelo forte processo de urbanização e congestionamento das grandes cidades e pela deterioração ambiental e da qualidade de vida. Num segundo momento e como resposta a essa situação, a descentralização urbana materializa-se por meio da suburbanização ou periferização urbana. Logicamente que

os avanços da comunicação e dos transportes favoreceram e incentivaram esse processo (VARGAS, 2001 p.238).

O desenvolvimento das técnicas de conservação de alimentos progredia com embalagens de vidro, lata, etc, permitindo a exposição de mercadorias nas lojas e não apenas a sua conservação. Possibilitava, também, a padronização e a definição de pesos e medidas simplificando a escolha por parte dos consumidores (VARGAS, 2001 p.238).

Embora a real exploração dessas invenções viesse a ser privilegio do século XX, seu uso confirmava, já no século XIX, a separação entre produtor e consumidor. No entanto, essa separação física viu-se reforçada por uma aproximação virtual. Isto é, as mudanças no comportamento do consumidor, devido ao crescimento do uso do automóvel, que ganhou força na década de 60, e a conservação de alimentos, provocaram uma mudança no sistema de distribuição que, associado ao desenvolvimento dos meios de comunicação, colocou o produtor virtualmente mais próximo do consumidor (VARGAS, 2001 p.239).

Uma dessas mudanças foi o surgimento dos supermercados, que foram os primeiros a oferecer tais facilidades a seus clientes, instalando-se muitas vezes a eixo de trânsito rápido, as vias primárias, onde preservam grandes áreas para estacionamento, passando a ser um diferencial em relação aos mercados e feira livre. A outra vai culminar numa intervenção explosiva do capital imobiliário que, por meio dos shoppings centers que também vão servir como âncora para as lojas de produtos alimentícios, submeterá mais uma vez o capital mercantil, com um impacto significativo na estruturação urbana e no comércio tradicional independente (VARGAS, 2001 p.239).

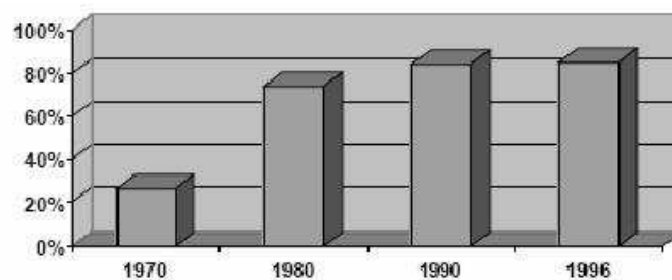


Gráfico 01: Participação dos supermercados na distribuição de alimentos no Brasil (1970 a 1996)  
Fonte: Nielson (1997 apud VALENTE,2001)

Apesar das novas tecnologias descritas acima, os tradicionais frequentadores das feiras e mercados não se renderam totalmente ao conforto e a praticidade dos mesmos, talvez até mesmo pela impessoalidade desses lugares que contraditoriamente não permite que clientes e vendedores mantenham uma aproximação direta e sim virtual. E também, porque o

ato de comprar e vender os produtos da terra faz com que as pessoas se sintam mais próximas a ela e se sintam identificadas com o lugar, já que ele ali está há algum tempo. Quando esse costume sofre uma ruptura com a presença de outras formas de abastecimento, ele passa a ser apropriado como lugar “tradicional”, onde se pretende produzir uma “identidade” para a sociedade.

## **2.2 A arquitetura em ferro e a ascensão dos mercados públicos no Brasil**

No Brasil, a atividade comercial varejista ganhou força nas décadas finais do século XIX quando a produção industrial começou a conquistar o mercado nacional. A incorporação de inovações na atividade comercial varejista aconteceu primeiramente em capitais, como São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre (VARGAS,1992).

Como a Revolução Industrial se firmou na economia do país, a partir da segunda metade dos anos 50, o processo de industrialização intensificou a concentração populacional, as relações sociais nas cidades e promoveu o surgimento de novas atividades humanas, demandando outros modelos de edificação que atendessem às necessidades emergentes da sociedade. Devido à sua flexibilidade e facilidade de produção em escala, o ferro foi sendo, paulatinamente, utilizado por estas novas construções desde o final do século XVIII, prolongando-se pelo século XIX (JUNIOR, 2006).

O primeiro mercado público construído em ferro e vidro no Brasil foi o Mercado de São José, no Recife. Erguido em 1875 no local onde antes existira a Ribeira de Peixes, seu projeto foi norteado por questões higienistas, utilizando-se de extensas clarabóias e venezianas, que propiciaram grande iluminação e ventilação aos seus interiores. A implantação de torneiras, de piso impermeabilizado e de sistema de esgotos facilitava a operação regular de limpeza, enfatizando seu caráter. O projeto era uma cópia quase fiel do projeto do Mercado de Grenelle em Paris, de autoria do arquiteto Louis Léger Vauthier (SILVA, 1986 p.141).



Figura 03: Mercado de São José, no Recife 1986  
Fonte: Vargas (2001:170)



Figura 04. Mercado de São José, no Recife  
Fonte: piratasdapraia.com . Acesso em: Nov.2010.

Depois do pioneiro Mercado de São de José, os mercados públicos em ferro se difundiram pelo Brasil. Em Belém, foi erguido o Mercado de Ferro, em 1901, que posteriormente seria conhecido Mercado Vero- Peso e que se tornou um cartão postal da cidade. Em São Paulo, também com estrutura de ferro, foi construído o Mercado São João, em 1890.

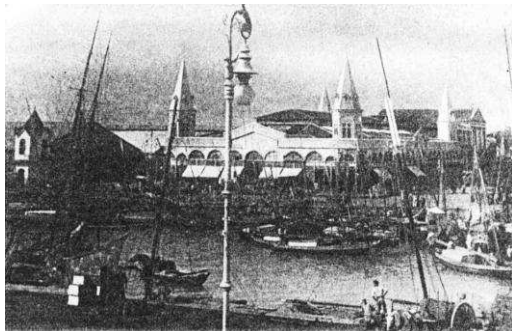


Figura 05: Mercado Ver-o-Peso, em Belém  
Fonte: Silva, 1986



Figura 06: Mercado Ver-o-Peso, em Belém  
Fonte: João Ramid (Paratur). Acesso em: Nov,2009.

No Rio de Janeiro do início do século XX, sob forte influência das reformas urbanas de Haussmann, nasceu o maior dos mercados públicos em ferro do Brasil. Concebida ainda no governo anterior ao de Pereira Passos, a idéia de se projetar um mercado de grandes dimensões, fazendo uso de tecnologia e materiais inovadores, encontrou forte apoio em Pereira Passos, que iniciou suas obras no ano de 1903. O projeto era semelhante ao do Mercado Ver-o-Peso (SILVA, 1986 p.159)

O Mercado Municipal do Rio de Janeiro se inseria em um conjunto de reformas urbanas implementadas pelo prefeito Pereira Passos (1902 - 1906), idealizadas nos moldes das reformas urbanas parisienses, visando o controle sanitário, urbanístico e da circulação, recorrendo para isso, ao método das demolições e reconstruções (VAZ, 1994 p.79).

Embora o modelo do Mercado Central de Paris, construído essencialmente de ferro, tenha alcançado grande difusão, inclusive no Brasil (SILVA, 1986), o que vai prevalecer aqui é a construção dos mercados públicos preferencialmente com a técnica do tijolo, o que vai servir de exemplo para os posteriores, inclusive em São Luís.

### 3. MERCADOS PÚBLICOS EM SÃO LUÍS

#### 3.1 Origem dos Mercados Públicos em São Luís

A localização do principal núcleo de São Luís, a Praia Grande, as margens dos rios Anil e Bacanga gozava de uma posição estratégica, o que acabou sendo o principal porto de carga e descarga de mercadorias desde o século XVII.



Figura 07: Rio Anil,1910

Fonte: portosma.com.br . Acesso em: Nov, 2010.



Figura 08: Rio Bacanga,1910

Fonte: portosma.com.br. Acesso em: Nov, 2010.

Com a implantação da grande produção de exportação gerada pela criação da Companhia de Comércio do Grão-Pará em 1755, o movimento de carga e descarga aumentou e aos poucos foi se instalando aos redores da Praia Grande um comércio de apoio a que chamavam “terreiro público”. Como esta área era do Rei de Portugal, foi permitido por este, em 1780, que todos que aterrassem o alagado com seus próprios recursos, passariam a obter o direito de construir e usar. Em 1805 foi consolidado no Centro da Baixa o primeiro terreiro público para comércio de mercadorias regionais: farinhas, feijão, gergelim, camarão e outros. Em 1820, a Câmara manda construir a “Casa das Tulhas”, depósito destinado a regular o comércio do trigo e outros importados que estavam sofrendo monopólio (MARTINS,1999 p.68).



Figura 09: Casa das Tulhas, 1910

Fonte: portosma.com.br. Acesso em: Nov, 2010.

Com a constante expansão urbana territorial de São Luís, os outros mercados começam a surgir principalmente nos bairros mais populares, onde se tornam fontes de rendas e de sobrevivência para a população.

Na cidade de São Luís temos dois mercados com as mesmas características turísticas dos citados no histórico, o Mercado da Praia Grande de 1820, que está localizado no centro histórico e o Mercado Central de 1864, também localizado no centro da cidade em uma área que movimenta vários tipos de comércio. São mercados que passaram a ser turísticos, porque são bastante antigos e possuem produtos específicos da cidade onde em nenhum outro existe.

### **3.2 Importância de um estudo sobre as feiras e mercados da cidade**

Com base na contextualização histórica descrita acima, podemos perceber que os mercados e feiras nunca perderam a importância no convívio social das cidades. Como nas pesquisas feitas acima foram encontrados apenas os Mercados Públicos das grandes cidades que tem valor em grande parte turístico, o interesse do presente trabalho é mostrar os Mercados Públicos, com um estudo e uma proposta arquitetônica e urbanística para o Mercado de Fátima, que estão localizados em bairros populares, que não tem interesse turístico, mas que tem uma grande importância para estes.

Como o Maranhão está entre os estados que apresentam um dos menores Índices de Desenvolvimento Humano (IDH), as feiras e mercados são locais importantes do ponto de vista econômico, uma vez que, além de serem fontes de sobrevivência para as pessoas do bairro, em maior parte freqüentados por pessoas de menor poder aquisitivo, são espaços onde as mesmas, buscam nesses ambientes gêneros de primeira necessidade. No entanto, um fenômeno importante desses espaços, também em São Luís, é que as feiras e mercados não se apresentam apenas como lugares de transações comerciais, mas também, como espaços sociais, onde as pessoas desenvolvem relações de proximidade com os demais freqüentadores, passando mais tempo do que o necessário para realizarem suas compras.

Em contrapartida, com o surgimento do serviço de auto-atendimento, elimina-se a figura do vendedor como mediador entre cliente e produto, deixando apenas o produto exposto com as informações básicas para que o cliente faça sua livre escolha apenas pelas informações prévias e as dispostas no próprio produto, bem como outras facilidades ofertadas ao cliente sem necessariamente ter que recorrer ao dono do estabelecimento. Em São Luís, o primeiro sistema de auto-serviço foi a Lusitana, implantado em 1962 na Rua Grande.

Acreditamos que, vale à pena, em plena Era da Globalização, que propaga uma poderosa homogeneização cultural, sentir e viver o que é típico da terra, enquanto fundamento de identidade. É o resgate do local como poderoso contraponto do global que hoje invade o nosso mundo sem pedir licença ou autorização, exigindo mais que nunca, a revitalização do peculiar, do específico, enquanto expressão de vida, de história, de produção de memória coletiva.

Na pesquisa serão apresentados alguns mercados públicos de São Luís, localizados em bairros populares. Alguns são comandados pelas Associações dos Feirantes e outros pela SEMAPA. Com as entrevistas e visitas vamos perceber os quão estes, ainda tem grande valor para a sociedade, que ainda é adepta a essa forma de comércio. Vamos observar também, que esses lugares, são formas de sobrevivência para várias pessoas que não conseguiram outra forma de se sustentar, mas encontraram no mercado algo digno para se fazer.

O presente trabalho vai dar ênfase, a um Mercado de um bairro popular da cidade de São Luís, que com a vivência no bairro, não por ser morar nele, mas por frequentar também o lugar e visitar pessoas que ali moram, percebe-se que é de grande importância para as pessoas que ali vivem e para os próprios feirantes do mercado, que trabalham há muito tempo no estabelecimento e é de onde tiram seu sustento. Mas está se tornando obsoleto, por vários motivos que serão vistos no decorrer do trabalho. O Mercado de Fátima foi o objeto escolhido para um estudo aprofundado, e para uma proposta urbanística e arquitetônica.

É nesse sentido que valorizamos a investigação sobre o Mercado de Fátima e os outros mercados públicos e seus conseqüentes desdobramentos no desenvolvimento da cidade, onde destacamos que desde os primórdios estes espaços ajudam a delinear a expansão da cidade, aonde também as relações de amizade e confiança vão sendo tecidas gerações afora, fato que propicia a permanência desses equipamentos públicos seguirem como características singulares intactas até o momento presente.

### 3.3 As relações espaciais e sociais dos mercados com a cidade

“O mercado é um lugar de troca, de circulação e a facilidade de acesso para o abastecimento, que mantém viva, implica uma estratégia espacial. Quando esta tática deixa de funcionar, torna-se impossível manter a função no lugar”  
(PINTAUDE, 2006)

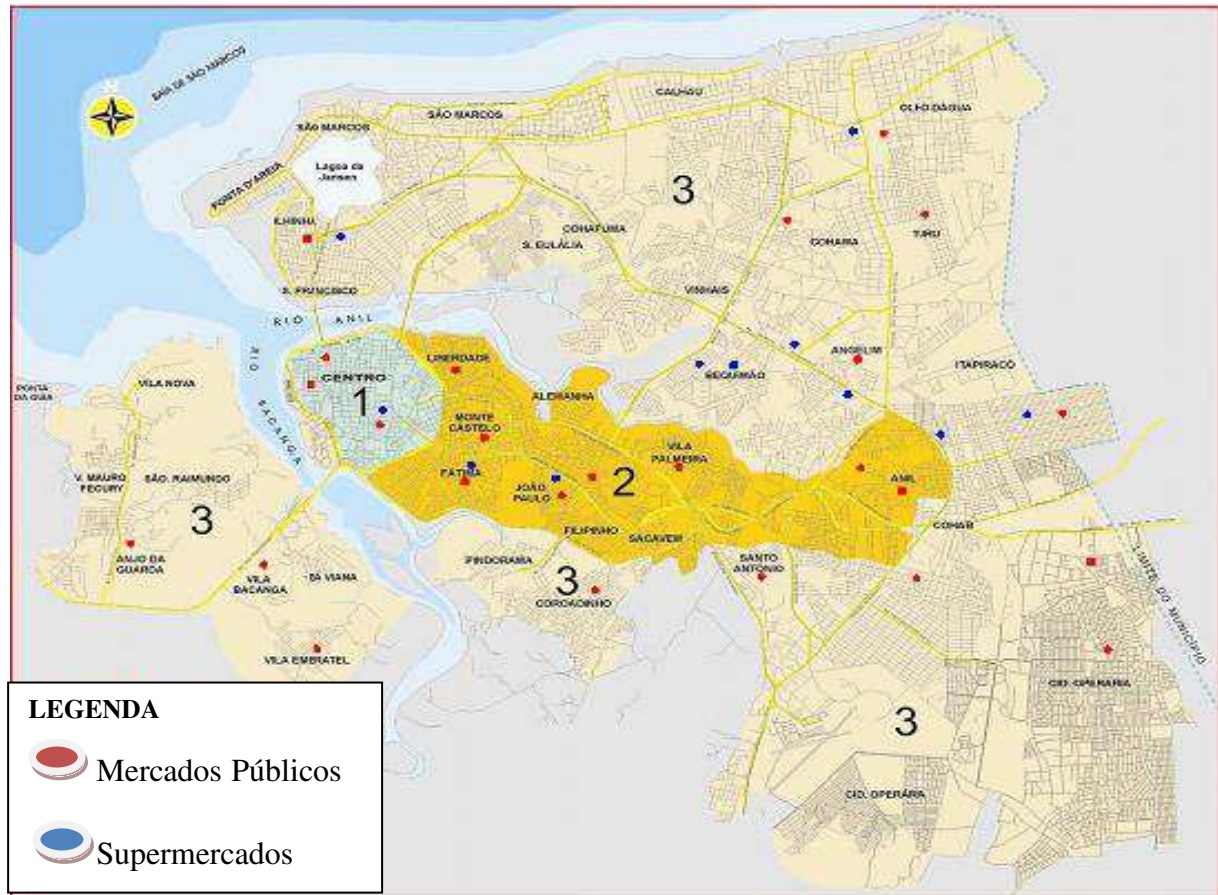
Em São Luís os mercados públicos ocupam, na maioria das vezes, as áreas centrais dos bairros, localizando-se em vias secundárias ou coletoras, tornando-os de maior importância não só para o próprio bairro, como para os adjacentes.

Nas visitas a alguns deles, percebeu-se que parte do comércio do entorno tem relação direta com o próprio mercado e dele depende, dificultando o rompimento destes laços que são econômicos sim, mas que também guardam aspectos afetivos. Essa dependência vai ocasionar um grande impacto, no que diz respeito ao tráfego, acessibilidade, sujeira e poluição sonora, ocorrendo também a ocupação ilegal dos comerciantes em vários casos vistos, dos espaços de circulação próximos ao mercado, gerando uma grande feira e fazendo com que diminuam os frequentadores desse estabelecimento.

A maioria dos mercados da cidade, ainda se mantém vivos, por vários motivos. Mesmo desprovidos de conforto moderno, como os outros empreendimentos de comércio de alimentos, o ato de comprar e vender os produtos da terra faz com que as pessoas se sintam mais próximas a ela e se sintam identificadas com o lugar, já que ele ali está há algum tempo. Também a procura dos produtos frescos e a facilidade na negociação fazem com os usuários ainda se mantenham fiéis em frequentar os mercados.

Neste mapa abaixo, será mostrado que os mercados públicos têm uma maior permanência nos bairros populares, geralmente nas áreas de maior densidade, pelo fato de atraírem outros comércios para seu entorno. E os lugares mais distantes, e em partes mais nobres, são ocupados pelo super e hipermercados, porque estes procuram espaços grandes, de maior especulação imobiliária, que tenham um fácil acesso pelas vias primárias, por causa da sua organização que dispõe de estacionamento e também pelo interesse do monopólio.





Mapa 01. Distribuição dos mercados públicos e supermercados na cidade de São Luís  
 . Fonte: BURNETT, 2008

### 3.4 Visitas aos mercados públicos de São Luís

Á área urbana de São Luís, ao todo, contam atualmente com 29 mercados, 13 feiras fixas e livres, que ocorre um dia na semana, administrados pelas associações dos comerciantes com a co-gestão e fiscalização da prefeitura.

Para uma melhor análise dos mercados públicos de São Luís, foram feitas visitas e entrevistas em 07 (sete) mercados da cidade, sendo duas visitas em cada manhã, com o intuito de saber se o estabelecimento ainda funciona, se a estrutura física ainda está resistente, se ainda é bem freqüentado ou não e saber como funciona a organização para o funcionamento dos mercados. Na escolha destes, foram levados em consideração três itens:

**Proximidades de outras atividades comerciais:** Os mercados têm a tendência de aproximar os comércios ao seu redor.

**Proximidades de área residenciais:** Saber as principais causas de conflito que a movimentação nos mercados gera em torno das residências.

**Centralidade:** importância da área de abrangência que os mercados atingem nos bairros, caracterizando assim a sua importância.

A seguir uma tabela com os nomes dos mercados públicos da cidade de São Luís e seus respectivos endereços. Uma observação, é que o Mercado da Cidade Operária não se encontra nesta relação, porque é o único comandado por uma cooperativa.

Tabela 01. Mercados Públicos Municipais de São Luís

<b>Nº</b>	<b>NOME</b>	<b>ENDEREÇO</b>
01	<i>Mercado do Angelim</i>	Avenida 2000 - Angelim
02	<i>Mercado do Anil</i>	Rua Cônego Tavares s/nº - Anil
03	<i>Mercado do Anjo da Guarda</i>	Rua Odilo Costa Filho s/nº - Anjo da Guarda
04	<i>Mercado do Bairro de Fátima</i>	Rua Boa Esperança s/nº - Bairro de Fátima
05	<i>Mercado Bom Jesus</i>	Avenida Principal s/nº - Bom Jesus
06	<i>Mercado da COHAB</i>	Avenida Jerônimo de Albuquerque s/nº - COHAB
07	<i>Mercado do Coroadinho</i>	Rua São José s/nº - Coroadinho
08	<i>Mercado do Cruzeiro do Anil</i>	Av. São Sebastião s/nº - Cruzeiro do Anil
09	<i>Mercado da Estiva</i>	BR 135 s/nº - Estiva
10	<i>Mercado da Praia Grande</i>	Rua Portugal s/nº - Centro
11	<i>Mercado da Forquilha</i>	Estrada de Ribamar s/nº - Forquilha
12	<i>Mercado do Ipem São Cristovão</i>	Rua 01-C Quadra 02 s/nº - Ipem São Cristóvão
13	<i>Mercado do João Paulo</i>	Avenida Projetada s/nº - João Paulo
14	<i>Mercado da Liberdade</i>	Rua Machado de Assis s/nº - Liberdade
15	<i>Mercado da Macaúba</i>	Caminho da Boiada s/nº - Macaúba
16	<i>Mercado Central</i>	Avenida Guaxenduba nº 03 - Centro
17	<i>Mercado do Monte Castelo</i>	Rua Raimundo Corrêa s/nº - Monte Castelo
18	<i>Mercado do Olho D'água</i>	Avenida São Luís Rei de França s/nº - Olho D'água
19	<i>Mercado do Jardim Primavera</i>	Avenida Leste Oeste s/nº - Cohatrac
20	<i>Mercado do Santa Cruz</i>	Rua 17 de Agosto s/nº - Santa Cruz
21	<i>Mercado do Santo Antônio</i>	Avenida dos Franceses s/nº - Santo Antonio
22	<i>Mercado do São Francisco</i>	Avenida Jaime Tavares s/nº - Centro
23	<i>Mercado do Tirirical</i>	Rua Soares Bezerra s/nº - São Cristóvão
24	<i>Mercado do Turu</i>	Avenida São Luís Rei de França s/nº - Turú
25	<i>Mercado da Vila Bacanga</i>	Rua Felicidade s/nº - Vila Bacanga
26	<i>Mercado da Vila Embratel</i>	Avenida Sarney Filho s/nº - Vila Embratel
27	<i>Mercado da Vila Izabel</i>	Vila Izabel
28	<i>Mercado da Vila Palmeira</i>	Rua Genes Soares s/nº - Vila Palmeira
29	<i>Mercado da Vila Vicente Fialho</i>	Avenida Brasil s/nº - Vila Vicente Fialho

Fonte: Secretária Municipal de Agricultura Pesca e Abastecimento \_ SEMAPA

Com base nos itens descritos acima foram escolhidos os mercados públicos a serem visitados, Tais foram: Mercado central, Mercado da COHAB, Mercado da Macaúba, Mercado do João Paulo, Mercado da Vila Palmeira, Mercado da Cidade Operária e Mercado da Liberdade.

### 3.4.1 Mercado Central

O Mercado Central de São Luís foi construído em 1864. Setenta e cinco anos depois, em 1939, dentro de um programa sanitário, o prédio foi demolido e reconstruído pelo interventor Paulo Ramos. Durante muito tempo passou a se chamar Mercado Novo, devido a essa reconstrução. A última reforma pela qual passou o popular Mercado Central foi em 1992 e agoniza em meio ao talento e à disposição dos feirantes que viram o mercado crescer. Trata-se de um prédio de arquitetura tradicional: um galpão, com estrutura em concreto com cobertura de fibrocimento e telha cerâmica.



Figura 10: Entrada do Mercado Central  
Fonte: própria, 2010



Figura 11: Lateral do Mercado Central  
Fonte: própria, 2010

Está subdividido em boxes, bancas e corredores, coloridos apenas pelas cores e diversidade dos produtos ali expostos. Como acontece na maioria dos mercados (veremos a seguir), assim como neste, existem aqueles feirantes que ocupam as áreas de circulação de transeuntes, para expor seus produtos, porque dispõem de espaços pequenos. Também, um item diferenciado neste estabelecimento é que alguns boxes possuem equipamentos de refrigeração para carnes, o que em outros mercados vistos não existem.

É de fácil acesso, porque está próximo a parada de ônibus e em uma via coletora e atende uma grande parte da cidade, por possuir produtos específicos, que em outros mercados não existem.



Figura 12: equipamento de refrigeração  
Fonte: própria, 2010



Figura 13: bancas do Mercado Central  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.2 Mercado da COHAB

Em fevereiro de 1968, foi entregue o 1º conjunto da COHAB – Anil. No início de 1971, se iniciou a comercialização irregular de mercadorias na via pública do então centro comercial da COHAB. Depois de 39 anos de caos a prefeitura e SEMAPA concluí o Mercado Público da COHAB, sendo entregue a população em abril de 2010 e ficando na responsabilidade da SEMAPA.

O mercado tem uma via exclusiva de acesso, mas está localizado em uma via primária, a Jerônimo de Albuquerque. É bastante iluminado, e de acordo com a visita e as entrevistas, possui boxes e bancas pequenos fazendo com os feirantes ocupem o lugar de circulação dos transeuntes dentro do mercado. Possui uma zonificação, de forma que os frangos, carnes pescaria e lanchonetes, localizam-se nas laterais do mercado e os produtos não alimentícios estão no centro do mercado.



Figura 14: Entrada do Mercado da COHAB  
Fonte: própria, 2010



Figura 15: feira, antes da construção do mercado da COHAB  
Fonte: SEMOSP, 2010

Depois da consolidação do mercado houve uma diminuição na frequência dos consumidores no estabelecimento, porque ainda ficaram muitas barracas externas, sendo estas mais utilizadas.



Figura 16: centro do Mercado da COHAB  
Fonte: SEMOSP, 2010



Figura 17: bancas que ocupam os corredores  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.3 Mercado da Macaúba

O Mercado da Macaúba foi entregue em 1973 a população, possuindo um galpão em estrutura metálica e concreto e composto por vários boxes e bancas. Está localizado no centro da cidade, mas em uma rua onde não tem muita movimentação, sendo composta em maior parte por habitações residenciais. Está praticamente falido, existindo apenas 6 vendedores que ainda resistem no tempo. É comandado atualmente por uma Associação de feirantes.



Figura 18: entrada do Mercado da Macaúba  
Fonte: própria, 2010



Figura 19: interior do Mercado da Macaúba  
Fonte: própria, 2010



Figura 20: interior do Mercado da Macaúba  
Fonte: própria, 2010



Figura 21: interior do Mercado da Macaúba  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.4 Mercado do João Paulo

Em 1978 o mercado foi concluído, no governo de João Castelo, ficando sob responsabilidade da Associação de Feirantes. Funcionava antigamente, onde existe hoje a Big Ben do João Paulo e surgiu primeiramente na rua. Está localizado no corredor secundário, a Avenida João Pessoa, caracterizada por ser comercial.

É composto por um galpão em estrutura metálica e uma zonificação desorganizada, em termo dos produtos não estarem dispostos em suas devidas alas, causando desordem e mais sujeira em vários pontos do mercado. É um lugar que perdeu com o tempo uma grande parte de freqüentadores, porque antes de chegar ao estabelecimento foi gerado em torno deste uma enorme feira, onde se vende de tudo, fazendo com que as pessoas antecipem suas compras nessas ocupações “ilegais”. Esta feira causa um grande impacto no trânsito do bairro o que dificulta também a circulação dos pedestres.



Figura 22: feira antes de chegar ao Mercado do João Paulo  
Fonte: própria, 2010



Figura 23: interior do Mercado do João Paulo  
Fonte: própria, 2010



Figura 24: interior do Mercado da João Paulo  
Fonte: própria, 2010



Figura 25: interior do Mercado do João Paulo  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.5 Mercado da Vila Palmeira

Foi entregue à população em 1982, no governo de João Castelo. Possui um galpão com estrutura metálica e telha de fibrocimento, e algumas instalações ao redor que foram se implantaram depois.



Figura 26: exterior do Mercado da V. Palmeira  
Fonte: própria, 2010



Figura 27: interior do Mercado da V. Palmeira  
Fonte: própria, 2010

Encontra-se em uma via coletora que serve também de entrada principal para o bairro. É comandado por uma associação e encontra-se em estado de abandono, mas ainda é pouco freqüentado. Está localizado em uma área com poucos comércios em volta do mercado e sem muito fluxo de pessoas a pé, caracterizando-a principalmente, como passagem de veículos.



Figura 28: exterior do Mercado da V. Palmeira  
Fonte: própria, 2010



Figura 29: boxes externos ao Mercado da V. Palmeira  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.6 Mercado da Cidade Operária

Construído na época do conjunto COHAB, foi inaugurado em julho de 1989 por Epitácio Cafeteira. É único mercado em São Luís comandado por uma cooperativa. Possui um galpão com estrutura em concreto e telhado cerâmico.



Figura 30: estrutura do Mercado da C. Operária  
Fonte: própria, 2010



Figura 31: interior do Mercado da C. Operária  
Fonte: própria, 2010

Como aconteceu com outros visitados, este mercado tornou-se pouco freqüentado, também por causa da ocupação ilegal de outros feirantes em frente à edificação. Eles oferecem variedades de produtos, e às vezes até mais baratos do que no próprio mercado.

Possui fácil acesso pela avenida principal do bairro e gera, assim como a maioria visto, um grande comércio “ilegal” ao seu redor.





Figura 32: ocupação ilegal externa ao Mercado  
Fonte: SEMAPA, 2010



Figura 33: entrada do Mercado da C.Operária  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.7 Mercado da Liberdade

O Mercado da Liberdade antes de ser tal, era um matadouro, no próprio bairro. Funcionava apenas como feira livre nas ruas da Liberdade. Em 1991 foi inaugurado o Mercado da Liberdade. Possui dois galpões, com estrutura metálica, em níveis diferentes. É um mercado que também hoje em dia possui poucos frequentadores, sendo que ao redor deste também possui um comércio intenso.



Figura 34: entrada do Mercado da Liberdade  
Fonte: própria, 2010



Figura 35: interior do Mercado da Liberdade  
Fonte: própria, 2010

Atualmente está passando por uma reforma, pela Prefeitura de São Luís.



Figura 36: comércio externo ao Mercado da Liberdade  
Fonte: própria, 2010



Figura 37: reforma no Mercado da Liberdade  
Fonte: própria, 2010

### 3.4.8 Considerações sobre as visitas realizadas

Conhecendo os mercados públicos de São Luís mais de perto, percebemos que é um lugar onde existem pessoas com histórias pra contar e que já passaram esse trabalho de geração em geração, pessoas que trabalham lá há mais de 20, 30 anos e que viram o desenvolvimento e cada mudança que aconteceu no passar dos anos.

Em relação à localização, estes estabelecimentos estão em bairros populares da cidade, a maioria de classe média baixa e muitos estão implantados em vias locais e/ou coletoras, o que quer dizer que tem ligação direta com o bairro onde estão localizados e são importantes para o abastecimento dos mesmos, já que também acabam sendo mais próximos das residências.

A maioria dos mercados vistos tem algo em comum: 70% dos visitados servem como um ímã para a instalação de outros comércios ao seu redor. O que vem a ocasionar a existência dos “camelôs” – vendedores ambulantes que ocupam ilegalmente os espaços próximos as áreas comerciais ou até mesmo junto às construções.

Em relação à estrutura física, exceto o Mercado da COHAB, que foi entregue a população em abril de 2010, possuem ventilação inadequada, pouca iluminação, equipamentos enferrujados e os tamanhos dos boxes e bancas são relativamente pequenos, fazendo com que os feirantes ocupem os espaços de circulação dos usuários, desorganizando assim a “estrutura” visual do lugar. Em contrapartida, também possuem falta de higiene e de conhecimento dos feirantes para manusear os produtos.

Já o estado de esvaziamento desses estabelecimentos, vem também do descaso público e da mudança de comportamento dos próprios usuários em querer optarem por outras formas de comércio, que tem mais conforto e facilidade na hora das compras. Mas mesmo assim, ainda são freqüentados pelos usuários que vão à procura de produtos mais baratos e frescos e pela relação de confiança e amizade que já mantiveram com os próprios feirantes.

### **3.5 Entrevistas aos mercados públicos visitados**

Foram entrevistados nos 07 (sete) mercados de São Luís, um total de 20 feirantes e 15 usuários, para percebermos as relações diretas e indiretas, que ainda fazem as pessoas não abandonarem essa forma “tradicional” de comércio.

As entrevistas têm como foco saber:

- A origem dos entrevistados. Se são pessoas humildes em sua maioria compostas por analfabetos ou ainda senhores e senhoras aposentados que buscam na feira um complemento;
- Tempo de trabalho. Se trabalham há muito tempo no mercado, adquirindo assim clientes fixos;
- Instalações do mercado. Saber o que os feirantes e consumidores acham das instalações físicas;
- Segurança. Saber se o mercado e o entorno possuem segurança adequada, de modo que as pessoas possam transitar e vender sem problemas;
- Acessibilidade. Saber se a população acha adequada e suficiente a circulação de dentro do mercado e do entorno;
- Freqüência nos mercados. Por que as pessoas ainda freqüentam as feiras, depois do aparecimento dos supermercados e hipermercados.

Em síntese foi percebido que a maioria dos feirantes dos mercados trabalham há mais de 30 anos, e que deixaram seus estudos de lado e foram trabalhar para seu sustento e tiveram uma única oportunidade de comercializar o que aprenderam quando eram pequenos, e encontraram a única solução, o mercado.

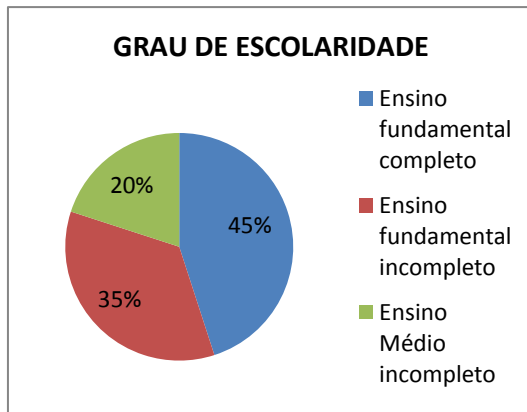


Gráfico 02. Grau de escolaridade



Gráfico 03. Tempo de trabalho no mercado

Antes, as pessoas tinham uma idéia muito fechada sobre os mercados, os produtos comercializados e seus comerciantes. Era suposto que só trabalhavam no mercado pessoas que não freqüentaram a escola ou não tinha conseguido um trabalho melhor, algumas apenas, chegaram a freqüentar a escola, outras, no entanto, nunca estiveram numa sala de aula. Mas foi observado em algumas entrevistas que as pessoas trabalham em outro ramo e tiram do mercado só um complemento para o sustento.

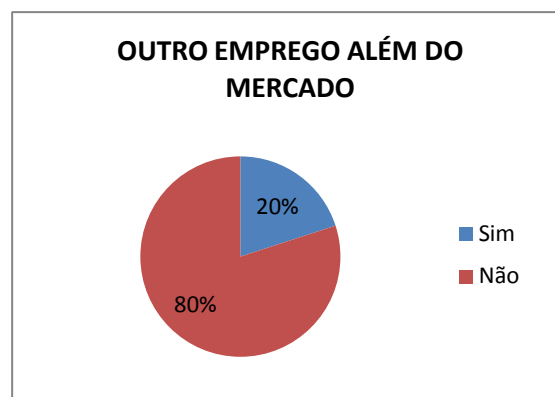


Gráfico 04. Emprego além do mercado

Outro ponto muito citado nas entrevistas foi que os boxes e bancas cedidos aos feirantes são muito pequenos e não tem condição higiênica adequada, fazendo com que acumule sujeira nos espaços de manuseio dos mesmos e a ocupação dos excedentes nos corredores.

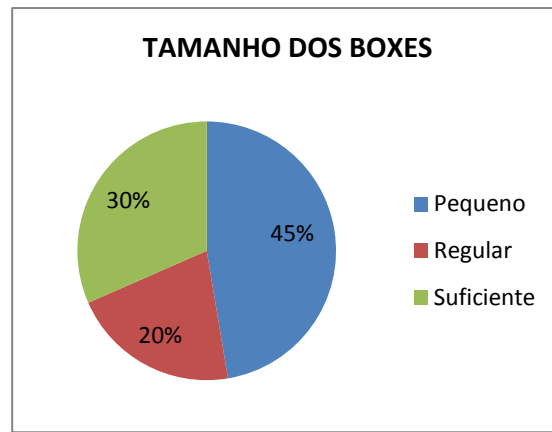


Gráfico 05. Tamanho dos boxes

Em relação ao fluxo de pessoas que ainda freqüentam o mercado, foi constatado que estes não são mais tão freqüentados como antes, até mesmo pela concorrência de outros comércios com o próprio mercado e a falta de segurança que inibe às vezes as pessoas de freqüentarem esses estabelecimentos.

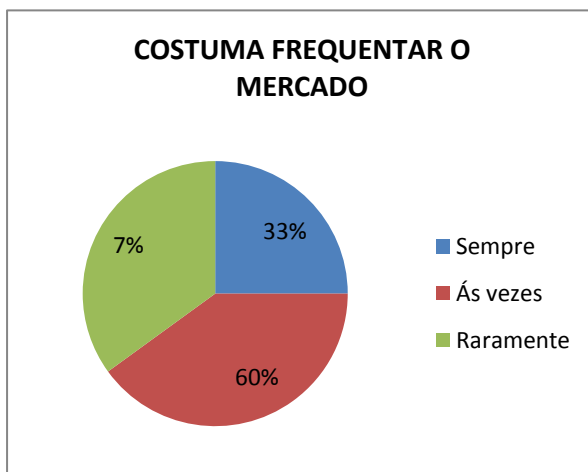


Gráfico 06. Freqüência ao mercado

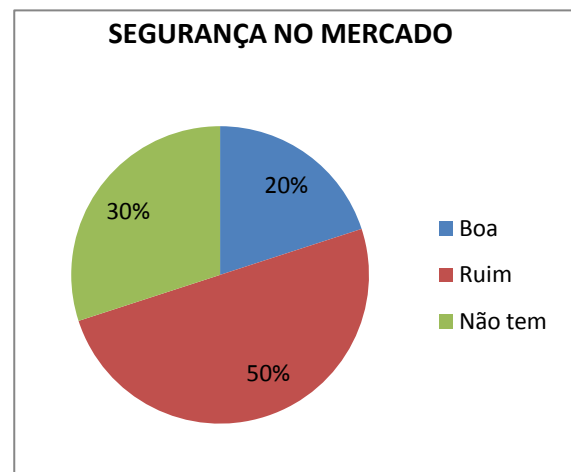


Gráfico 07. Segurança do mercado

Como os usuários, que também fazem manter viva a existência deste comércio tradicional, as pesquisas revelam que existem vários motivos que faz com que isso aconteça: a proximidade do mercado dentro dos bairros e os produtos frescos e mais baratos são um desses. Além do acesso, que é privilegiado por estar localizados em vias locais ou coletoras o que facilita o deslocamento rápido dos usuários ao estabelecimento.

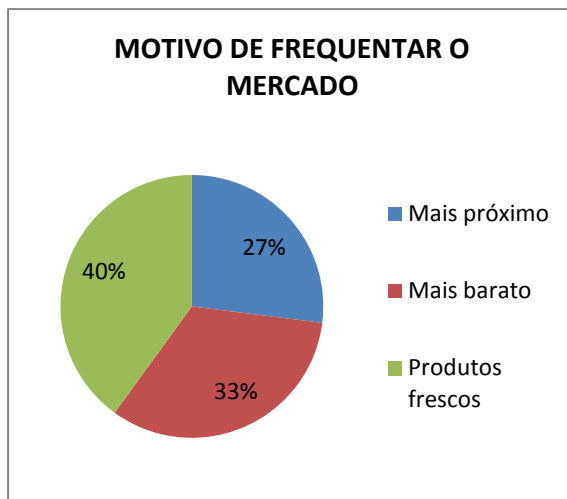


Gráfico 08. Motivo de frequência no mercado

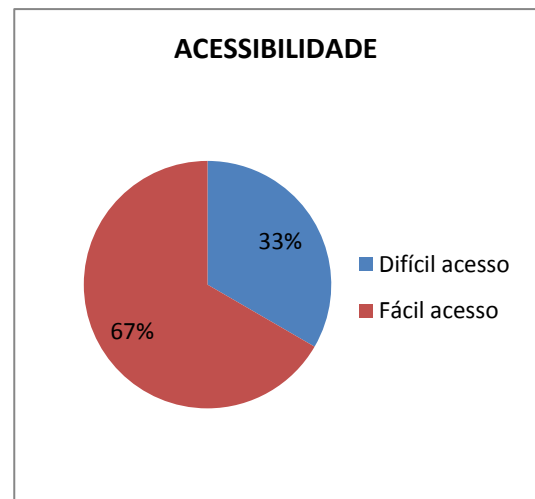


Gráfico 09. Acessibilidade no mercado

Essas pesquisas e entrevistas tiveram o intuito de enfatizar o quão é importante o mercado na vida das pessoas. Além de servir como fonte de renda para muitas destas, possuem um grande potencial econômico, servindo como um “ímã” para o acúmulo de outros comércios próximos ao mercado.

Constatamos, pelo estado de alguns mercados visitados, que ainda é preciso melhorar muito esses estabelecimentos, para que eles continuem vivos em uma sociedade que, a cada tempo que passa se atualiza e procura mais o conforto, segurança e qualidade nos produtos que vai consumir.

## 4. O MERCADO PÚBLICO DE FÁTIMA

### 4.1 Características sócio-econômicas e ambientais do Bairro de Fátima

Para entendermos o contexto e importância que o Mercado de Fátima possui, vamos fazer uma análise urbana e arquitetônica do Bairro de Fátima.

É difícil precisar quando o Bairro de Fátima surgiu devido a sua extensão territorial ter sido no passado, uma área de manguezais a qual pertencia à área do Rio das Bicas o qual faz parte hoje da área de preservação do Parque Nacional do Bacanga.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trabalho apresentado ao curso de Turismo e Lazer da FAMA (Faculdade Atenas Maranhense), sobre a análise do Bairro de Fátima em 2004, orientadora do trabalho: Vanda.



Mapa 02. Delimitação do Bairro de Fátima  
Fonte: Google Imagens 2011

Em meados da década de 40 e 50, o bairro começou a ter sua ocupação de forma mais progressiva, contudo existem duas vertentes para o surgimento do nome do bairro: a primeira seria o fato de existir uma serraria no Conjunto Elca (nome da praça ao lado do atual Mercado de Fátima), onde as serragens eram utilizadas pelos moradores para fazer caeiras, onde após a queima obtinham o carvão, surgindo a partir daí o primeiro nome do bairro, Cavaco.

Já em 1953 o bairro muda de nome com a chegada da réplica da imagem de Nossa Senhora de Fátima, oriunda de Portugal a qual estava em São Luís e acabou por passar pelo bairro para a inauguração da capela. Até então, o bairro chamado de Cavaco, passa a se chamar Bairro de Fátima.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Trabalho apresentado ao curso de Turismo e Lazer da FAMA (Faculdade Atenas Maranhense), sobre a análise do Bairro de Fátima em 2004, orientadora do trabalho: Vanda.



Figura 38: Igreja de Nossa Senhora de Fátima.

Fonte: própria, 2011

Segundo o IBGE, em 2004 o bairro possuía cerca de 17.000mil hab, mas segundo a Fundação Nacional de Saúde o bairro tem cerca de 31.230 hab, sendo que a população é usuária principalmente dos serviços prestados pelas escolas particulares e públicas, farmácias, lojas de construção, supermercados, petishop, salões e estabelecimentos de lazer como parques lanchonetes e bares.

O bairro dispõe de três áreas comerciais, sendo que, uma é o próprio bairro, o qual dispõe principalmente de comércios que vendem produtos alimentícios, além do Mercado Fátima, os demais são a Avenida Kennedy, onde se encontra lojas de peças de veículos e lojas de materiais de construção e Avenida dos Africanos, caracterizada também, por lojas de veículos e peças do mesmo. A maioria dos consumidores 80% são moradores e 20% de outros lugares, que procuram o bairro para oferecer produtos mais baratos.<sup>3</sup>

## 4.2 Morfologia urbana do bairro

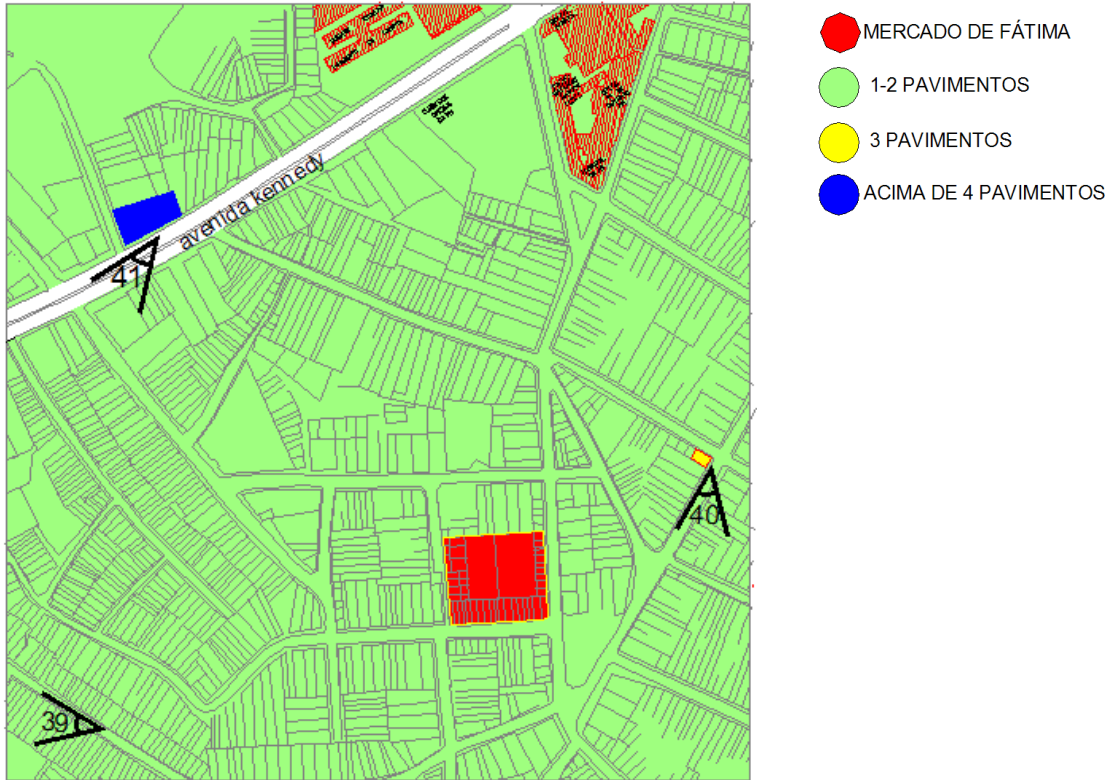
São encontrados no Bairro de Fátima diversos tipos de casas da mesma tipologia, com padrão de nível baixo, porque a maior parte da população recebe entre 1 e 2 salário mínimo e poucas edificações com mais de dois pavimentos.

O Gabarito máximo permitido mais encontrado no lugar é o de 1 a 2 pavimentos, e o tamanho dos lotes é em média 5x15m, dispendo de edificações com padrão construtivo em alvenaria e telhas cerâmica.

---

<sup>3</sup>Trabalho apresentado ao curso de Turismo e Lazer da FAMA (Faculdade Atenas Maranhense), sobre a análise do Bairro de Fátima em 2004, orientadora do trabalho: Vanda.





Mapa 03. Morfologia urbana  
 Fonte: própria, 2011

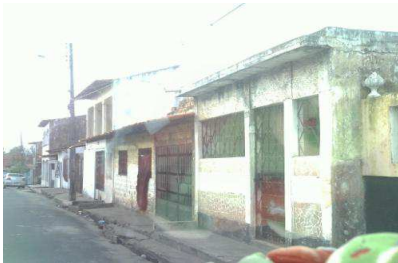


Figura 39. Edificação de 1-2 pavimentos  
 Fonte: própria, 2011



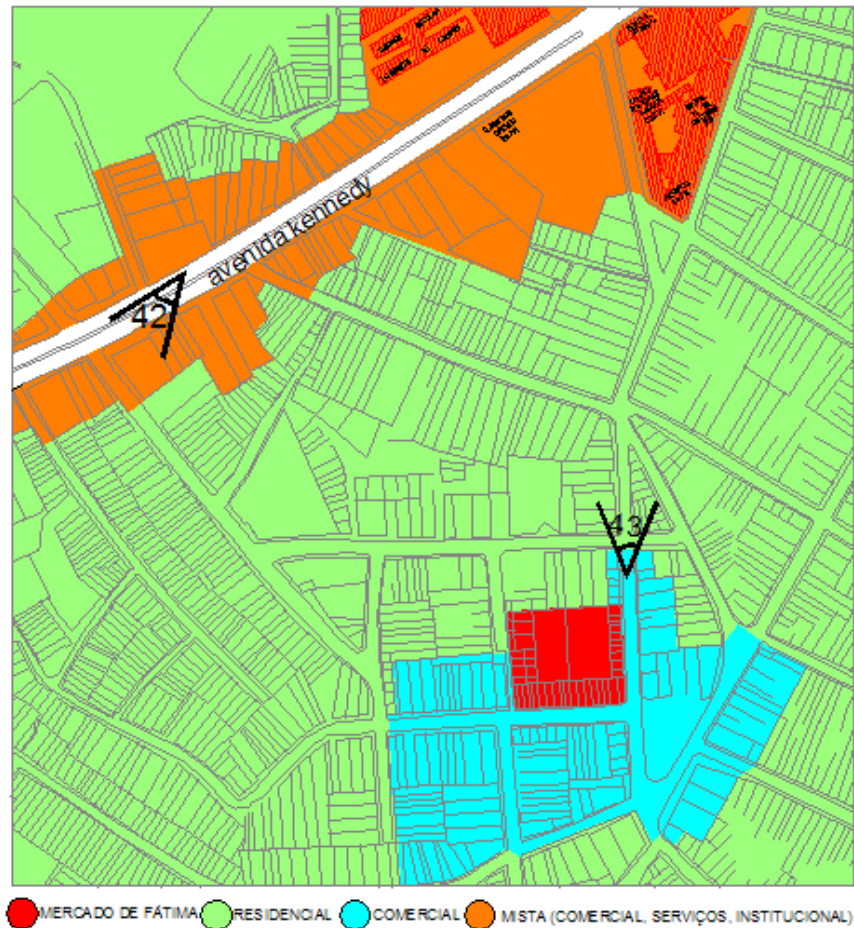
Figura 40. Edificação de 3 pavimentos  
 Fonte: própria, 2011



Figura 41. Edificação acima de 4 pavimentos  
 Fonte: própria, 2011

### 4.3 Uso do solo do bairro

A grande característica do bairro é a variedade de usos, o que a faz ser ponto bastante importante na cidade e no seu próprio contexto. Dentre todas as atividades podemos destacar: padarias, lojas de variedades, mercearias, farmácias e bares, lojas de material de construção, mecânica, etc.



Mapa 04. Uso do solo

Fonte: própria, 2011



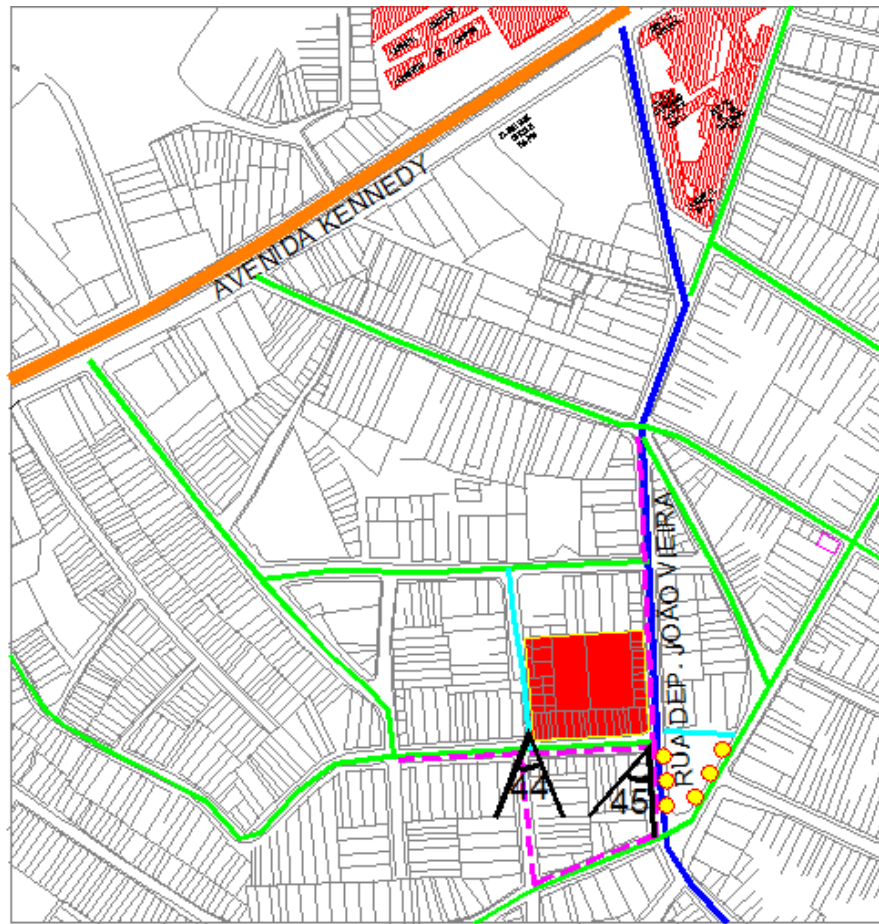
Figura 42. Avenida Kennedy  
Fonte: própria, 2011



Figura 43. Rua Dep. João Vieira  
Fonte: própria, 2011

#### 4.4 Sistemas de circulação, estacionamentos, infraestrutura urbana

A área é circundada por ruas e avenidas bastante movimentadas. O ponto mais crítico do entorno do mercado é o alto tráfego de veículos em movimento e estacionados, justamente por causa da falta de estacionamentos adequados. Isso ocasiona poluição sonora e atmosférica e interfere na dificuldade da passagem dos pedestres e dos próprios veículos, que também não possuem espaço de calçadas, porque são ocupados pelos comerciantes e carros estacionados. A Rua Deputado João Vieira é o ponto de mais acúmulo de veículos, porque além de ser passagem das linhas de ônibus, é uma via onde se estacionam carros dos dois lados da rua.



Mapa 05. Hierarquia viária

Fonte: própria, 2011

#### LEGENDA








- |   |   |   |              |  |           |
|---|---|---|--------------|--|-----------|
|  | VIA SECUNDÁRIA                              |  | VIA COLETORA |  | VIA LOCAL |
|  | MERCADO DE FÁTIMA                           |   |              |  |           |
|  | PONTOS DE GRANDE ESTACIONAMENTO DE VEÍCULOS |   |              |  |           |
|  | RUA QUE NÃO PASSA VEÍCULO                   |   |              |  |           |
|  | PONTO DE TÁXI                               |   |              |  |           |



Figura 44. Rua que não passa veículos  
Fonte: própria, 2011



Figura 45. Carros estacionados na rua lateral ao Mercado  
Fonte: própria, 2011

O entorno e o local, contam com redes de abastecimento de água, esgoto local e pluvial, fornecimento de energia elétrica, iluminação pública e transporte público.

Como **potenciais** podemos identificar:

- Diversidade de usos: caráter misto – residencial, serviços e comercial;
- Ponto de fácil acesso a pé e de carro;
- Possui uma 3 linhas de ônibus que passam pelo bairro;
- Bom funcionamento do Mercado;
- Terreno relativamente grande com pouco desnível.

Como **limitações** podemos identificar:

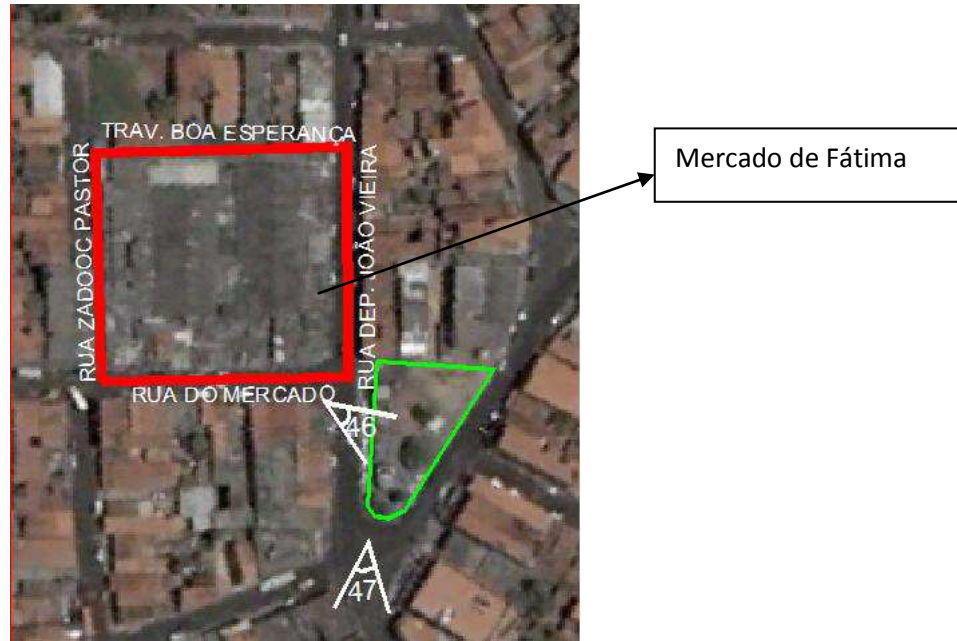
- Vias do entorno em processo de saturação por causa da grande quantidade de veículos estacionados e do próprio trânsito de veículos;
- Altura das edificações baixas em função das características de baixo poder aquisitivo no bairro;

#### 4.5 Histórico do Mercado de Fátima

. Foi o primeiro mercado do Bairro e começou com os próprios moradores que implantaram suas barracas na praça ao lado do atual mercado. Logo em seguida, com a reivindicação dos mesmos, o mercado foi consolidado pela Prefeitura da época e apoio do vereador Genival Marinho de Souza.

Como o espaço foi se tornando pequeno com o passar do tempo, o mesmo foi mudado de lugar, sendo criada uma Biblioteca no espaço que antes existia o mercado. A prefeitura indenizou o terreno ao lado, onde funcionava uma vacaria, local de existência do atual

mercado, e construiu um novo. Em 1981 o mesmo foi reinaugurado no governo de João Castelo e na Prefeitura de Roberto Macieira, ficando em mãos da Associação dos Feirantes do Mercado de Fátima.<sup>4</sup>



Mapa 06. Localização do Mercado de Fátima  
Fonte: Google Imagens 2011.



Figura 46: entrada do Mercado de Fátima  
Fonte: própria, 2011.



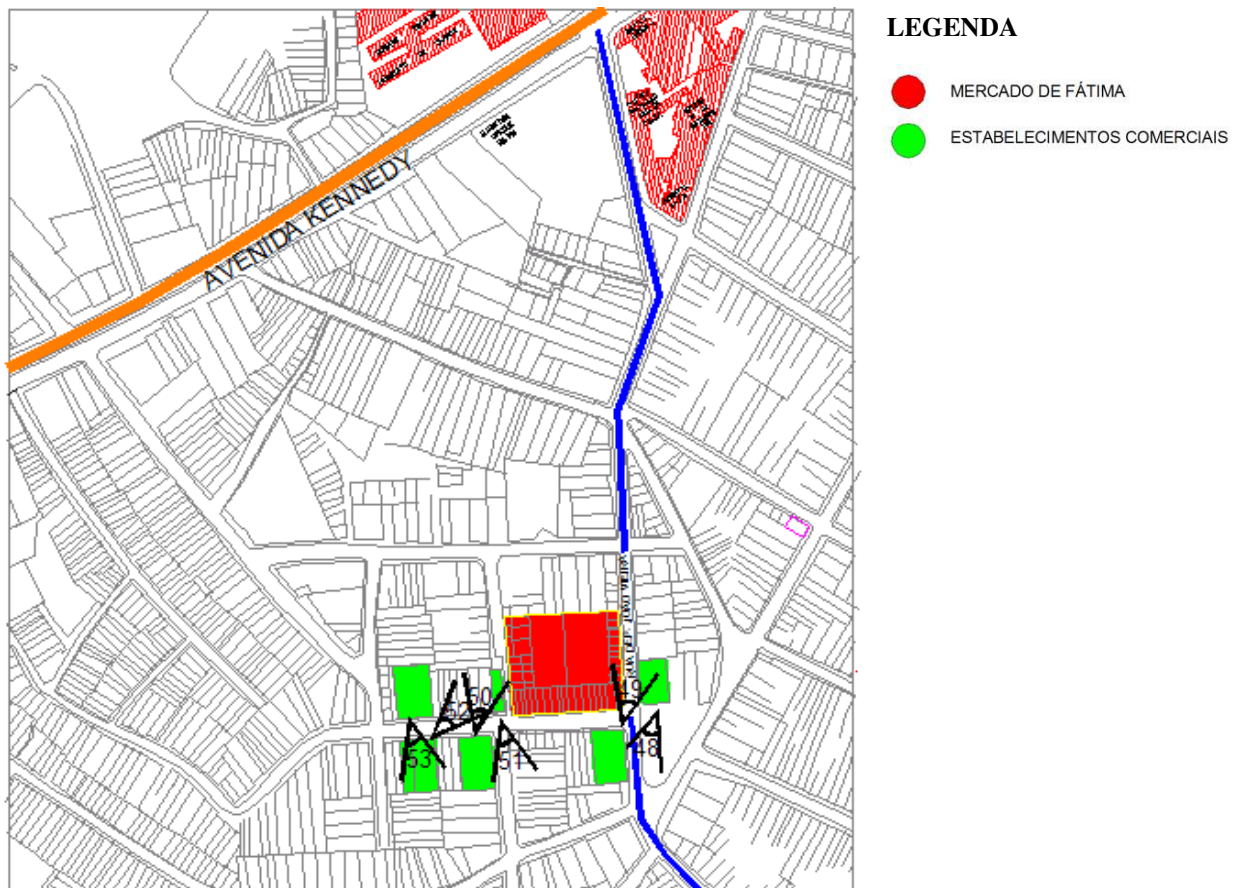
Figura 47: praça onde existiu o primeiro Mercado  
Fonte: panoramio.com. Acesso em: Jan, 2011.

<sup>4</sup> Informações cedidas nas entrevistas com 3 (três) moradores do Bairro: Deuzedina, 56 anos, trabalha no Mercado de Fátima; Jane da Conceição Pereira, 49 anos, moradora do Bairro de Fátima e Arlindo, 61 anos, funcionário da Biblioteca Municipal do Bairro de Fátima.

#### 4.6 Análise da situação atual do Mercado de Fátima

O Mercado de Fátima é comandado por uma associação composta por 04 pessoas, entre presidente e vice, tesoureiro, secretário e mais 11 funcionários. É o único dentro do Bairro de Fátima, que atende não só os moradores do lugar como outra parcela da população que residem nos bairros próximos. Porém, como está localizado em torno de outros comércios que vendem produtos alimentícios, e em consequência rodeado dos “camelôs”, está sofrendo um grande esvaziamento, até porque, como possui boxes voltados para a rua, as pessoas antecipam suas compras nessa área do mercado e acabam nem entrando nele.

Isso acabou implicando na mudança de horário de funcionamento do mercado, que antes era o dia todo e hoje em dia, só funciona pela manhã, gerando uma grande reclamação dos feirantes que acabam tendo que fechar seus boxes mais cedo, por conta de não ter ninguém no mercado.



Mapa 07: Mapa de localização dos comércios próximos ao Mercado de Fátima  
Fonte: própria, 2011



Figura 48. Fribal ao lado do Mercado  
Fonte: própria, 2011



Figura 49. Varejo em frente ao Mercado  
Fonte: própria, 2011



Figura 50. Varejo na rua do Mercado  
Fonte: própria, 2011



Figura 51. Varejo na rua do Mercado  
Fonte: própria, 2011



Figura 52. Varejo na rua do Mercado  
Fonte: própria, 2011



Figura 53. Varejo na rua do Mercado  
Fonte: própria, 2011

O Presidente Francellino Pereira explicou que, duas vezes por semana, a Prefeitura Municipal da capital manda lavar todo o mercado e diariamente o caminhão do lixo passa para recolher o acumulado.

#### 4.7 Análise arquitetônica e urbanística do Mercado de Fátima

O mercado está formado por dois galpões, acrescidos de uma área externa, que foi ocupada depois pelos próprios feirantes. Possui em torno de 200 boxes, 69 bancas, 350 feirantes cadastrados.

Possui boxes em diversos tamanhos e a maioria deles não possui instalação de pias. Já as bancas têm um mesmo tamanho e algumas não são revestidas adequadamente de forma padrão, de acordo com as normas da ANVISA, principalmente as de hortifrutigranjeiros.



Figura 54: Bancas com revestimento  
Fonte: SEMOSP



Figura 55: Bancas sem revestimento  
Fonte: SEMOSP

Em alguns pontos do mercado a iluminação é pouca, porque as ocupações externas fizeram com diminuísse a iluminação nessas áreas.



Figura 56: Áreas do mercado com pouca iluminação  
Fonte: SEMOSP



A instalação dos banheiros não é condizente com o número de pessoas que ali freqüentam, inclusive em um dia de visita ao estabelecimento os banheiros estavam sendo reformados.



Figura 57: Banheiros antes da reforma  
Fonte: SEMOSP



Figura 58: Banheiros depois da reforma  
Fonte: própria, 2011

Uma das coisas encontradas na visita ao mercado foi à mistura de alguns quiosques, como por exemplo, uma loja de roupas e lanchonete no meio dos hortifrutigranjeiros. Assim como boxes espalhados, sem uma organização, em relação a circulação, na entrada, meio e fim do mercado. Também existe uma ocupação “irregular” dentro do próprio mercado, que são aquelas pessoas que montam suas bancas em um lugar e pagam um valor bem inferior aos que tem bancas e boxes no mercado. Com a figura abaixo, podemos perceber como funciona a zonificação dentro do mercado.



Figura 59: Mistura de produtos  
Fonte: própria, 2011

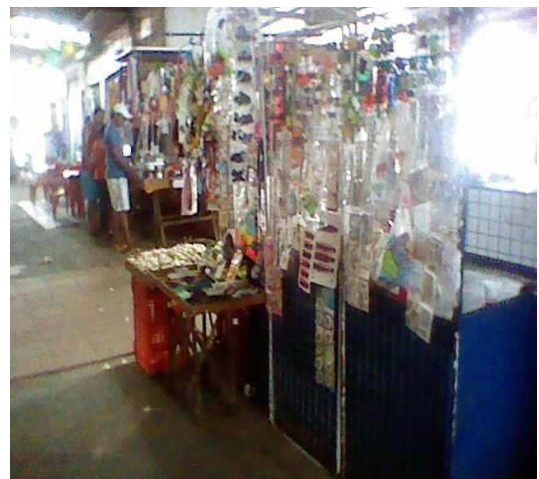


Figura 60: Bancas “ilegais” dentro do mercado  
Fonte: própria, 2011

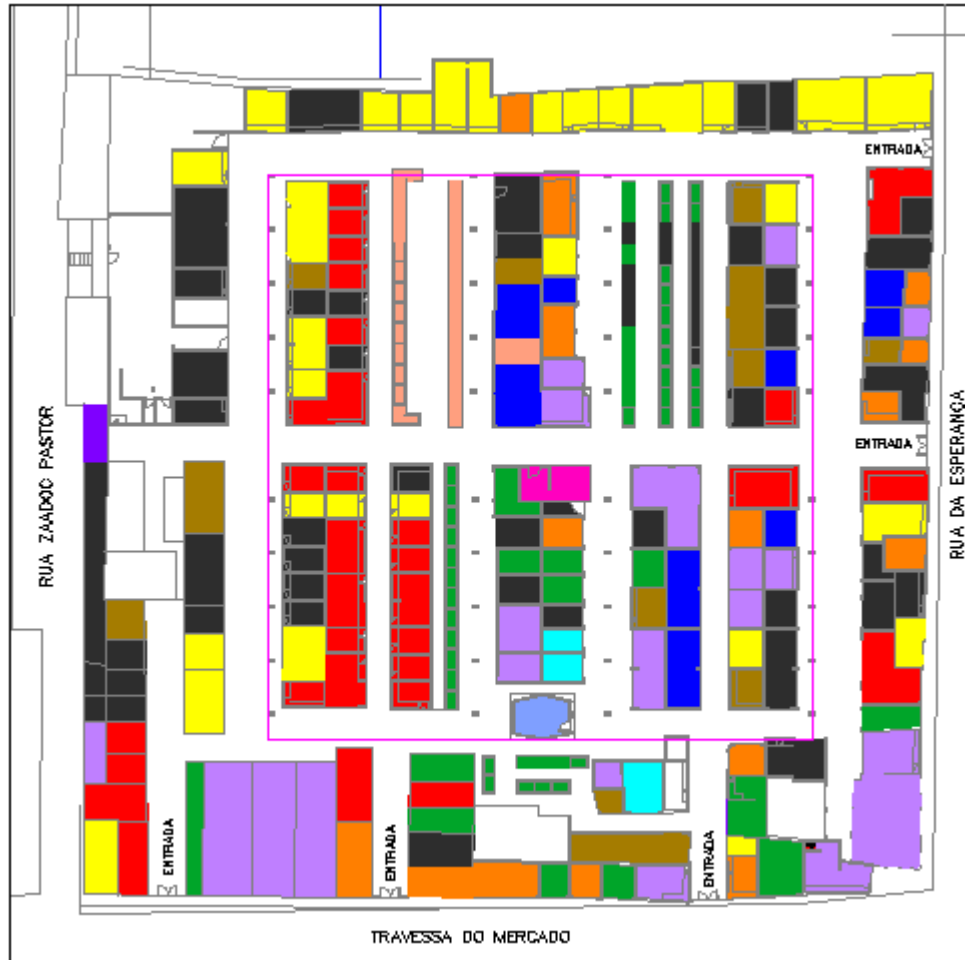


Figura 61. Zonificação atual do Mercado de Fátima  
Fonte: própria, 2011



A estrutura física do mercado é sustentada por pilares, com base em concreto e o corpo é uma viga treliçada e telhado de fibrocimento. Essa estrutura do telhado está bastante enferrujada e comprometida, porque as telhas também estão soltando. Alguns boxes são em alvenaria, revestidos com cerâmica, tem cobertura em laje de concreto, e os outros têm cobertura de fibrocimento. O fechamento dos mesmos é em grade metálica e o piso cerâmico, e no resto do mercado é cimentado. As bancas são em alvenaria, revestidas com material cerâmico e outras não, como foi mostrado acima.



Figura 62: Estrutura dos pilares

Fonte: própria, 2011



Figura 63: Estrutura do telhado

Fonte: SEMOSP

Outro ponto interessante é a utilização de equipamentos, como as balanças, onde algumas estão enferrujadas o que pode alterar na hora de pesar os produtos. Bem como boxes de carne também com ventiladores enferrujados e com teias de aranhas, além de sujeira no teto. Outra grande reclamação dos feirantes é que os boxes e bancas são pequenos para a grande quantidade de suas mercadorias, facilitando assim, a ocupação destes no espaço de circulação dos transeuntes.



Figura 64: Ocupação do espaço de circulação

Fonte: própria, 2011



Figura 65: Fiação exposta e teia de aranha

Fonte: SEMOSP

Como foi comentado anteriormente da ocupação dos chamados “camelôs” em volta dos estabelecimentos, no Mercado de Fátima não é diferente. As ocupações feitas pelos feirantes na calçada do mercado impossibilitam uma circulação livre dos usuários, que tem que andar sempre pela rua, além dos carros que ficam estacionados na frente e na lateral do mercado.



Figura 66: Calçadas externas do Mercado  
Fonte: própria, 2011



Figura 67: Calçadas externas do Mercado  
Fonte: própria, 2011

Como podemos perceber o Mercado de Fátima precisa de uma boa estrutura física e organizacional e um tratamento urbanístico para melhorar o fluxo de pessoas e de veículos em torno do mesmo.

### **PROBLEMAS ORGANIZACIONAIS**

- Os feirantes não possuem capacitação;
- O mercado não possui recursos mantenedores de nenhuma instituição;
- Falta de segurança dentro do mercado e no entorno;
- Desorganização dos feirantes no mercado.

### **PROBLEMAS FÍSICOS**

- Telhado crítico em estado de corrosão;
- Fiação elétrica exposta;
- Equipamentos de trabalho sujos, como bancadas e balanças enferrujadas;
- Sujeira no teto e ventiladores enferrujados;

- Boxes e bancas sem a devida instalação impostas pela Vigilância Sanitária;
- Bancas e pequenas fazendo com que os feirantes tomem o espaço de circulação dos transeuntes;
- Do lado externo os feirantes ocupam o espaço das calçadas;
- Falta de acessibilidade, por causa dos carros estacionados em lugares impróprios, dificultando a passagem destes e dos ônibus.

#### 4.8 Entrevistas feitas no Mercado de Fátima

As entrevistas ao Mercado foram feitas com 10 feirantes e 10 consumidores, em dois dias de visita ao estabelecimento. O foco das entrevistas é conhecer a dia-a-dia daquelas pessoas que trabalham como feirantes se estão satisfeitas com a venda ou não, tempo que trabalham no mercado, se as instalações físicas agradam, acessibilidade e sugestões de melhorias para o mercado.

Como os usuários também são parte importante para a sobrevivência do mercado, as perguntas também os direcionam com o intuito de saber o tempo de frequência no local, acessibilidade, segurança e o que acham também, das instalações físicas no estabelecimento.

De acordo com as entrevistas, podemos perceber que apesar da diminuição do fluxo das pessoas no Mercado, e das instalações não serem suficientes, os feirantes, onde 40% trabalham mais de 20 anos no mercado, ainda tiram seu sustento do mesmo, mantendo uma relação de confiança com os consumidores, além das facilidades na negociação, produtos frescos e baratos que os oferecem, explicando assim a permanência dos feirantes e dos consumidores no Mercado.

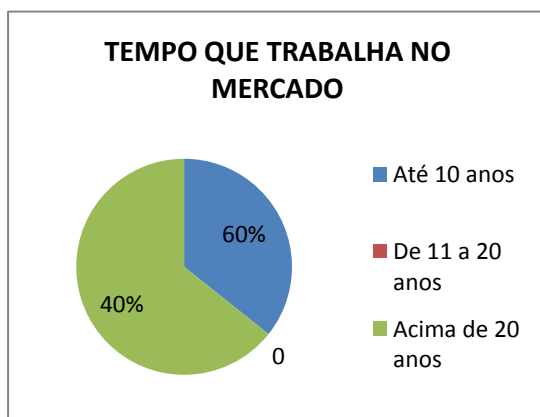


Gráfico 10. Tempo que trabalha no mercado

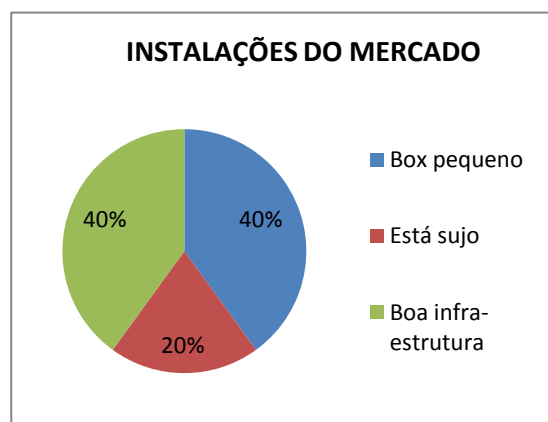


Gráfico 11. Instalações do mercado

Em algumas entrevistas, principalmente com os feirantes mais antigos, o caso de Sr. Raimundo Dutra e Sr Raimundo Pacheco França, que revelam que trabalham no mercado, desde quando era na praça ao lado do mesmo, eles afirmam que pretendem sair do mercado só quando morrerem, ou seja, apesar da diminuição do fluxo de usuários, que em contrapartida, a metade ainda acha bom, esses feirantes já celaram relação de confiança , dedicação e amor ao que fazem.

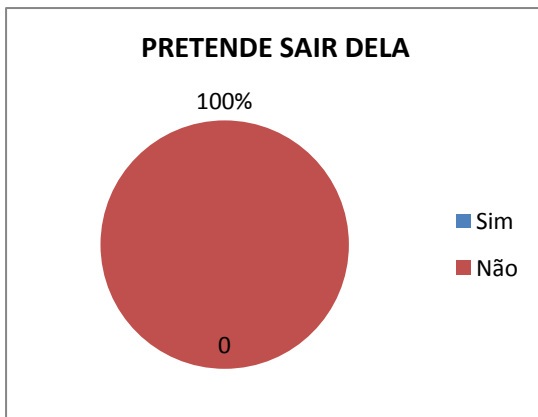


Gráfico 12. Preferencia em permanecer no mercado

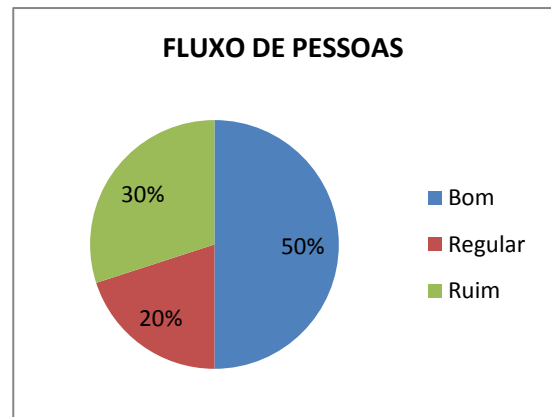


Gráfico 13. Fluxo de pessoas

Aos usuários foram aplicados questionamentos no que diz respeito a frequencia nos mercados, onde 60% respondeu que sempre que pode vai ao mercado, sendo a maioria dos entrevistados, pessoas do próprio bairro ou de bairros adjacentes, que ainda preferem ir à feira, por causa do costume, proximidade, preços baixos, produtos de qualidade e facilidade de negociação.

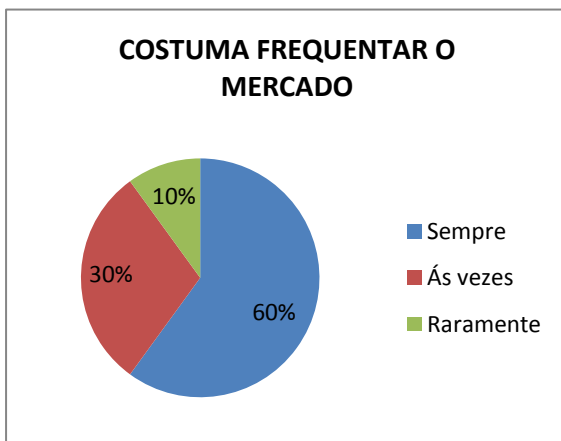


Gráfico 14. Frequencia no mercado

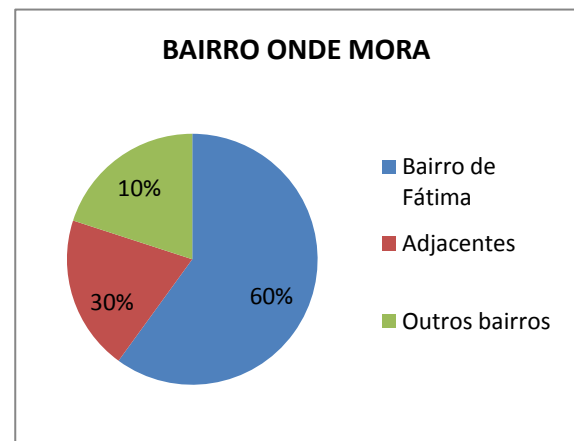


Gráfico 15. Bairro onde mora

Em uma visita ao Mercado de Fátima, em conversa com uma vendedora, deparei-me com pessoas que vem de outros bairros só pra comer o mocotó da D. Deuzedina, que tem um

pequeno restaurante dentro do mercado. Isso mostra também, a relação que o vendedor cria com o consumidor.

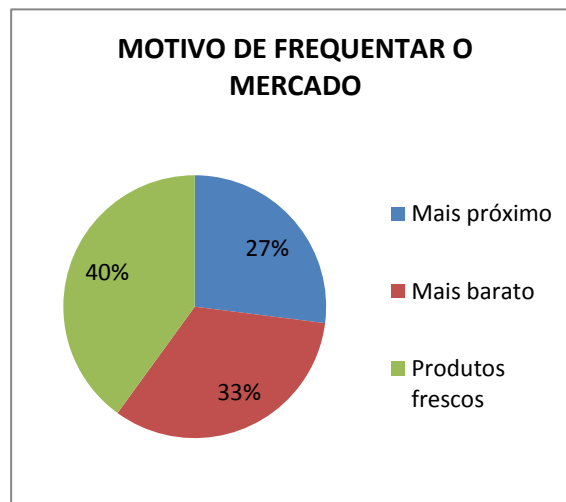


Gráfico 16. Motivo de frequência no mercado

Como a maioria dos frequentadores do Mercado de Fátima, são pessoas próximas ao local, que vão a pé para o mesmo, reclamam da ocupação de outros feirantes nas calçadas no mercado, o que dificulta a passagem das pessoas pelo passeio, levando-as a caminhar pela rua. Esse caminho pela rua acaba se tornando perigoso, porque existe um acúmulo muito grande de veículos de pequeno e grande porte na rua lateral e na frente do mercado. Isso causa desconforto aos usuários, até também pela questão da segurança que como tem uma desorganização próxima ao mercado, as pessoas acabam sendo assaltadas na rua, por quem passa de bicicleta, de moto ou até a pé.

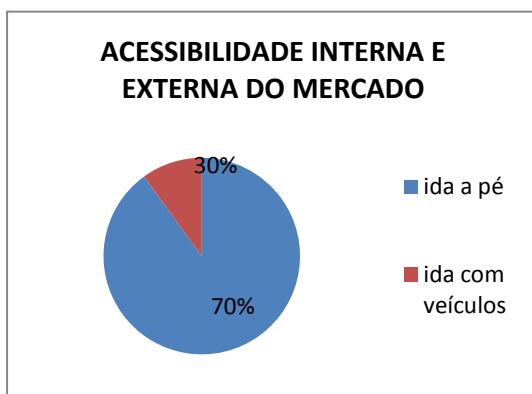


Gráfico 17. Acessibilidade interna e externa do mercado

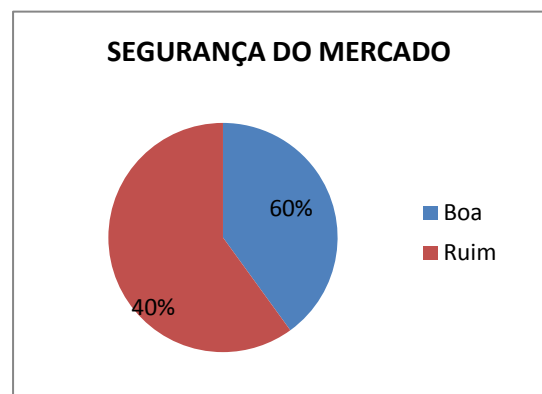


Gráfico 18. Segurança do mercado

O Mercado de Fátima ainda continua a atrair um grande número de frequentadores, dadas algumas comodidades dos outros estabelecimentos. Em conversa com algumas pessoas, elas sugerem abertura do mercado o dia todo, já que funciona pela manhã, por causa do costume, como a maioria dos entrevistados falou. Também frisam a questão da instalação das

máquinas para compra no crédito, e um espaço para exposições da sociedade, que pode ser relacionados à pintura, dança e artesanato.

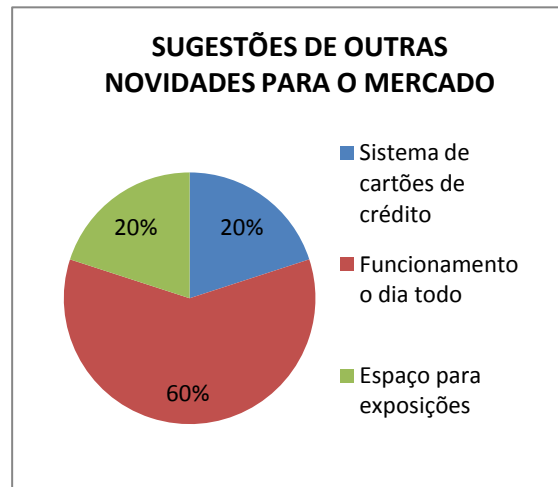


Gráfico 19. Sugestões de novidades para o mercado

## 5.0 REQUALIFICAÇÃO URBANA E ARQUITETÔNICA DO MERCADO DE FÁTIMA.

### 5.1 Análise da Legislação Urbanística

O Mercado de Fátima está localizado entre a Rua Deputado João Henrique (via coletora), a Rua do Mercado e a Rua Zadooc Pastor. Está inserido segundo a Legislação do Zoneamento Urbano do município de São Luís, na Zona Residencial 3 (ZR3) e no Corredor Secundário 3 (CS3), onde:

Art. 145 – Os usos permitidos e proibidos, nos Corredores Secundários 3, estão definidos na tabela anexa à presente Lei.

Art. 146 – Os lotes resultantes de novos parcelamentos são fixados e disciplinados pelas seguintes normas:

- I. Área mínima do lote igual a 300,00m<sup>2</sup> (trezentos metros quadrados)
- II. Testada mínima igual a 10,00m (dez metros)

Art. 147 – Os lotes atualmente existentes têm seus usos fixados de acordo com o estabelecido neste capítulo.

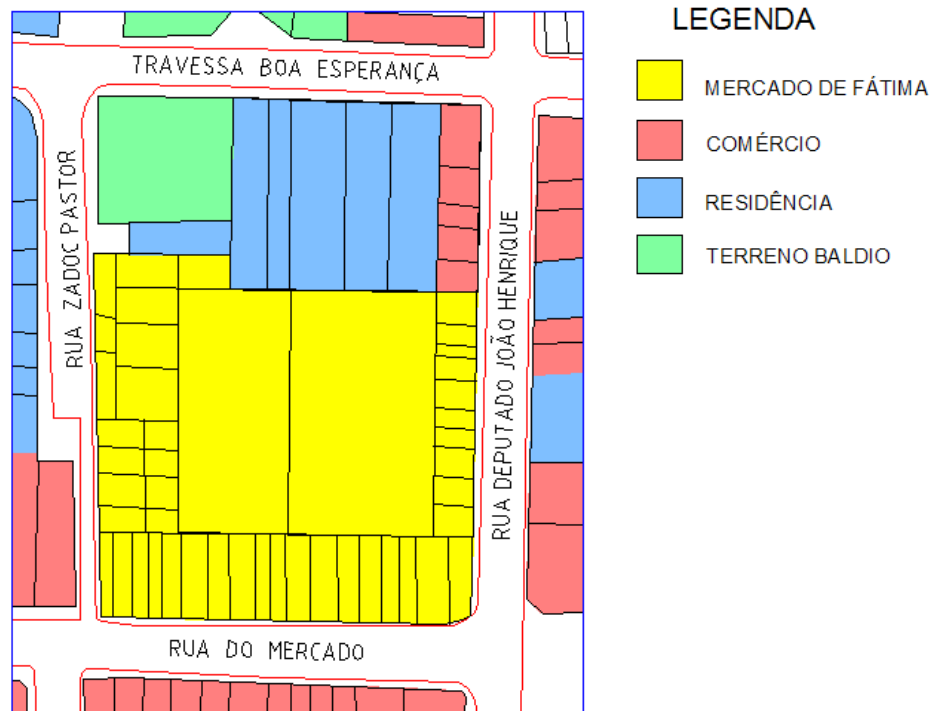
Art. 148 – A ocupação dos lotes pelas edificações é disciplinada pelas seguintes normas:

- I. Área Total Máxima de Edificação (ATME) igual a 180% (cento e oitenta por cento) da área do terreno;



- II. Área Livre Mínima do Lote (ALML) igual 40% (quarenta por cento) da área do terreno;
- III. Afastamento frontal mínimo de 3,00m (três metros);
- IV. Gabarito máximo permitido igual a 04 (quatro) pavimentos.

A seguir um mapa de situação do Mercado de Fátima, com os usos das quadras laterais.



Mapa 8. Planta de Situação  
Fonte: própria

O terreno do Mercado existente tem uma área total de 3.808,43m<sup>2</sup>, possui pouca declividade, em torno de 2%, e está ocupado 100% pelo estabelecimento, já que houve uma ocupação exterior ao núcleo original. Não possui também os afastamentos mínimos permitidos por lei.

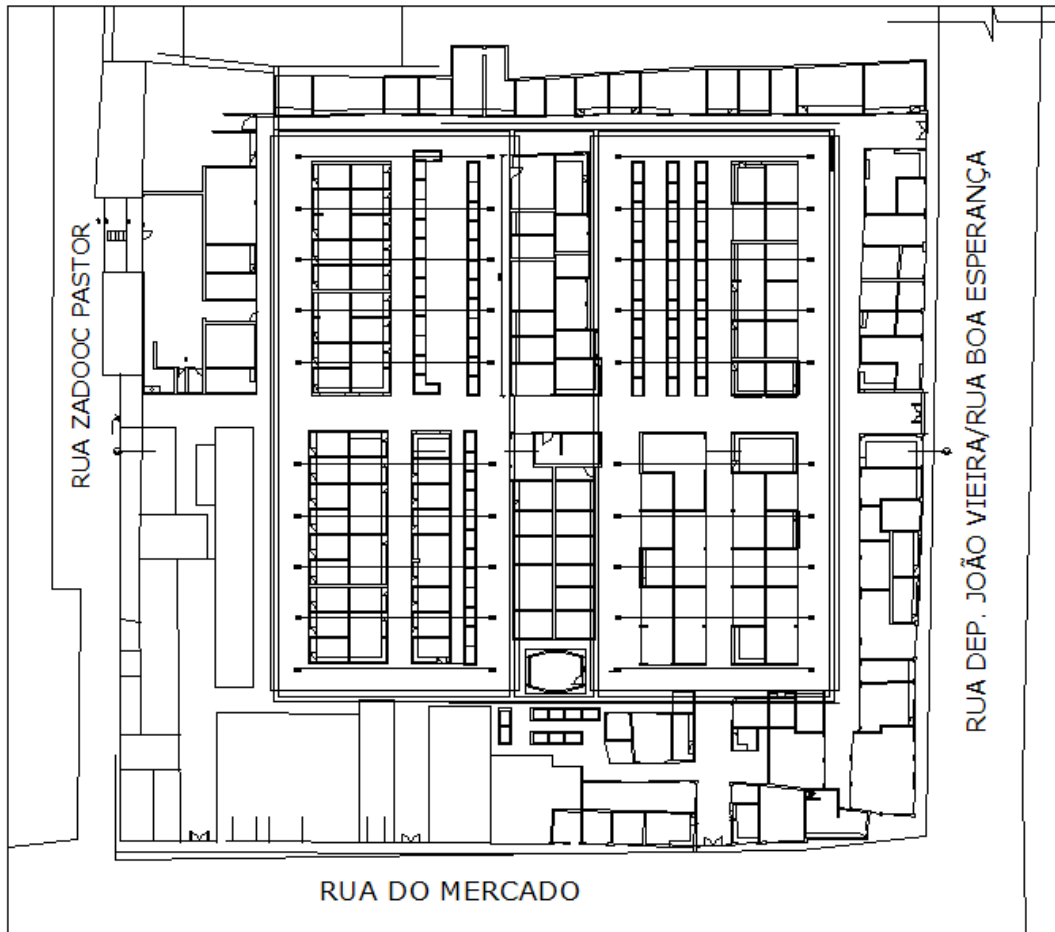


Figura 68: Planta atual do Mercado de Fátima.

Fonte: SEMOSP

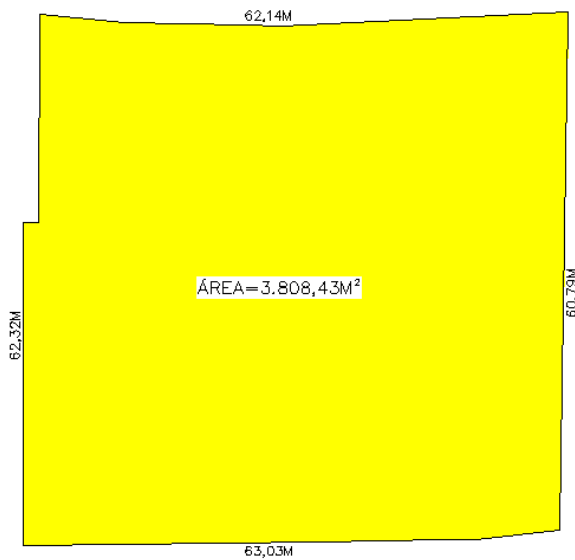


Figura 69: Terreno do Mercado.

Fonte: própria

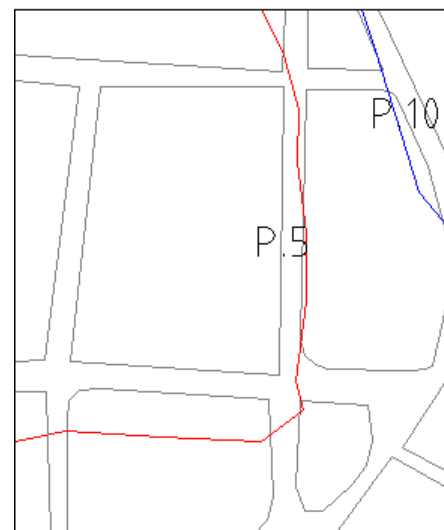


Figura 70: Curvas de Nível

Fonte: INCID

## 5.2 Elaboração do Programa de Necessidades

Levando em consideração as entrevistas e visitas feitas ao Mercado de Fátima, foi constatado que o mesmo precisa ainda de muitas melhorias e adaptações. Os feirantes precisam de estruturas melhores e os consumidores de um espaço mais adequado para a circulação e permanência dentro deste.

Um dos objetivos do projeto é prover área de espaço que possam ser utilizadas durante o dia (vendas de produtos no mercado) e também à noite (com lanchonetes, bares e praça), aumentando a quantidade de pessoas circulando e usando o local e, conseqüentemente aumentando a segurança da rua.

O programa de necessidades do Mercado de Fátima compreende uma série de componentes que além de conferirem mais diversidade de usos para o local, garante melhor aproveitamento do espaço e ajuda a mantê-lo economicamente. Foi elaborado a partir de uma análise de todo diagnóstico da área, levando em consideração as vantagens e desvantagens que o Mercado trás para a população. Foi dividido em 6 grupos:

### Zona Pública

- Praça, lanchonetes, bares, espaço para exposições e banheiros públicos;

### Zona de cultura e aprendizado

- Salas para oficinas e cursos dos feirantes;

### Zona de comércio

- Bancas, lojas, quitandas; mercado propriamente dito com a venda de frutas, verduras, legumes, grãos, carne, frango, pescados, mudas de plantas, especiarias...)

### Zona de serviços/escritório/administrativo

- Administração do mercado: diretoria, secretária, sala de reunião; sede da AFMF; boxe de segurança, auditório;

### Serviços

- Área de abastecimento \_ carga e descarga, depósitos, lixeira;
- Centrais de elétrica, reservatórios

## Urbanização

- Acessibilidade
- Paisagismo.

Nas figuras abaixo vamos ver a setORIZAÇÃO do novo Mercado de Fátima de acordo com o programa de necessidades.

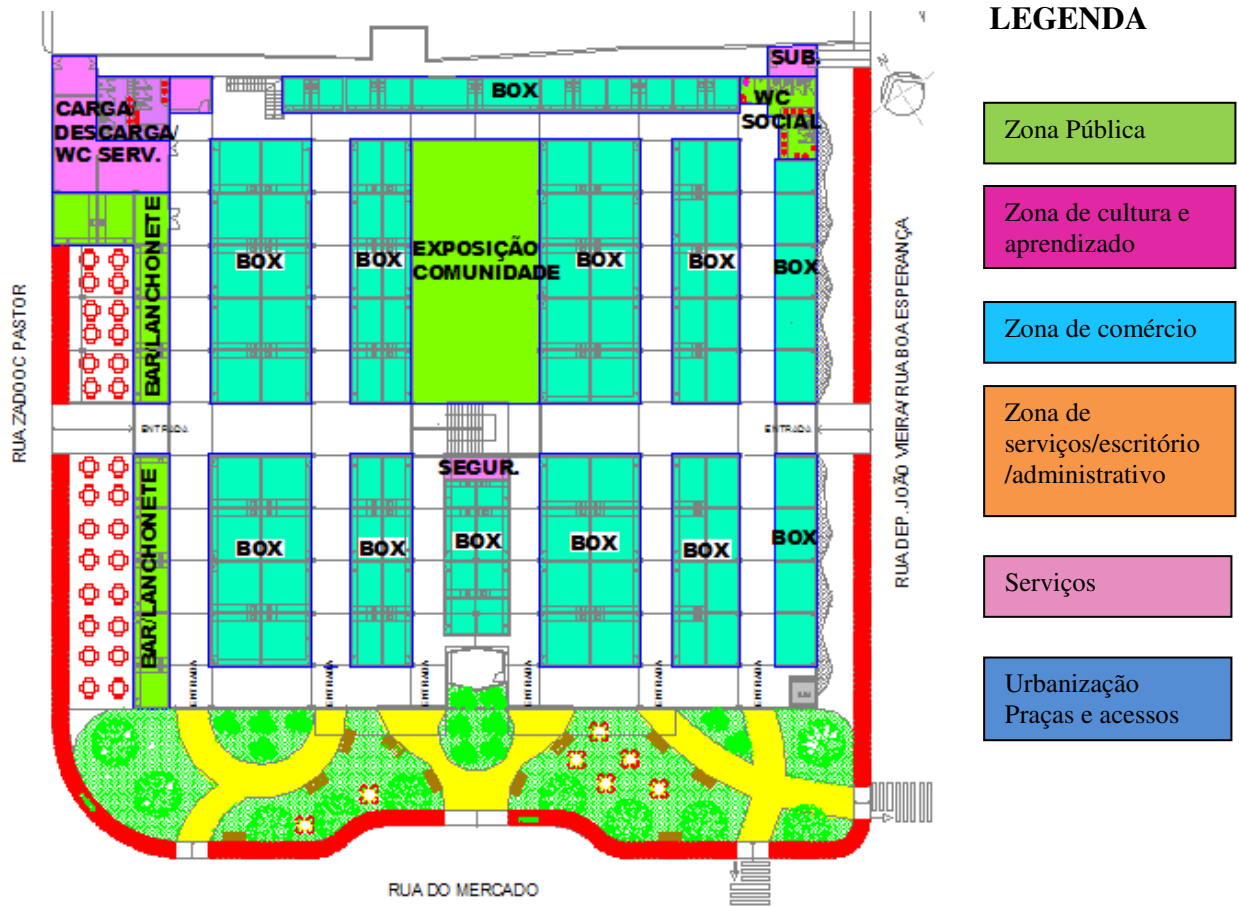


Figura 71: SetORIZAÇÃO do pavimento térreo, da proposta ao novo Mercado de Fátima  
Fonte: própria

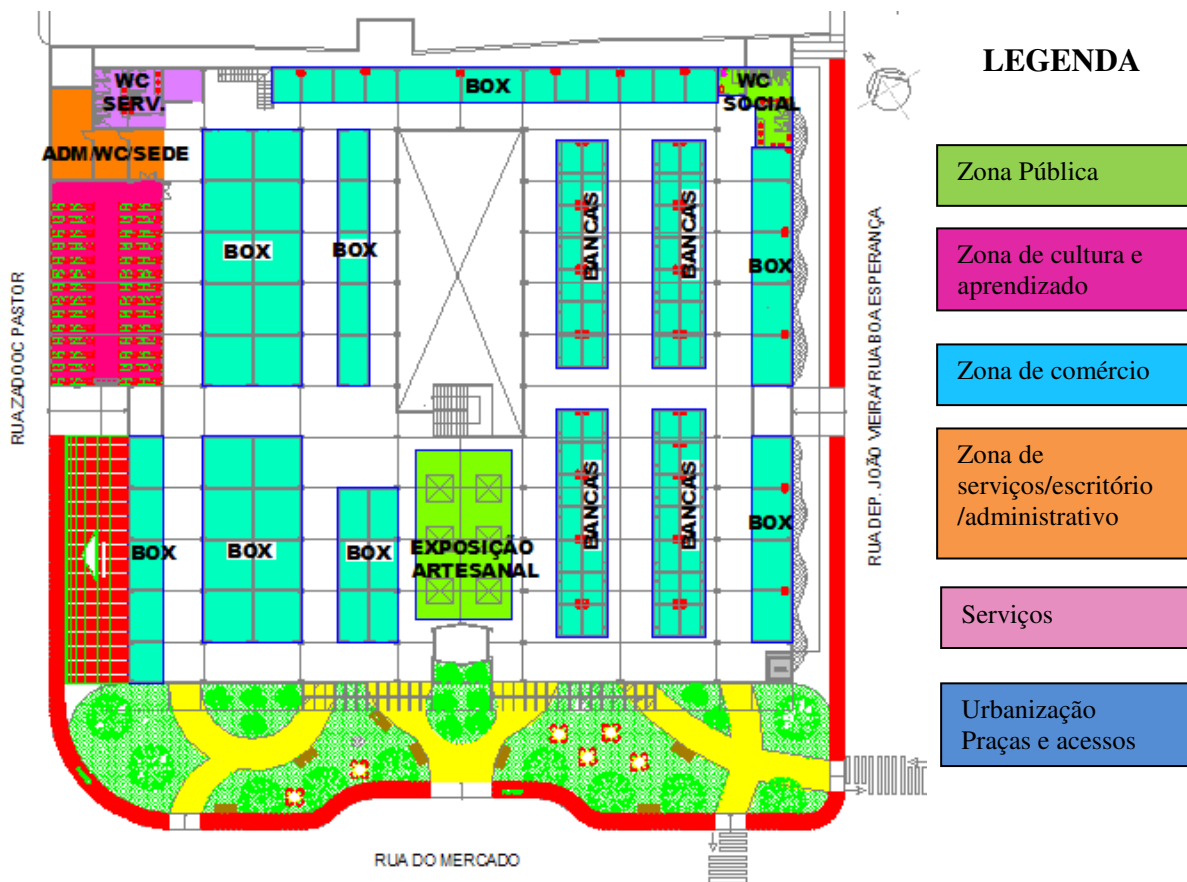


Figura 72: Setorização do pavimento superior, da proposta ao novo Mercado de Fátima  
Fonte: própria

### 5.3 Anteprojeto Urbanístico

O projeto de intervenção urbana tem como foco, a melhoria do fluxo das pessoas que vão ao mercado a pé, a circulação e estacionamento dos veículos em volta do mercado.

Para uma melhor organização desses usuários e transeuntes, dentro e fora do mercado, foram levados em consideração os afastamentos que regem a legislação, de modo que apenas na lateral da Rua dep. João Vieira vai ser usado o afastamento mínimo de 3m, e as outras laterais do Mercado vão possuir espaços maiores.

A implantação de uma praça na frente do mercado vem para servir de ponto de encontro para as pessoas, em qualquer hora do dia e também para dar mais espaços e segurança para os transeuntes circularem. Devido à fachada principal de o Mercado ser poente, ela será composta de árvores de pequeno porte, o que vai diminuir a incidência do sol na frente do estabelecimento. Também terá bancos e mesas, para que as pessoas possam usufruir do espaço em qualquer hora do dia.

Como foi mostrado anteriormente o grande número de carros estacionados na lateral e na frente do mercado, a proposta de acessibilidade é proibir o estacionamento dos veículos na lateral e na frente do mesmo, fazendo com que flua melhor a circulação dos automóveis e de pessoas. No caso da frente do principal acesso ao mercado, deixar apenas um sentido de fluxo dos veículos, já que atualmente tem dois. Os estacionamentos que, anteriormente, ocupavam os dois lados da Rua do Mercado e Dep. João Vieira, vão passar a ser apenas em uma lateral das ruas e na rua sem saída perto da praça, liberar acesso e propor estacionamentos naquela área.

As rampas de acesso, seguidas de faixa de pedestre, estarão em todas as entradas do estabelecimento para facilitar o acesso das Pessoas com Mobilidade Reduzida ao mercado e a área de passeio, no caso a praça.

Para distribuir melhor a circulação desses veículos, a parte de carga e descarga do Mercado será na Rua Zadooc Pastor, lateral ao mesmo, onde não possuía anteriormente fluxo de veículos, o que vai dar mais espaço e rapidez para o serviço de entrega dos produtos

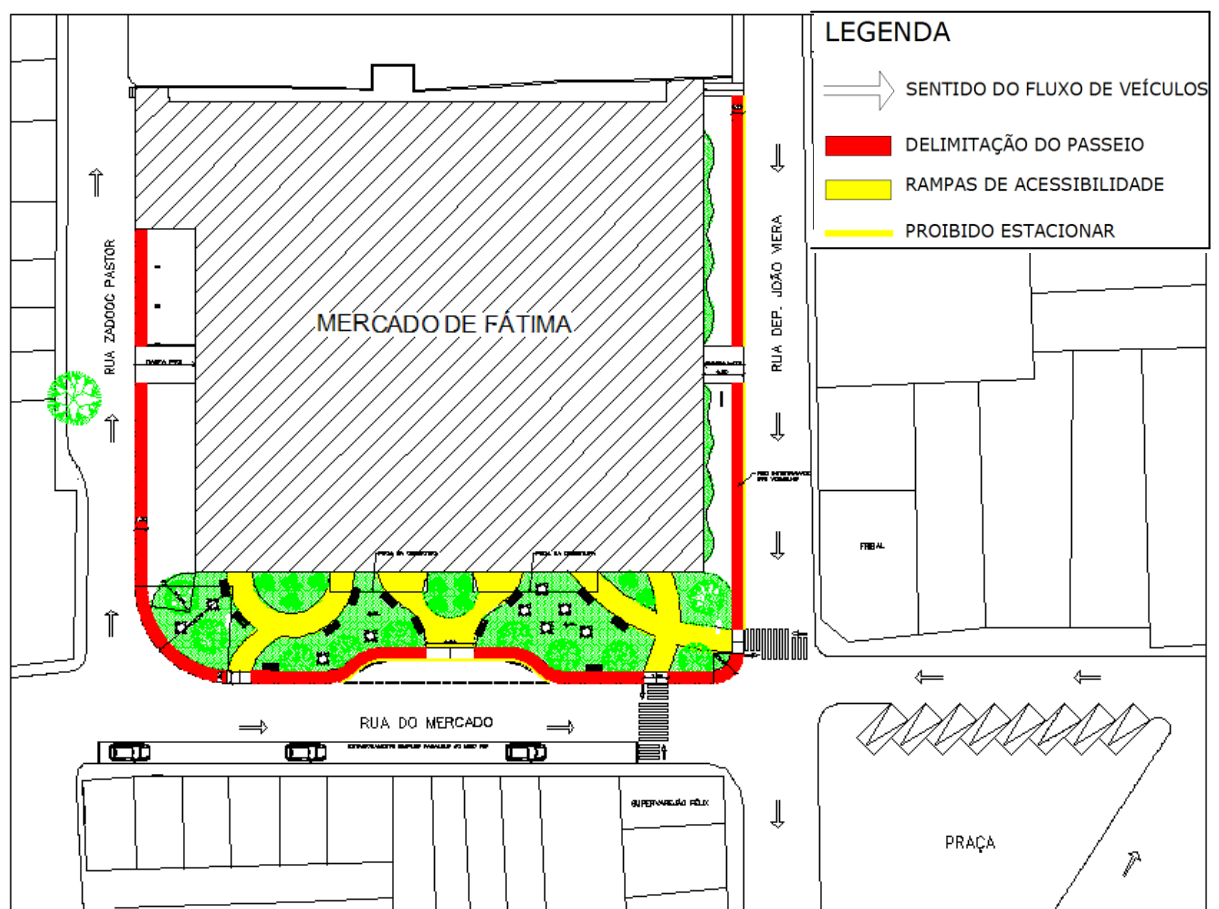


Figura 73: Implantação/Urbanização da nova proposta de Requalificação do Mercado de Fátima

Fonte: própria

#### 5.4 Anteprojeto Arquitetônico/Zonificação

Como estamos falando de um Mercado existente e o lote escolhido já possui uma edificação, a opção para a implantação do mesmo foi manter essa edificação e tirar partido desta condicionante para redistribuir os espaços e conceber a volumetria do edifício. A proposta é fazer uma requalificação urbana e arquitetônica do Mercado, de modo a manter sua mesma forma de funcionamento, mas gerando espaços e outras disposições dos blocos para valorizar o ambiente e a circulação por inteiro no espaço.

Já que o projeto atual possui um total de 220 boxes e bancas em funcionamento, ocupando assim quase 100% do terreno, desta forma optou-se por uma edificação de 02 (dois) pavimentos, porque foram inseridos os afastamentos devidos, permitidos por lei, implicando assim em uma diminuição de área no pavimento térreo. A solução encontrada foi elevar a edificação, de modo que esta abrigue todos os feirantes que vendem no atual momento.

O novo mercado possui 222 blocos entre boxes e bancas. A disposição dos blocos partiu da posição da atual localização dos pilares existentes no momento e da implantação de outros para poder sustentar o pavimento superior. A solução estrutural no bloco dos boxes se utiliza da estrutura como elemento principal, para a composição do 2º pavimento. Essa forma resolve com clareza a questão espacial e funcional, aja visto que a maneira como a estrutura é disposta criam-se os espaços de circulação interna do Mercado. Como os atuais pilares não são capazes de sustentar outro pavimento, todos eles serão reforçados.

As fachadas são compostas por abertura com brises metálicos, para diminuir a incidência solar no interior da edificação e uma melhor circulação da ventilação. O interior da edificação possui um mezanino, onde o telhado desta área é de telha translúcida. Isto trará eficiência na iluminação, principalmente no pavimento térreo, já que os blocos estão “colados” na laje de piso.

Em relação à zonificação, no pavimento térreo do mercado, estão localizados os boxes de alimentação (carne, frango e pescados), já que são os mais procurados. A intenção é separar essa parte do mercado, que causa mais sujeira e odor, da outra parte “mais limpa”, de produtos do mercado. E deixar próximos a lixeira, por causa do maior acúmulo de lixo que produzem.

Os boxes de peixes localizam-se no fundo e na lateral do mercado, próximos a ventilação natural, já que é uma parte do mercado que causa muito odor. São pontos estratégicos das desses lugares, porque vão permitir a circulação dos usuários por esta área do estabelecimento.

Os boxes de carnes e frangos estão divididos no interior do mercado, já que são os pontos mais freqüentados. Possuem os blocos maiores, porque são os serviços que precisam de mais espaço para colocar os equipamentos e manusear os produtos.

As lanchonetes e bares estão localizados na fachada norte, na Rua Zadooc Pastor, voltados para a rua, porque é uma via de pouca movimentação. O intuito é dinamizar e interagir com o ambiente externo, distribuindo o fluxo de pessoas dentro do mercado e permitindo que esse serviço não se misture com as áreas de alimentação do estabelecimento e não cause transtorno nas outras vias que possuem um trânsito maior.

Todos os boxes do pavimento térreo são dotados de cubas, para um melhor manuseio e higiene por parte dos feirantes.

A área de serviço, incluindo a carga/descarga, lixeira e WC de funcionários está localizada no canto do mercado, por ser mais reservado e para não coincidir com o fluxo de pessoas que freqüentam o mercado para outros fins. O serviço de carga/descarga e lixeira está voltado para a rua de menor fluxo de pessoas e veículos, a Zadooc Pastor, para não interferir em outras áreas do mercado e não causar impacto nas outras ruas, já que o serviço é executado por caminhões de médio porte.

O pavimento térreo também é composto pelos banheiros sociais, um elevador e duas escadas de acesso ao pavimento superior: uma para os usuários e feirantes em geral e a outra para a administração. E o boxe de segurança está localizado em um ponto estratégico, onde existe o cruzamento de fluxos de pessoas e mercadorias.

O pavimento superior vai compor estrategicamente das bancas de hortifrutigranjeiros, mercearias e variedades (roupas, bijuterias, remédios caseiros e lojas de panelas), administração e banheiros públicos, ou seja, da parte do mercado que não causa odor e não possuem tanto lixo.

Como os hortifrutigranjeiros também são produtos bastante procurados, isso vai fazer com que as pessoas freqüentem quase que “obrigatoriamente” o pavimento superior. Já as mercearias e variedades vão compor esta área do mercado, para haver um dinamismo nas atividades do estabelecimento.

A administração, incluindo o auditório para 200 pessoas, a sede AFMF (Associação dos Feirantes do Mercado de Fátima) e a diretoria, está localizada nesse pavimento por estar mais longe da “baderna” e da desorganização que a outra parte do mercado causa. Isso vai implicar em uma melhor concentração e organização da diretoria para melhor comandar o mercado.

Em relação à zonificação, no pavimento térreo do mercado, estão localizados os boxes de alimentação (carne, frango e pescados), já que são os mais procurados. A intenção é separar



essa parte do mercado, que causa mais sujeira e odor, da outra parte “mais limpa”, de produtos do mercado. E deixar próximos a lixeira, por causa do maior acúmulo de lixo que produzem.

Os boxes de peixes localizam-se no fundo e na lateral do mercado, próximos a ventilação natural, já que é uma parte do mercado que causa muito odor. São pontos estratégicos das desses lugares, porque vão permitir a circulação dos usuários por esta área do estabelecimento. Os boxes de carnes e frangos estão divididos no interior do mercado, já que são os pontos mais freqüentados. Possuem os blocos maiores, porque são os serviços que precisam de mais espaço para colocar os equipamentos e manusear os produtos.

As lanchonetes e bares estão localizados na fachada norte, na Rua Zadooc Pastor, voltados para a rua, porque é uma via de pouca movimentação. O intuito é dinamizar e distribuir o fluxo de pessoas dentro do mercado e permitir que esse serviço não se misture com as áreas de alimentação do estabelecimento e não cause transtorno nas outras vias que possuem um trânsito maior. Pode funcionar até mesmo com o mercado fechado.

A área de serviço, incluindo a carga/descarga, lixeira e WC de funcionários está localizada no canto do mercado, por ser mais reservado e para não coincidir com o fluxo de pessoas que freqüentam o mercado para outros fins. O serviço de carga/descarga e lixeira está voltado para a rua de menor fluxo de pessoas e veículos, a Zadooc Pastor, para não interferir em outras áreas do mercado e não causar impacto nas outras ruas, já que o serviço é executado por caminhões de médio porte.

O pavimento térreo também é composto pelos banheiros sociais, um elevador e duas escadas de acesso ao pavimento superior: uma para os usuários e feirantes em geral e a outra para a administração. E o boxe de segurança está localizado em um ponto estratégico, onde existe o cruzamento de fluxos de pessoas e mercadorias.

O pavimento superior vai compor estrategicamente das bancas de hortifrutigranjeiros, mercearias e variedades (roupas, bijuterias, remédios caseiros e lojas de panelas), administração e banheiros públicos, ou seja, da parte do mercado que não causa odor e não possuem tanto lixo.

Como os hortifrutigranjeiros também são produtos bastante procurados, isso vai fazer com que as pessoas freqüentem quase que “obrigatoriamente” o pavimento superior. Já as mercearias e variedades vão compor esta área do mercado, para haver um dinamismo nas atividades do estabelecimento. A administração, incluindo o auditório para 200 pessoas, a sede AFMF (Associação dos Feirantes do Mercado de Fátima) e a diretoria, está localizada nesse pavimento por estar mais longe da “baderna” e da desorganização que a outra parte do

mercado causa. Isso vai implicar em uma melhor concentração e organização da diretoria para melhor comandar o mercado.

**5.4.1 Zonificação do Mercado de Fátima**



**LEGENDA**

COR	TIPO	QUANTIDADE
Red	BOXES DE CARNE	36
Yellow	BOXES DE FRANGO	37
Light Orange	BOXES DE PESCADOS	27
Brown	BARES E LANCHONETES	10
Green	BANCAS E BOXES DE HORTIFRUTIGRANJEIROS	62
Purple	QUITANDAS	21
Orange	VARIEDADES	29
	TOTAL	222
Pink	SERVIÇO	
Light Green	SOCIAL	
Dark Orange	ADMINISTRATIVO	

Figura 74: Zonificação do pavimento térreo  
Fonte: própria



Figura 75: Zonificação do pavimento superior  
Fonte: própria

## 5.5 Volumetria

Como se trata de uma requalificação, o Mercado de Fátima é composto apenas por um volume que é formado por uma edificação de dois pavimentos.

A frente principal do Mercado, conta com brises metálicos, sacadas, que vão dar um “ar” de interação com o exterior e o volume da caixa d’água que será um pouco mais elevado, só para compor uma melhor estética na fachada. Para a demarcação das entradas principais foi criado uma marcação que segue do pavimento térreo ao superior.

Os volumes de todas as fachadas são compostos principalmente por brises, que vão impedir a incidência direta de radiação solar no edifício, de forma a evitar a manifestação de um calor excessivo, e por faixas com pinturas diferentes, dinamizando o aspecto visual e demarcando os volumes e as esquadrias.



Figura 76: Brises metálicos industriais  
Fonte: [www.ventminas.com.br](http://www.ventminas.com.br)

A marcação linear do fechamento do telhado é para facilitar a composição do mesmo e manter um beiral maior, diminuindo o caimento direto das quedas d’água sobre os espaços exteriores.

## 5.6 Materiais e Sistema Construtivo

Por ser um projeto de grande dimensão, a estrutura metálica vem para realizar uma execução mais leve, rápida e de bom alinhamento. Ela permite adotar pilares de menor seção e maiores vãos livres. A sua boa adaptação a outros materiais permite uma variada utilização, no fechamento, cobertura e acabamento da obra.

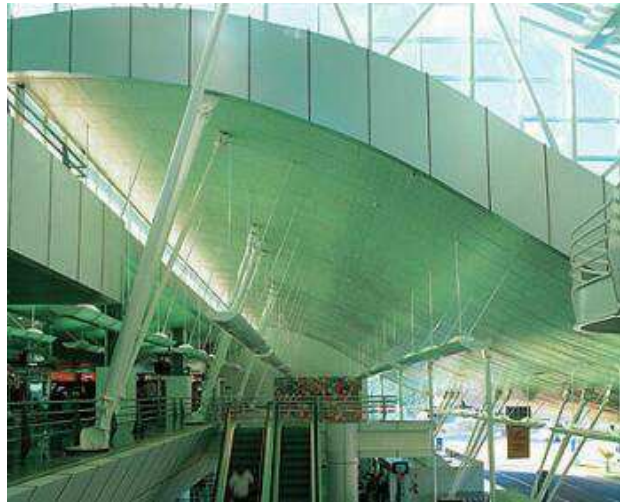


Figura 77: Aeroporto Augusto Severo, Brasil (RN)  
Fonte: [www.dcdois.com.br](http://www.dcdois.com.br)

A estrutura do telhado do Mercado é toda metálica com cobertura em telhas termoacústicas, porque são excelentes para o conforto térmico e acústico, o que garante uma diminuição na energia elétrica nos equipamentos de refrigeração.

Em relação aos acabamentos internos, todos foram estabelecidos de acordo com as normas da ANVISA. Os boxes e bancas do Mercado têm vedação em alvenaria, sendo que, os que vendem produtos alimentícios e também as lanchonetes, são revestidos com cerâmica 30x30cm cor branca e tem a cobertura em laje de concreto.

O piso interno do Mercado, nos dois pavimentos é de cimento queimado. Ele é um piso com alta resistência, pode ficar exposto ao tempo, porque lida bem com a água, além de ser fácil executar os desníveis necessários para seu escoamento. Desde que bem aplicado, este tipo de piso é extremamente durável, já que a sua limpeza e manutenção são muito simples. Por possuir grande resistência à abrasão, é muito difícil que este material quebre.



Figura 78: Piso em cimento queimado  
Fonte: [www.cimentoeareia.com.br](http://www.cimentoeareia.com.br)

Como a praça principal de acesso ao Mercado está voltada para o poente, seu piso externo será formado por blocos intertravados de concreto, porque possuem um melhor conforto térmico, além de melhor visibilidade noturna e resistência ao tráfego pesado. Serão colocados nas cores cinza, amarelo -rampas de acesso - e faixas vermelhas, que convidam o pedestre a adentrar a edificação, e terminar no saguão central do térreo - espaço destinado a manifestações culturais que receberá.



Figura 79: Pisos intertravados  
Fonte: [www.criarmlt.com](http://www.criarmlt.com)

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste percurso investigativo foi possível reunir as reflexões de diversos autores sobre os parâmetros que influenciam a produção do espaço urbano e arquitetônico, bem como o desempenho morfológico do ambiente varejista, especificamente o mercado público.

Os mercados surgiram e se consolidaram pautados na necessidade de organização, distribuição e controle do comércio varejista, principalmente o de gêneros alimentícios. Do final do século XIX até a primeira metade do século passado, os mercados passaram por uma série de mudanças, adaptando-se aos novos padrões higiênico-sanitários exigidos na época. Estas transformações qualificaram as instalações físicas destes equipamentos, projetando-os na mídia, o que atraiu enorme interesse popular. Os edifícios da época destacavam-se principalmente pela flexibilização da estrutura modular – podendo ser alterada sua configuração com a inserção ou remoção de alguns módulos – pela praticidade na montagem, pela qualidade estética e funcional e pelos detalhes arquitetônicos que privilegiavam a ventilação e a iluminação natural. Estes aspectos ainda hoje são valorizados pela arquitetura contemporânea.

Como um equipamento de grande fluxo de pedestres e veículos, o mercado público carece de uma localização que contemple fácil acessibilidade e mobilidade urbana, evitando-se potenciais impactos ambientais e conflitos no tráfego da cidade.

Um dos interesses do trabalho foi mostrar que os mercados públicos, ainda sim sofrendo forte concorrência com outras formas de varejo, ainda se sobressai no roteiro de vida da população, como no caso do Mercado de Fátima, que apesar de estar localizado em uma rua, onde existem vários comércios, é um símbolo para aquela área, já que os moradores locais participaram ativamente do surgimento e consolidação do mesmo.

A complexidade do planejamento da edificação do mesmo exigiu um conhecimento aprofundado sobre vários aspectos urbanos, arquitetônicos, comportamentais e construtivos que precisaram ser ordenados de forma racional e sistemática. Desse modo, esta metodologia foi elaborada com o propósito de subsidiar esses conhecimentos, de forma a garantir eficiência, praticidade, acessibilidade, conforto e segurança na elaboração eficaz do Anteprojeto do Mercado de Fátima.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Portaria SVS/MS nº 326, de 30 de julho de 1997. Anexo I: Regulamento técnico sobre as condições higiênicos-sanitárias e de boas práticas de fabricação para estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos. Disponível em: [http://www.anvisa.gov.br/legis/portarias/1428\\_93.htm](http://www.anvisa.gov.br/legis/portarias/1428_93.htm). Acesso em: 25 Jan.2011

BRASIL. RDC nº 275, de 21 de outubro de 2002. Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores / Industrializadores de Alimentos. Disponível em: [http://www.anvisa.gov.br/legis/resol/2002/275\\_02rdc.htm](http://www.anvisa.gov.br/legis/resol/2002/275_02rdc.htm). Acesso em: 4 Fev. 2011.

BURNETT, Frederico Lago. Urbanização e Desenvolvimento Sustentável, a sustentabilidade dos tipos de urbanização em São Luís do Maranhão. São Luís: Editora UEMA, 2008.

CARDOSO, M. L. Ideologia do desenvolvimento: Brasil, JK-JQ. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

DIAS, Manuel Nunes. A Companhia Geral do Grão Pará e Maranhão, 1755 – 1778. Belém: Universidade Federal do Pará, 2 vols. 1970.

FONSECA, Joaquim D´aquino, citado por: CORREIA, Telma de Barros. Cidade e consumo. Paper, São Carlos, 2000, p. 2.

HOBBSAWN, E. J. Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.

JACOBS,J. Morte e vida de grandes cidades. São Paulo. Martins Fontes, 2000.

JUNIOR, José Vanildo. Fluxograma do processo de planejamento aplicado a Mercados Públicos. Programa de Pós-Graduação em Engenharia Urbana. João Pessoa: UEPB, 2006.

MARQUES, Augusto César Marques. Dicionário Histórico-geográfico da Província do Maranhão. Rio de Janeiro:Fon-Fon e Seleta,1970.

MEIRELES, Mário Martins. História do Maranhão. Rio de Janeiro:DASP/Serviço de Documentação,1960.

MOTA, Antonia da Silva e Mantovani, José Dervil. São Luís do Maranhão no século XVIII: a construção do espaço sob a lei das sesmarias. São Luís: Edições Func.1998.

PINTAUDE,Silvana M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. Scripta Vova. Revista eletrônico de geografia y ciencias sociales. Barcelona, v10, 2006.

RAMINELLI, Ronald. Simbolismo do espaço urbano colonial. In: América em tempo de conquista. Ronaldo Vainfas (org). Rio de Janeiro: Zahar,1992.

SÃO LUÍS, Livros de Câmara Municipal. Código de posturas: Lei nº.775 de 4 julho de 1866.

SÃO LUÍS, Livros da Câmara Municipal. Código de Posturas: Lei nº.1060 de 18 de junho de 1874.

SÃO LUÍS, Livros da Câmara Municipal. Livro de registro de ofícios e portarias (1822-1823).

SÃO LUÍS, Livros da Câmara Municipal. Livro de registro geral (1766-1839).

SILVA, Geraldo Gomes. Arquitetura do ferro no Brasil. São Paulo, Nobel, 1986, p.141.

VALENTE, D. Avaliação higiênico-sanitária e físico-estrutural dos supermercados de Ribeirão Preto, SP. 2001. 165f. Dissertação (Mestrado em Ciências Médicas) – Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto / USP, Ribeirão Preto, 2001. Disponível em: [www.teses.usp.br](http://www.teses.usp.br). Acesso em: jan. 2011.

VARGAS, Heliana Comin. Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio/Heliana Comin Vargas.-São Paulo:Editora SENAC São Paulo,2001.

VAZ, Lilian Fessler.Uma história da habitação coletiva no Rio de Janeiro – Estudo da Modernidade através da moradia. Tese de Doutorado. São Paulo, FAU-USP, 1994. p. 79.

VELHO, Guilherme Otávio. O fenômeno urban. 4. Ed. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 198

VIVEIROS, Jerônimo de. História do comércio do Maranhão, 1612 – 1895. 3 vols., São Luís: Associação Comercial do Maranhão, 1954 – 64.

WEBER, Max. Conceito e Categorias da Cidade, in VELHO, Guilherme Otávio (org). O Fenômeno Urbano, 1987, p.68-90.



**APÊNDICE**

## APÊNDICE A – Imagens do Mercado de Fátima



Perspectiva 01



Perspectiva 02



Perspectiva 03







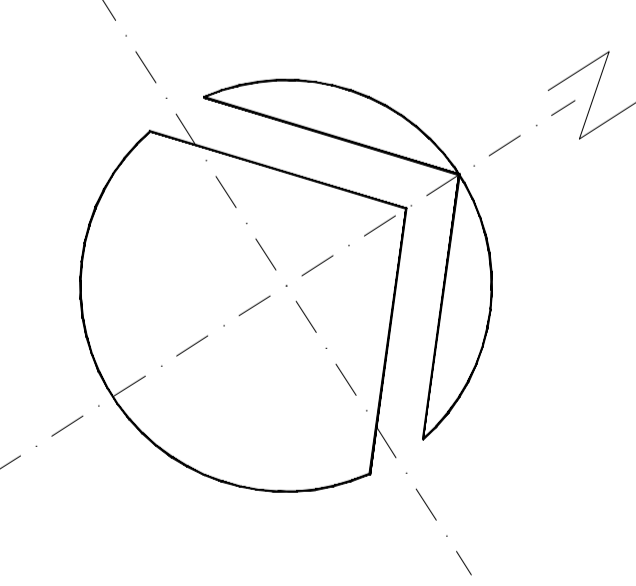




RUA DO MERCADO

RUA ZADOC PASTOR

RUA DEP. JOÃO VIEIRA



**PLANTA DE COBERTURA**

ESCALA 1/100

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO

MERCADO DE FATIMA

PLANTA DE COBERTURA

Rua do Mercado, Bairro de Fátima

PROFESSOR: TATIANA NELOA CANTAREDES FERREIRA, CREA/AR/2007

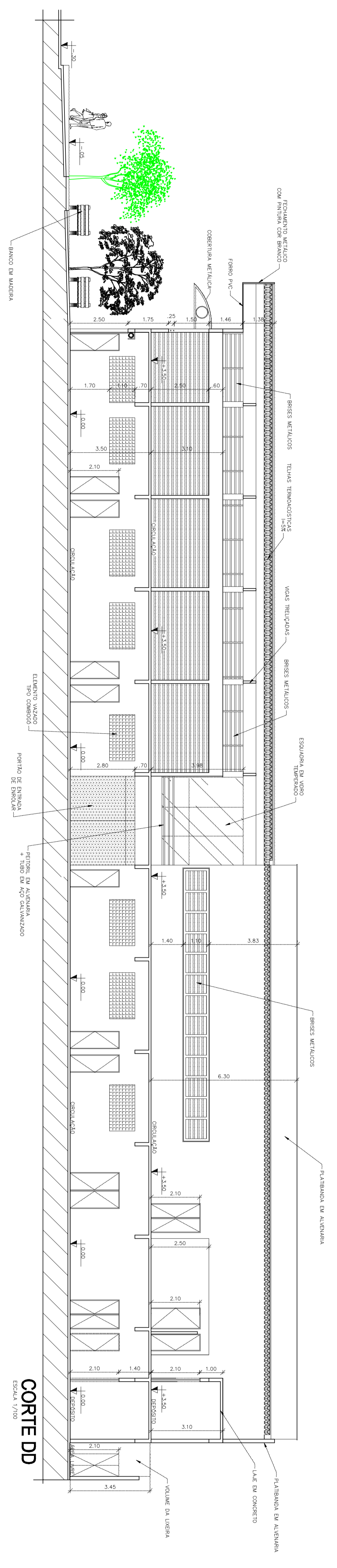
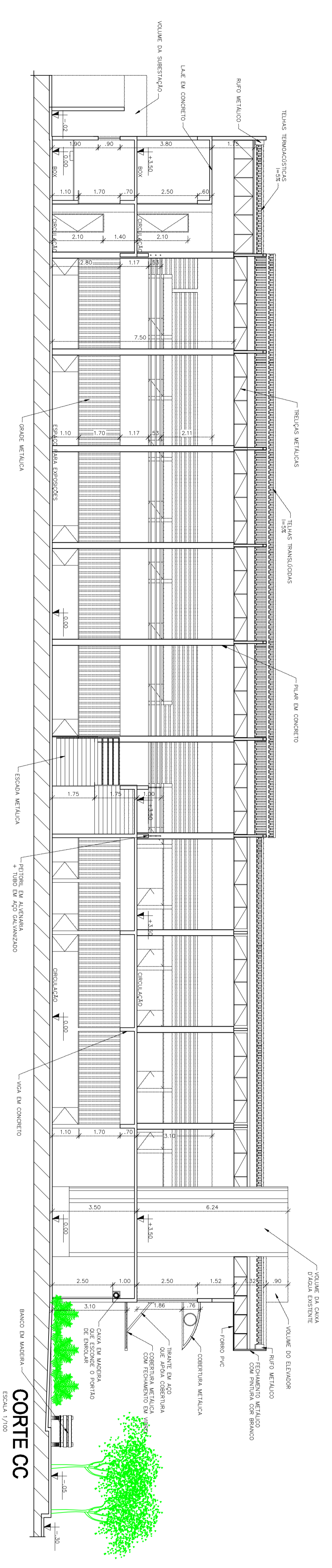
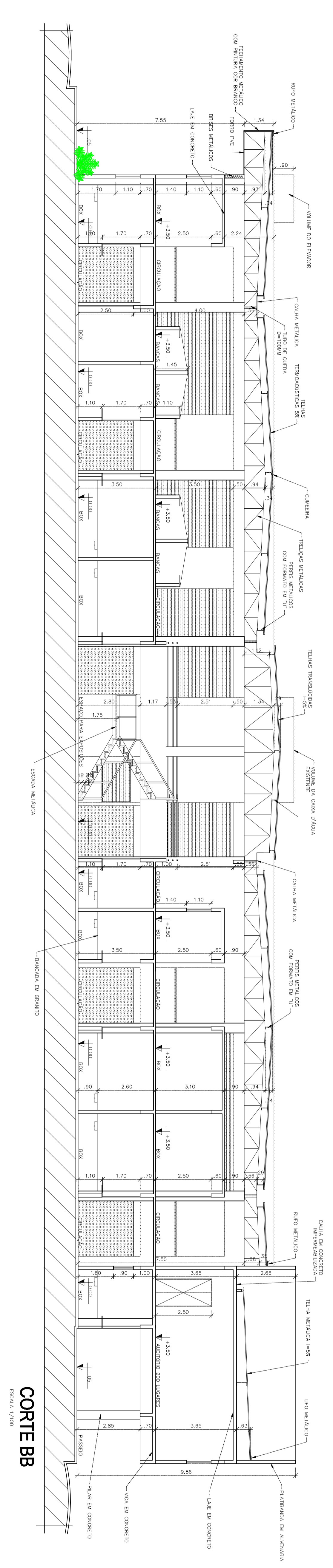
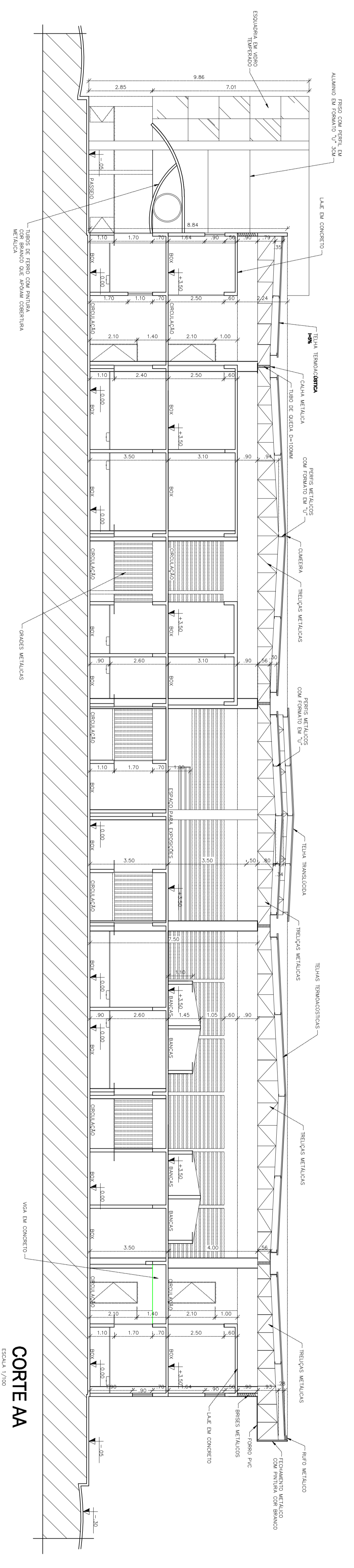
PROFESSOR: Profª Frederico Lago Siqueira

PROFESSOR: ARILO

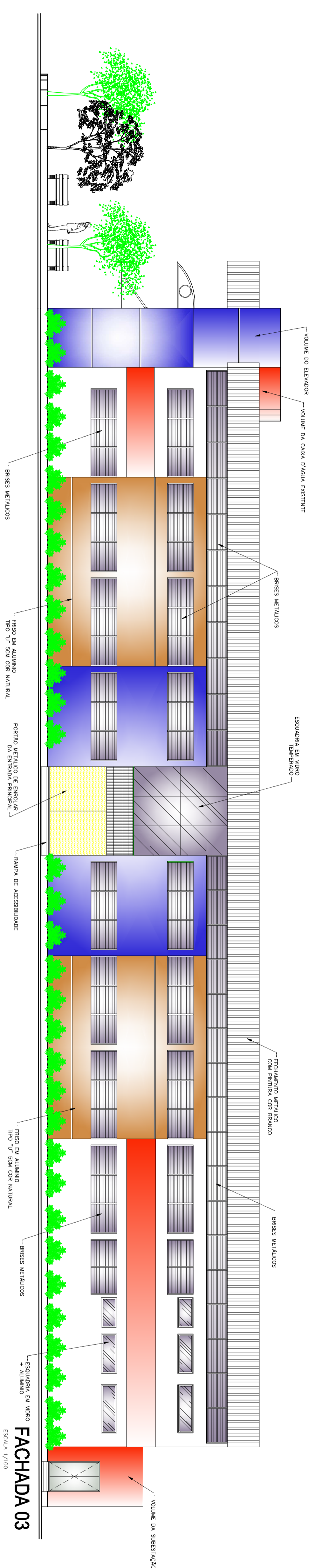
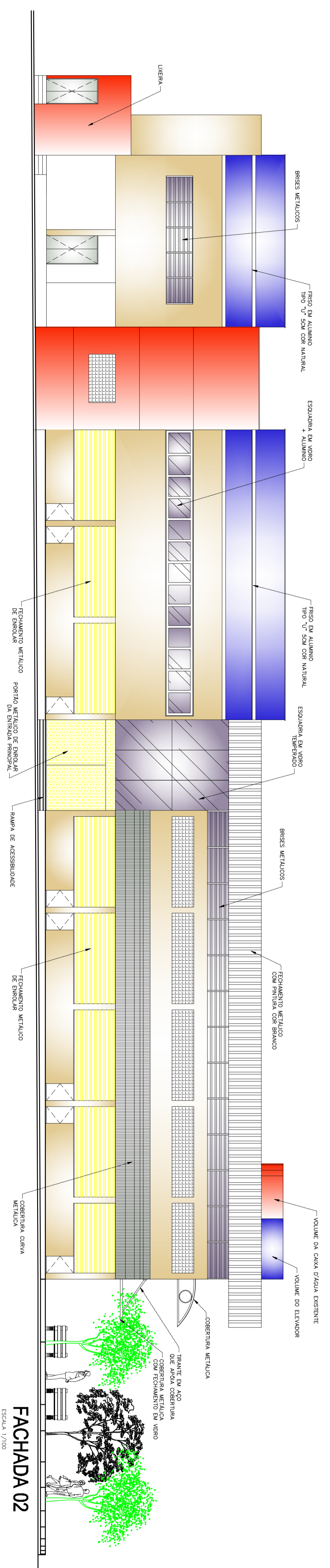
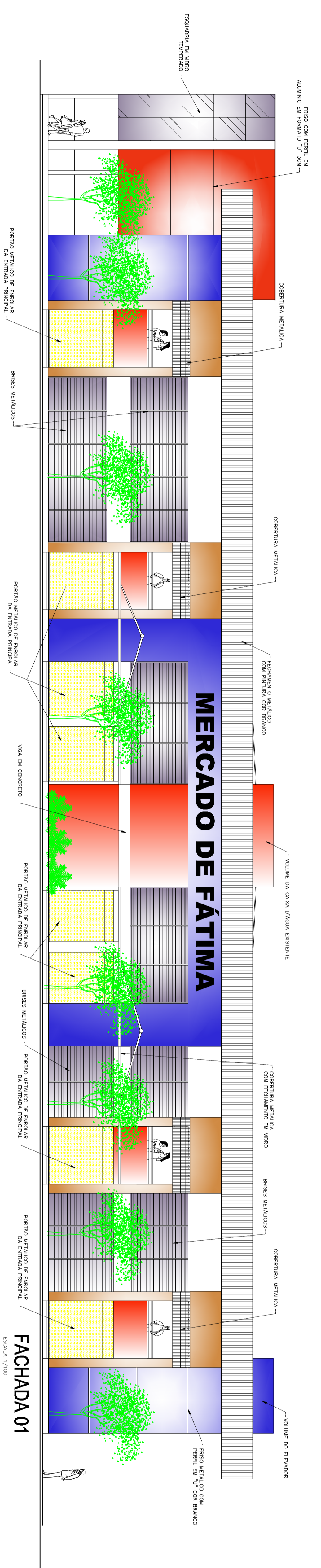
ABRIL, 2011

**04/07**





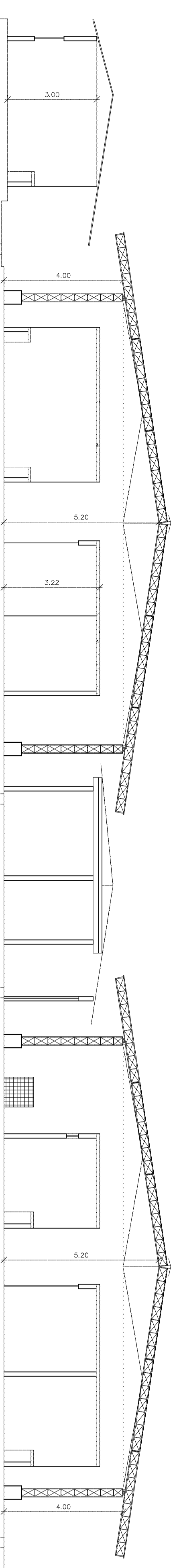
PROPOSTA: **UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO**  
**MERCADO DE FATIMA**  
 LOCAL: **MERCADO DE FATIMA**  
 ORGANIZADOR: **PROF. FREDERICO LUIZ BUNDE**  
 ENDEREÇO: **Rua do Mercado, Bairro de Fatima**  
 CIDADE: **TERESOPOLIS**  
 ESTADO: **PARANÁ**  
 DATA: **ABRIL, 2011**  
**05/07**



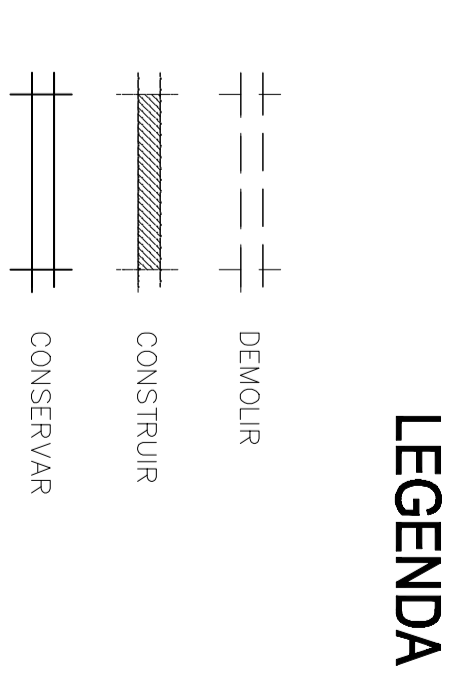
PROPOSTA:	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
TÍTULO:	MERCADO DE FÁTIMA
DISCIPLINA:	FACHADA 01/02/03
COORDENADOR:	Rua do Mercado, Bairro de Fátima
ÁREA DE PROJETO:	253
PROJETO ARQUITETÔNICO:	THALITA NELSON CANTAREDES FERREIRA - COORDENADORA
PROJETO DE ARQUITETURA:	Profª Frederico Lago Sumei
PROJETO DE ARQUITETURA:	ABRIL, 2011
PROJETO DE ARQUITETURA:	06/07



PLANTA DE DEMOLIÇÃO/CONSTRUÇÃO  
ESCALA 1/100



CORTE DO MERCADO EXISTENTE  
ESCALA 1/100



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO

MERCADO DE FATIMA

PLANTA DE DEMOLIÇÃO/CONSTRUÇÃO

Rua do Mercado, Bairro de Fatima

PROFESSORA TATIANA NELSON CARVALHO FERREIRA - COORDENADORA

PROF. FREDERICO LUIZ BUENET

07/07